



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

**ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS MEDIOAMBIENTALES
EN EL TURISMO DE GOLF: ANÁLISIS CROSS-CULTURAL Y
PERSPECTIVA DE GÉNERO**

MEMORIA DE LA **TESIS DOCTORAL** DIRIGIDA POR LOS PROFESORES

DR. JESÚS MANUEL LÓPEZ BONILLA

DR. LUIS MIGUEL LÓPEZ BONILLA

Y REALIZADA POR MARÍA DEL CARMEN REYES RODRÍGUEZ

PROGRAMA DE DOCTORADO INTERUNIVERSITARIO DE TURISMO

CURSO ACADÉMICO 2019-20

JUNIO, 2020

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a:

Los directores de esta Tesis Doctoral, Jesús y Luismi, por haber confiado en mí en la realización de la misma, por sus consejos e indicaciones, por la gran ayuda que me han prestado en todo momento, sin la cual hubiera sido muy difícil la realización de la misma, por darme ánimo y motivarme y por ser unos excelentes compañeros.

Mis padres y a José Antonio, mi esposo, por estar continuamente a mi lado, por su apoyo y por la paciencia que ha tenido durante estos años.

Por último, dedico la tesis a mis hijos Blanca y David, porque como madre no he podido estar con ellos todo el tiempo que me hubiera gustado.

A todos, muchas gracias

INDICE SINTÉTICO

PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN

Capítulo INTRODUCTORIO	11
-------------------------------	----

Capítulo 1. TURISMO DE GOLF, CIFRAS Y CONCEPTOS RELACIONADOS	17
---	----

SEGUNDA PARTE: COMPENDIO DE PUBLICACIONES

Capítulo 2. TURISMO DE GOLF Y SOSTENIBILIDAD: ANÁLISIS DE CONTENIDO Y DIRECCIONES PARA LA INVESTIGACIÓN FUTURA	53
---	----

Capítulo 3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS MEDIOAMBIENTALES DE LOS TURISTAS DE GOLF EUROPEOS	80
--	----

Capítulo 4. INTERACCIONES Y RELACIONES ENTRE LOS FACTORES PERSONALES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO MEDIOAMBIENTAL DEL TURISTA DE GOLF: UN ANÁLISIS DE GÉNERO	100
---	-----

TERCERA PARTE: CONCLUSIONES

Capítulo 5. CONCLUSIONES GENERALES	126
---	-----

BIBLIOGRAFÍA	137
---------------------	-----

ANEXOS	165
---------------	-----

INDICE ANALÍTICO

PRIMERA PARTE: INTRODUCCIÓN

Capítulo INTRODUCTORIO

0.1.	Presentación.....	11
0.2.	Justificación de la tesis doctoral.....	13
0.3.	Objetivos de investigación de la tesis doctoral.....	14
0.4.	Estructura de la tesis doctoral.....	15

Capítulo 1. TURISMO DE GOLF, CIFRAS Y CONCEPTOS RELACIONADOS

1.1.	Introducción.....	17
1.2.	Turismo Activo.....	18
1.3.	Turismo Deportivo.....	21
1.4.	Turismo de Golf.....	30
1.4.1.	Oferta de Turismo de Golf en España y Andalucía.....	34
1.4.2.	Demanda de Turismo de Golf en España y Andalucía.....	42

SEGUNDA PARTE: COMPENDIO DE PUBLICACIONES

Capítulo 2. TURISMO DE GOLF Y SOSTENIBILIDAD: ANÁLISIS DE CONTENIDO Y DIRECCIONES PARA LA INVESTIGACIÓN FUTURA

2.1.	Introducción.....	53
2.2.	Revisión de la Literatura.....	56
2.3.	Metodología.....	58
2.4.	Resultados.....	59

2.4.1.	Análisis de Autoría.....	61
2.4.2.	Análisis de Cuestiones Metodológicas.....	65
2.4.3.	Análisis de Contenido Temático.....	66
2.5.	Conclusiones.....	76

Capítulo 3.
ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS MEDIOAMBIENTALES
DE LOS TURISTAS DE GOLF EUROPEOS

3.1.	Introducción.....	80
3.2.	Modelo de Investigación e Hipótesis.....	83
3.3.	Materiales y Métodos.....	88
3.3.1.	Participantes y Recopilación de Datos.....	88
3.3.2.	Variables.....	89
3.3.3.	Procedimiento Analítico.....	90
3.4.	Resultados	91
3.5.	Discusión y Conclusiones.....	95
3.5.1.	Implicaciones Teóricas.....	95
3.5.2.	Implicaciones para la Gestión.....	97
3.5.3.	Limitaciones y Direcciones de Investigación Futuras.....	98

Capítulo 4.
INTERACCIONES Y RELACIONES ENTRE LOS FACTORES
PERSONALES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO
MEDIOAMBIENTAL DEL TURISTA DE GOLF: UN ANÁLISIS
DE GÉNERO

4.1.	Introducción.....	100
4.2.	Fundamentos Teóricos.....	103
4.3.	Metodología.....	110
4.3.1.	Participantes y Recopilación de Datos.....	110
4.3.2.	Medidas.....	112
4.3.3.	Procedimiento Analítico.....	113
4.4.	Resultados.....	113
4.4.1.	Análisis del Modelo de Medida.....	113
4.4.2.	Análisis del Modelo Estructural.....	116
4.5.	Discusión y Conclusiones.....	118

TERCERA PARTE: CONCLUSIONES

Capítulo 5. CONCLUSIONES GENERALES

5.1.	Introducción.....	126
5.2.	Implicaciones teóricas.....	126
5.3.	Implicaciones prácticas.....	132
5.4.	Limitaciones de la investigación.....	133
5.5.	Futuros estudios.....	135

BIBLIOGRAFÍA	137
--------------	-----

ANEXOS	165
--------	-----

A1.	Anexo 1. Artículo publicado: Golf tourist and sustainability: content análisis and directions for future research. <i>Sustainability</i> 2020, 12, 3616.	166
A2.	Anexo 2. Artículo publicado: The environmental attitudes and behaviours of European golf tourists. <i>Sustainability</i> 2018, 10, 2214.	185
A3.	Anexo 3. Artículo publicado: Interactions and relationships between personal factors in pro-environmental golf tourist behaviour: a gender analysis. <i>Sustainability</i> 2020, 12, 332.	202

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Interrelación de turismo y deporte.....	22
Figura 1.2. Modelos de motivación del turista deportivo.....	25
Figura 1.3. Estrella de escenarios de turismo deportivo.....	27
Figura 1.4. Jerarquía de necesidades de Maslow desde la perspectiva del golf.	33
Figura 1.5. Cuota de participación de campos de golf en Andalucía.....	37
Figura 1.6. Torneos del Circuito Europeo organizados en España (2007-2020)	39
Figura 1.7. Torneos del Circuito Europeo organizados en Andalucía (2007-2019).....	40
Figura 1.8. Distribución de licencias federativas amateur por CC.AA. en 2020	45
Figura 1.9. Tipo de alojamiento del turista de golf en Andalucía.....	48
Figura 2.1. Número de artículos publicados en los últimos 20 años.....	60
Figura 2.2. Contribución de autoría por países (clusters).....	62
Figura 2.3. Contribución de autoría por países (distribución temporal).....	63
Figura 2.4. Autores prolíficos (cluster).....	64
Figura 2.5. Autores prolíficos (distribución temporal).....	65
Figura 2.6. Análisis de Keywords (clusters).....	67
Figura 2.7. Análisis de Keywords (distribución temporal).....	68
Figura 3.1. Modelo conceptual.....	86
Figura 3.2. Resultados del análisis del modelo estructural.....	95
Figura 4.1. Modelo de investigación propuesto.....	109

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.1.	Tipología de turistas deportivos.....	26
Tabla 1.2.	Turismo deportivo y deporte turístico aplicados al golf.....	32
Tabla 1.3.	Clubs y campos de golf en España.....	36
Tabla 1.4.	Clubs y campos de golf en Andalucía.....	37
Tabla 1.5.	Entrada de turistas internacionales que realizaron actividades deportivas.....	43
Tabla 1.6.	Licencias federativas amateur en España por Comunidades Autónomas.....	44
Tabla 2.1.	Beneficios socio-ambientales e impactos relacionados con los campos de golf (% de artículos).....	60
Tabla 3.1.	Ítems de las dos escalas.....	90
Tabla 3.2.	Estadística descriptiva de las variables: medias y desviaciones standards (SD).....	91
Tabla 3.3.	Cargas de los indicadores de las variables latentes.....	92
Tabla 3.4.	Varianza media extraída (AVE) y Fiabilidad compuesta (CR).....	93
Tabla 3.5.	Validez discriminante de las variables latentes.....	93
Tabla 3.6.	Relaciones entre actitudes e intenciones de comportamiento medioambientales.....	94
Tabla 3.7.	Diferencias culturales entre nacionalidades.....	94
Tabla 4.1.	Características de la muestra (N = 347).....	111
Tabla 4.2.	Unidimensionalidad de los constructos.....	114
Tabla 4.3.	Cargas y comunalidades.....	114
Tabla 4.4.	Fiabilidad Compuesta (CR) y Varianza media extraída (AVE).....	115
Tabla 4.5.	Validez discriminante.....	116
Tabla 4.6.	Grupos de hombres y mujeres (Paths).....	116
Tabla 4.7.	Comparación entre hombres y mujeres (Paths).....	117
Tabla 4.8.	Varianza explicada de las variables endógenas.....	118
Tabla 5.1.	Hipótesis contrastadas en el primer modelo de investigación.....	128
Tabla 5.2.	Hipótesis contrastadas en el segundo modelo de investigación.....	130

RESUMEN

El turismo de golf desempeña un papel muy importante en el sector turístico a nivel mundial relacionado con actividades deportivas. En general, las cifras de turistas de golf han crecido en las últimas décadas en todo el mundo, aunque parece haberse estancado ligeramente en años recientes. España goza de una posición privilegiada en Europa como destino turístico de golf, con una oferta de campos de golf muy amplia y diversa. En concreto, Andalucía es la región líder en nuestro país, con más de un centenar de campos de golf, que representan casi una cuarta parte del total nacional, a los que acuden más de medio millón de visitantes, de los cuales se hallan aproximadamente un 70% de turistas extranjeros.

El presente proyecto de tesis doctoral se centra en el turismo de golf y su estrecha relación con la sostenibilidad. La práctica del golf actúa como una oferta complementaria para la actividad turística y aporta un elevado valor económico. Sin embargo, la proliferación de nuevos proyectos, en muchos casos actuando como reclamo para promociones urbanísticas, conlleva riesgos de impacto por la alteración de paisajes y el aumento del consumo de agua para el mantenimiento del campo, de los jardines y demás instalaciones. Dentro de este contexto, hemos tratado de comprender las actitudes y los comportamientos medioambientales de los turistas de golf. Esperamos con ello aportar conocimiento a la comunidad científica en el ámbito turístico y también en el ámbito de la sostenibilidad, así como a entidades públicas y privadas vinculadas con el turismo de golf.

La tesis doctoral se ha presentado en un formato de tesis por compendio, que está compuesta básicamente por tres artículos publicados entre 2018 y 2020. El objetivo general se enmarca en el contexto de analizar y comprender las relaciones existentes entre el turismo de golf y la sostenibilidad. Además, hemos cubierto satisfactoriamente estos objetivos específicos principales: (1) revisar el progreso de la investigación sobre turismo de golf desde la perspectiva de la sostenibilidad; (2) analizar las relaciones entre actitudes y comportamientos medioambientales de los turistas de golf desde una perspectiva cross-cultural; y (3) examinar los factores personales que influyen en el comportamiento turístico pro-ambiental desde una perspectiva de género. Para alcanzar nuestros objetivos, nos hemos basado en la producción científica relevante sobre la temática a partir de las bases de datos Scopus y Web of Science durante los últimos 22 años. Además, se han planteado una serie de hipótesis de investigación que hemos contrastado a partir de los datos recogidos en encuestas personales a turistas de golf que han visitado Andalucía.

Entre los hallazgos más significativos, hemos identificado cinco líneas de investigación sobre turismo y sostenibilidad, como son: impactos, gestión medioambiental, actitudes y comportamientos medioambientales, conflictos de intereses y gestión y planificación y desarrollo sostenibles. Hemos corroborado la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento en distintas muestras de turistas de golf, pero la nacionalidad de los turistas de golf europeos no fue una variable moderadora. Por último, hemos confirmado que existen relaciones entre los hábitos ecológicos, las capacidades personales y las actitudes ambientales, encontrando diferencias de género, aunque las interacciones entre factores personales resultaron mucho más limitadas.

PRIMERA PARTE:
INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO DE INTRODUCCIÓN

1. PRESENTACIÓN

El presente proyecto de tesis doctoral se centra en el ámbito del turismo de golf y su estrecha relación con la sostenibilidad. La práctica del golf actúa como una oferta complementaria para la actividad turística y aporta un elevado valor económico. Sin embargo, la proliferación de nuevos proyectos, en muchos casos actuando como reclamo para promociones urbanísticas (en la costa y más recientemente en el entorno rural), conlleva riesgos de impacto por la alteración de paisajes y el aumento del consumo de agua para el mantenimiento del campo, de los jardines y demás instalaciones.

En principio, el golf se entiende como una actividad deportiva, que ha adquirido un mayor auge y difusión en los últimos años debido al impulso que ha recibido por su participación en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro en 2016 (Millington, Darnell y Millington, 2018; Petrosillo et al., 2019), así como repetirá en los próximos Juegos Olímpicos de Tokio en 2021, que han sido prorrogados a causa de la pandemia del COVID-19. Actualmente, el golf está considerado como el principal deporte en el mundo en términos de gasto económico (Han, Yoon y Woods, 2016). Golf y turismo están estrechamente relacionados, de manera que su combinación supone uno de los ámbitos de negocio más relevantes para la industria turística (Mason y Moretti, 2015; Pastor et al., 2015; Ramírez-Hurtado y Berbel-Pineda, 2015; Humphreys, 2017, Del Campo et al., 2018; Kimmm, 2020; Song, Chen y Chen, 2020).

La importancia del turismo de golf se puede concretar en diversos aspectos específicos, como son, entre otros, la creciente popularidad y la motivación de los viajes relacionados con este deporte (Hutchinson, Wang y Lai, 2010), siendo uno de los segmentos del mercado turístico más potentes (Hudson y Hudson, 2010); el mayor gasto medio por persona que realizan los turistas de golf en sus viajes respecto a otros tipos de turistas (Tassiopoulos y Haydam, 2008; Hudson y Hudson, 2010; Correia, Barros y Silvestre, 2007); y el atractivo de los campos de golf dentro de un destino turístico (Shani et al., 2010); que

atraen inversiones turísticas, proporcionan un turismo de calidad, mejoran el empleo y la competitividad regional y compensan la estacionalidad del turismo tradicional (Hudson y Hudson, 2010; Correia, Barros y Silvestre, 2007; Markwick, 2000; Garau-Vadell y Borja-Solé, 2008; Molina et al., 2010). En consecuencia, las autoridades políticas de muchos gobiernos y regiones muestran un gran interés por incorporar el golf en su planificación turística (Boukas y Zaikas, 2013).

Sin embargo, el turismo de golf genera también una serie de controversias sociales y políticas, sobre todo, debido al impacto medioambiental de los campos de golf. Los efectos nocivos relacionados con la actividad del golf abarcan, de manera resumida, la destrucción de los paisajes naturales, la sobre-explotación de recursos básicos como el agua, el abuso de fertilizantes, pesticidas y otros productos químicos, y la contaminación, en general. Una gran mayoría de estudios sobre los campos de golf demuestran un enfrentamiento evidente entre aquellos que se centran en las consecuencias medioambientales adversas y aquellos otros que consideran que son un instrumento favorable para proteger la biodiversidad en un contexto urbano (Petrosillo et al., 2019). No obstante, se pueden extraer igualmente consecuencias socio-económicas desfavorables provocadas por el turismo de golf, como son, por ejemplo, el abuso de promociones de vivienda basadas en campos de golf (Molina et al., 2010); el carácter exclusivo para turistas y excluyente para residentes (Hudson y Hudson, 2010; Briassoulis, 2010); y los conflictos causados entre las distintas partes implicadas (Markwick, 2000), así como la oposición local de los residentes ante el desarrollo turístico basado en el golf (Briassoulis, 2010, 2011).

La actividad del golf y la sostenibilidad son dos aspectos íntimamente relacionados. De hecho, como mencionan Han et al. (2014), la cuestión ecológica es el talón de Aquiles del golf. Hoy en día, el proyecto, la construcción y el funcionamiento de un campo de golf deben estar supervisados por parámetros de sostenibilidad. Es más, la construcción de un campo de golf debe mejorar el valor medioambiental de los terrenos que ocupa (Espejo, 2004). Como indican Petrosillo et al. (2019), los campos de golf son considerados a menudo como 'infraestructuras verdes'. Todo ello requiere de una fuerte concienciación ecológica de los gestores de los campos de golf (López-Bonilla et al., 2011), pero también los jugadores de golf deben tener un comportamiento pro-medioambiental que esté en consonancia con este requerimiento.

2. JUSTIFICACIÓN DE LA TESIS DOCTORAL

Una razón fundamental de la presente tesis radica en el valor económico, social y medioambiental que trasciende en el contexto del turismo de golf, como se ha tratado de avanzar en el apartado anterior. Como indican Minoli y Smith (2011), el golf es una combinación de actividad deportiva y actividad de ocio, que abarca aspectos relacionados con el turismo, la gestión de la hospitalidad y los bienes raíces. Además, el golf tiene una huella medioambiental significativa, creciente y compleja (Minoli y Smith, 2011). Por ello, no es de extrañar que la investigación se haya centrado principalmente en los impactos medioambientales de los campos de golf, con gran predominio de los aspectos más controvertidos, pero es necesario entender que los impactos no solo son negativos. Sin embargo, los estudios empíricos sobre actitudes y comportamientos medioambientales han sido escasos en el ámbito del turismo de golf.

Hace relativamente poco tiempo que la investigación académica ha centrado su atención en el turismo de golf (Mason y Moretti, 2015). Se puede apreciar que el estudio del turismo de golf ha emergido como un interesante campo de investigación (Pastor et al., 2015), como así lo han demostrado una gran variedad de estudios recientes sobre el tópico (Aksu, Uçar y Kiliçarslan, 2016; Dai, Puyana y Han, 2016; Enz y Canina, 2017; Han, Yoon y Woods, 2016; López-Bonilla y López-Bonilla, 2016; Ramírez-Hurtado y Berbel-Pineda, 2015). Además, la investigación sobre la sostenibilidad en el golf se ha incrementado en los últimos años, pero tratándose desde un enfoque de los propios campos de golf (Briassoulis, 2007; Chen et al., 2009; Chen, Liu y Liaw, 2011; Dai, Puyana y Han, 2016; Espejo, 2004; Vargas-Sánchez y Riquel-Ligero, 2009; Villar, 2013). Sobre todo, cabe destacar que los estudios sobre los impactos negativos de los campos de golf han sido predominantes, centrándose especialmente en el abuso de agua para el riego (v.gr. Devitt et al., 2004; Utrero-González y Callado-Muñoz, 2014), la polución (v.gr. Li et al., 2013), los productos químicos usados (Kim et al., 2014; Rice, Horgan y Hamlin, 2017) y los efectos sobre la vida salvaje y el hábitat (Fox y Hockey, 2007; Neo, 2001).

Por otra parte, las actitudes y los comportamientos medioambientales han sido estudiados ampliamente tanto en la literatura de ocio recreativo al aire libre (v. gr. Etminani-Ghasrodashti, Paydar y Ardeshiri, 2018; Gamborg y Jensen, 2017; Kil, Holland y Stein, 2014; Larson et al., 2015; Larson, Whiting y Green, 2011; Larson, Usher y Chapmon,

2017; Stodolska, 2005), como en la literature sobre turismo sostenible (v.gr. Baird, Hall y Castka, 2018; Hall et al., 2016; Juvan y Dolnicar, 2014, 2017; Kang y Moscardo, 2006; Poudel y Nyaupane, 2017). Sin embargo, la sostenibilidad del golf desde una perspectiva del consumidor o usuario ha sido muy poco investigada (v. gr. López-Bonilla y López-Bonilla, 2012, 2016; Minoli, Goode y Metcalfe, 2018; Minoli, Goode y Smith, 2015). Por lo tanto, las actitudes y los comportamientos medioambientales han recibido una atención escasa en la investigación académica en comparación a otras áreas de estudio. En concreto, ha habido muy poca investigación respecto a la concienciación e interés de los turistas por los comportamientos responsables en los viajes (Kang y Moscardo, 2006), así como en torno al conocimiento de los turistas que son personas ecológicamente amigables (Dolnicar, Crouch y Long, 2008).

En definitiva, con la presente tesis doctoral se trata de cubrir este gap en la literatura académica española, desde una perspectiva más amplia como es la investigación científica hasta un enfoque específico como resulta ser el estudio turístico. Con ello, se procura fortalecer la difusión internacional de los investigadores españoles en el ámbito turístico. La posición de España en el sector turístico mundial, así como la importancia de la investigación turística española, suponen un motivo extraordinario para desarrollar esta tesis doctoral. De este modo, se pretende aportar especialmente un mayor conocimiento sobre este tópico a la comunidad científica nacional e internacional en el ámbito turístico. Los hallazgos de la tesis pueden ser útiles tanto para instituciones e investigadores, como para estudiantes de doctorado y master.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA TESIS DOCTORAL

La presente tesis doctoral trata de alcanzar una serie de objetivos, tanto generales como específicos, que abarcan propuestas de carácter cualitativo y cuantitativo. El objetivo general se enmarca en el contexto de analizar y comprender las relaciones existentes entre el turismo de golf y la sostenibilidad. Siendo más concretos sobre el objeto de estudio que se propone en la tesis, podemos establecer varios objetivos específicos a alcanzar, como se detallan a continuación.

- (1) El primer objetivo principal de esta tesis es observar el progreso de la investigación sobre turismo de golf desde la perspectiva de la sostenibilidad. Por ello, se pretende realizar una revisión exhaustiva sobre este tópico, valorando su producción científica y tratando de descubrir aspectos concretos del contexto y de los contenidos de los estudios realizados hasta la actualidad, de modo que facilite identificar las distintas líneas de investigación que se han desarrollado y que presentan un mayor potencial para continuar con ellas.

- (2) El segundo objetivo principal de esta tesis es profundizar en el análisis de las relaciones entre actitudes y comportamientos medioambientales en el contexto del turismo de golf. Para ello, se trata de observar la influencia que puede ejercer las actitudes medioambientales sobre las intenciones medioambientales de los turistas de golf desde una perspectiva cross-cultural, es decir, valorando el efecto moderador que puede suponer la nacionalidad de estos individuos.

- (3) El tercer objetivo principal de esta tesis es examinar los factores personales que influyen en el comportamiento turístico proambiental desde una perspectiva de género. En concreto, se pretende analizar tanto las relaciones como las interacciones entre las actitudes medioambientales, los hábitos y las capacidades personales en el contexto turístico de golf, observando el efecto moderador del género.

4. ESTRUCTURA DE LA TESIS DOCTORAL

La presente tesis doctoral ha sido elaborada en el formato de Tesis por Compendio, siendo aprobada por la Comisión del Programa de Doctorado Interuniversitario en Turismo en su sesión de fecha 15 de mayo de 2020. Esta tesis doctoral se ha organizado por compendio de artículos científicos que han sido publicados en co-autoría entre la doctoranda y sus directores de tesis doctoral, respetando la normativa del Programa de Doctorado en cuanto al orden de firmas entre los autores para que sea considerada una tesis por compendio.

La tesis se estructura en tres bloques de contenidos, de manera que el primero de ellos se compone de esta misma introducción, que sintetiza especialmente los contenidos relativos

a la justificación y los objetivos fundamentales de la tesis doctoral, y también se desarrolla un capítulo dedicado a los conceptos básicos relacionados con el turismo de golf, así como a las cifras. Posteriormente, un segundo bloque se ocupa del compendio de las publicaciones realizadas, por lo que está formado por tres capítulos centrados en una profunda revisión de la literatura sobre turismo de golf y sostenibilidad y en el análisis de las actitudes y los comportamientos medioambientales desde una doble perspectiva cultural y de género. Por último, en el tercer bloque de contenidos se desarrollan las conclusiones generales, incluyendo limitaciones, recomendaciones y futuras líneas de investigación.

En cuanto al segundo bloque relativo al compendio de publicaciones realizadas en el período de duración de la tesis doctoral, como estipula la normativa del Programa de Doctorado Interuniversitario en Turismo, se han publicado tres artículos en revistas científicas indexadas en bases de datos de reconocido prestigio internacional. Los índices de calidad de estos trabajos están representados por los espacios en los que han sido publicados. A continuación, se subrayan los indicadores de calidad de los trabajos publicados que consideramos más representativos y que avalan la relevancia científica de la Tesis por Compendio.

Los tres artículos de la presente Tesis por Compendio han sido publicados en la revista científica *Sustainability*, cuyos información de referencia es la siguiente:

Sustainability (ISSN 2071-1050) es una revista internacional y multidisciplinaria que está patrocinada por la Editorial suiza MDPI. Esta revista académica es de acceso abierto y está enfocada a la sostenibilidad ambiental, cultural, económica y social de los seres humanos. Esta revista está indexada en la *Web of Science* (WoS), perteneciendo al catálogo de *ISI Journal Citation Reports* (JCR). Además, su factor de impacto JCR actual es de 2,592 en 2019 y el de los últimos cinco años es de 2,801. Se halla incluida en las categorías siguientes: 'Environmental Sciences' (SCIE), posición 105/250 (Q2); 'Green & Sustainable Science & Technology' (SCIE), 20/35 (Q3); 'Green & Sustainable Science & Technology' (SSCI), 3/6 (Q2); y 'Environmental Studies' (SSCI), 44/116 (Q2).

Capítulo 1

Turismo de golf, cifras y conceptos relacionados

1.1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad socioeconómica de gran importancia para la economía de un país. Dicha actividad produce flujos de turistas que repercuten de manera directa en la economía de un determinado lugar, debido a los gastos que realizan durante el tiempo que permanecen en el lugar de destino elegido. El turismo no sólo aporta grandes beneficios para un lugar desde el punto de vista económico, sino también desde el punto de vista social y cultural.

Los últimos datos anuales publicados por la Organización Mundial del Turismo (2020a) señalan que las llegadas de turistas internacionales crecieron un 4% en 2018 hasta alcanzar la cota de los 1.500 millones a nivel mundial, y que dicha cifra se había alcanzado dos años antes de lo que la OMT había previsto. Todo ello, debido a una economía mundial relativamente fuerte, una creciente clase media en las economías emergentes, avances tecnológicos, nuevos modelos de negocio, unos costes de viaje asequibles y la simplificación del régimen de visados (OMT, 2019a). La información recogida hasta dicha fecha, muestra como el turismo internacional ha crecido más que la economía mundial. Sin embargo, la OMT (2020b) ha estimado, en mayo de 2020, que las cifras de turismo internacional podrían reducirse entre un 60% y un 80% para el año 2020 con motivo de la pandemia del COVID-19, dependiendo de los posibles escenarios de apertura de fronteras y de menores restricciones a los viajes en la segunda mitad del año.

Según la OMT (2019a), los países con mayor número de turistas internacionales son Francia (89,4 millones), seguido de España (82,7 millones) y Estados Unidos (79,6 millones). Por su parte, el Informe sobre Competitividad en Viajes y Turismo 2019, elaborado por el Foro Económico Mundial, indica que España fue el país más competitivo del mundo en términos turísticos, seguido de Francia, Alemania, Japón y Estados Unidos. La clasificación de los países se realizó en función de factores sociales, económicos y políticas que permiten el desarrollo sostenible de los viajes y la contribución del turismo al desarrollo y la competitividad del país.

Por otra parte, los países emisores más importantes para España son Gran Bretaña (18,07 millones de turistas), Alemania (11,17 millones) y Francia (11,15 millones), según cifras del INE (2020). Estos tres países concentran prácticamente la mitad de los turistas que visitan nuestro país. En lo que respecta a Andalucía, se recibieron 12,07 millones de turistas internacionales, siendo la cuarta región española con mayor cuota de mercado, por detrás de Cataluña (19,3 millones), Baleares (13,6 millones) y Canarias (13,1 millones).

1.2. TURISMO ACTIVO

El concepto de turismo está enfocado desde diferentes disciplinas académicas (economía, ecología, psicología, geografía, sociología, historia, estadística, derecho y las ciencias políticas y administrativas). Por ello, Cárdenas (2001) sostiene que el turismo es el “conjunto de desplazamientos que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos”.

El actual modo de vida de la población del siglo XXI, en el que destacan aspectos como son, entre otras, el estrés, la polución, las actividades rutinarias y las largas jornadas laborales, ha dado lugar a que los ciudadanos queramos tener mayor cantidad y calidad de tiempo libre y de ocio. Ello ha ocasionado una nueva demanda turística a nivel mundial, la cual es una alternativa al turismo tradicional de sol y playa que se denomina Turismo Activo.

La demanda creciente de Turismo Activo está relacionada con diversas motivaciones como son: la búsqueda de emociones fuertes, la consecución de retos o hazañas deportivas, la experimentación de vivencias únicas o la práctica de actividades de ocio que contribuyan al bienestar, la superación o el propio desarrollo personal, haciendo cosas distintas en un ambiente o entorno totalmente diferente al habitual e intentando romper con la realidad cotidiana y con la rutina diaria (Rivera, 2010).

Siguiendo a González (2008), existe actualmente una amplia variedad de términos y de nombres para determinar nuevas tendencias turísticas, pero que presenta una plural gama de formas, modalidades y de denominaciones conceptuales que, en función de sus objetivos y actividades propias, aparecen identificadas con diversas terminologías, entre las

que cabe citar: Turismo Alternativo, Turismo Verde, Turismo Rural, Turismo Ecológico o Ecoturismo, Turismo Deportivo, Turismo de Aventuras, Turismo de Nieve, Turismo de Naturaleza (Bote, 1992; Pérez de las Heras, 1999; Cooper et al., 1997; McIntosh, Goeldner y Ritchie, 1995). Todas estas formas de turismo mencionadas se pueden aglutinar bajo el paraguas común de Turismo Activo (González, 2008). Además, este autor supone que dicho término puede ser un concepto generalista para definir en su conjunto, y con bastante amplitud, a un tipo de turismo muy especializado y que presenta una amplia gama de actividades. González (2008) reconoce que, aunque cada modalidad de turismo tiene características diferentes, existe una serie de rasgos o motivos comunes en ellas, como son: realizar actividades, acción, dinamismo, naturaleza, espacios rurales, respeto al medio ambiente, deseo de aventuras, curiosidad y descubrimiento, sensibilidad y conciencia social, responsabilidad en el uso racional de los recursos naturales, sostenibilidad, entre otros aspectos.

Kim et al. (2015) sostienen que, para este tipo de turismo, la actividad físico-deportiva se muestra como la primera motivación a tener en cuenta para viajar, suponiendo para el turista tener carácter propio y diferenciado en aquellas pruebas deportivas en las que participa. En cambio, para Rivera (2010), en sentido estricto, el término “turismo activo” se entiende como similar o casi sinónimo del concepto de “vacaciones activas” (activity holidays, en la terminología anglosajona), cuya definición ha sido establecida por la OMT (1985) como “aquéllas durante las cuales los turistas se dedican a actividades culturales, artesanales, deportivas, etc. con la intención de realizarse personalmente y desarrollar su personalidad”. Rivera (2010) manifiesta que dicha definición es muy amplia y genérica al incluir un universo variado y numeroso de actividades, tanto de índole recreativa al aire libre (outdoor recreation, en la acepción anglosajona) como de carácter cultural, deportivo o de aventura, aunque con el denominador común de la búsqueda de unas vacaciones específicamente dinámicas, de carácter motriz e interactivo, en las que el turista puede convertirse en sujeto activo y protagonista de la experiencia viajera, no contento ya con “ver” sino prefiriendo “hacer”.

Son varias las definiciones que hemos encontrado en la literatura sobre turismo activo. Una de ellas es la que propone Hall (1992): “el turismo activo puede definirse como aquél basado en el viaje a lugares que ofrecen características que son propicias para la práctica de algún deporte y que al mismo tiempo permite disfrutar del entorno natural donde se

encuentra”. Standeven y De Knop (1999) lo define como un turismo relacionado con todo tipo de actividades físicas, que tiene por objeto la expresión o la mejora de la condición física o psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones deportivas. Desde otra perspectiva, Hinch y Higham (2001) sostienen que este tipo de turismo ofrece experiencias y emociones en primera persona, practicando un determinado deporte o como espectador del mismo. Como podemos observar, no solo se incluye dentro del turismo activo al turista que practica un deporte, sino también al que acude como espectador.

Lagardera (2002) determina cuatro tipos de turismo en el medio natural, los cuales deben ser gestionados de manera eficaz para su adecuado desarrollo sostenible: turismo rural, turismo activo, turismo verde y turismo ecológico. Este autor entiende el turismo activo como una alternativa al turismo tradicional, ya consolidada, que consiste en la oferta de actividades recreativas, deportivas y culturales, además del alojamiento y desplazamiento, tanto en el ámbito de la costa marítima como en la montaña.

Por su parte, Granero (2007) opina que no existe un acuerdo generalizado en cuanto a la denominación y definición de turismo activo, tanto de las prácticas de actividades físico-recreativas en el medio natural, como de los distintos tipos de turismo desarrollados de forma activa en la naturaleza. De ahí que Luque (2003) advierte que la literatura académica ha utilizado distintos términos para referirse a una misma tipología: turismo deportivo en la naturaleza, turismo activo, turismo de aventura, turismo deportivo activo o turismo blando. Por tanto, podemos distinguir entre autores que relacionan el turismo activo con actividad, deporte o movilidad (Nasser, 1995) y otros que van más allá, asociándolo con “una experiencia significativa que relaciona al ser humano con el aire libre” (Miranda, Lacasa y Muro, 1995, p. 53). En este sentido, Luque (2003) sitúa al turismo activo muy próximo al turismo de aventura, motivado por la vivencia de experiencias con cierto riesgo en un medio natural, mientras que el turismo deportivo responde a su motivación principal, que es la práctica de una actividad deportiva.

Araujo, Paü y Fraiz (2011) establecen que el “turismo activo o de aventura”, implica la realización de actividades físicas con mayor o menor grado de intensidad y está integrado dentro del turismo de naturaleza. La mayoría de los autores utilizan los términos “turismo de aventura” y “turismo activo” para referirse a un mismo concepto, ya que son términos

muy próximos entre sí. Luque (2003) trata de aclarar este hecho, indicando que la búsqueda de aventura es lo que caracteriza a este tipo de turismo, de manera que uno de los rasgos citados frecuentemente en la mayoría de las definiciones es la sensación de riesgo o aparente peligro que suele acompañar a estas prácticas de turismo. No obstante, hay autores que establecen diferencias entre ambos conceptos, como Eagles, McCool y Haynes (2003), que señalan que el turismo de aventura es realmente una variante distintiva del turismo activo, siendo un tipo de turismo que requiere de un esfuerzo considerable y que se practica al aire libre, generalmente, en lugares remotos que implican actividades de riesgo.

1.3. TURISMO DEPORTIVO

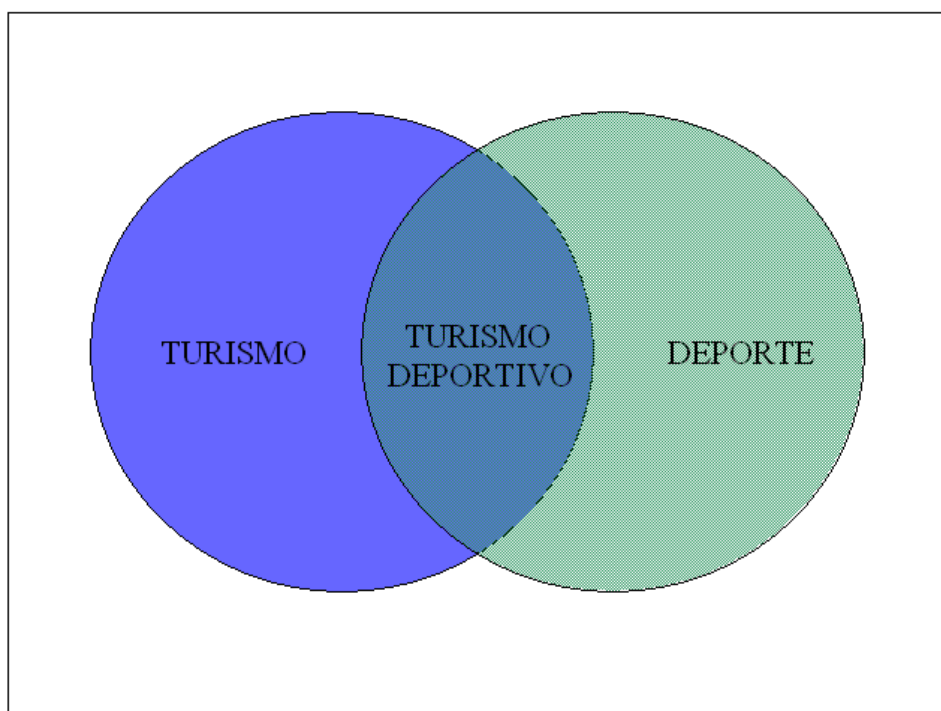
Los términos de turismo y deporte se asocian por primera vez en los deportes de invierno en los Alpes a principios del siglo XX, aunque empieza a conformarse a mediados de siglo, hasta que el término turismo deportivo aparece como tal en el año 1970 en Francia (Latiesa, Paniza y Madrid, 2000; Pigeassou, Bui-Xuan y Gleyse, 2003). El Comité Olímpico Internacional (COI) y la Organización Mundial de Turismo (OMT) suscribieron un acuerdo de cooperación en 1999, en el que ambas instituciones declararon de manera explícita la importancia que supone la relación entre el turismo y el deporte (Latiesa y Paniza, 2006). En un intento de profundizar en la relación entre turismo y deporte se acuña el término “turismo deportivo” para comprender mejor el uso del deporte como empeño turístico (Kurtzman, 2001).

Autores como Gammon y Robinson (1997) o Ritchie y Adair (2004) consideran que el concepto de deporte relacionado con el turismo ha evolucionado en los últimos tiempos, llegando a considerarlos dos campos de investigación de substancial importancia para muchos investigadores. De hecho, el gran crecimiento de la demanda de actividades deportivas se une al deseo de experimentar nuevas sensaciones a través del deporte durante el tiempo dedicado a las vacaciones. Por esta razón, la industria turística ahonda en una opción que parece resultar más que válida y a la que se están sumando diferentes instituciones, gobiernos e intereses privados (Puertas, 2007).

En cambio, para Carvalho y Lourenço (2009), la evolución del deporte y el turismo surge para ambos en la revolución industrial y presentan una evolución individualizada, aunque

con una fuerte correlación. Además de desarrollarse individualmente, el turismo y el deporte se han desarrollado con el tiempo de manera sistémica, con sinergias y áreas de superposición, dando lugar a lo que en la literatura se denomina “turismo deportivo” (Carvalho y Lourenço, 2009). De tal modo, estos autores opinan que hay un conjunto de actividades que son tanto turísticas como deportivas y que el turismo deportivo no surge de ninguna ruptura con el deporte o el turismo, sino de un enfoque metodológico multidisciplinario entre ambos fenómenos. Jiménez-Naranjo (2019) sostiene que deporte y turismo constituyen dos actividades complementarias: los acontecimientos deportivos generan turismo y los turistas realizan diferentes actividades mientras disfrutan de su ocio, entre las que se incluyen prácticas deportivas.

Figura 1.1. Interrelación de turismo y deporte



Fuente: Carvalho y Lourenço (2009)

Hay muchos autores que han tratado de definir el concepto de turismo deportivo (Jiménez-Naranjo et al., 2016). Por ejemplo, Hall (1992) señala que el turismo deportivo representa aquellos desplazamientos realizados por motivos recreativos para participar u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual. González (2008) sugiere que la motivación principal del turismo deportivo es la realización de un conjunto de prácticas físico-deportivas específicas para las que se necesita tener un buen estado de forma y una

depurada técnica, así como unas infraestructuras de organización y reglamentación muy bien definidas, respondiendo a la búsqueda de nuevos retos personales, con una clara proyección social y objetivos saludables. Más recientemente, la Organización Mundial del Turismo define el turismo deportivo como “un tipo de actividad turística que se refiere a la experiencia viajera del turista que o bien observa como espectador, o bien participa activamente, en un evento deportivo que implica por lo general actividades comerciales y no comerciales de naturaleza competitiva” (OMT, 2019b: 55).

Siguiendo a De Knop (1999), es interesante resaltar la distinción entre dos conceptos relacionados, como son “deporte en vacaciones” y “vacaciones deportivas”, en función de la intencionalidad y del tiempo invertido en la actividad durante el periodo vacacional. La expresión de “deporte en vacaciones” ofrece dos alternativas distintas, ya que se puede utilizar de manera complementaria u ocasional. En el primer caso (deporte como complemento), la finalidad del turista es dedicar parte de sus vacaciones a alguna actividad física, pero no es la función principal de éstas, sino un complemento deportivo de la oferta turística. En el segundo caso (deporte ocasional), el turista no tiene prevista con anterioridad la práctica de algún deporte, ni existe una oferta deportiva como parte de la elección del destino turístico, pero durante su estancia practica deporte de manera ocasional.

Por otro parte, el concepto de “vacaciones deportivas” se identifica con las siguientes alternativas: (a) vacaciones deportivas puras activas, cuya intencionalidad e inversión temporal del turista en actividades deportivas es el motivo fundamental de su desplazamiento; y (b) vacaciones deportivas puras pasivas, cuya finalidad es la asistencia a un evento deportivo, entendido éste como espectáculo.

De la relación existente entre deporte y turismo, Gammon y Robinson (1997) proporcionan las siguientes definiciones:

Turismo deportivo (Sport Tourism), que incluyen aquellos individuos que participan activa o pasivamente en deportes competitivos o recreativos durante los viajes que realizan fuera de su residencia habitual. Esta definición ofrece dos vertientes posibles, como son la participación activa o pasiva en eventos deportivos competitivos (definición fuerte) y la participación activa o pasiva en deportes recreativos (definición débil).

Deporte turístico (Tourism Sport), que abarca a aquellas personas que participan activa o pasivamente en deportes competitivos o recreativos como una actividad secundaria cuando viajan fuera de su lugar de residencia habitual. Esta definición se subdivide también en dos tipologías, como son los turistas que tienen como refuerzo la participación activa o pasiva en algún deporte (definición fuerte) y los turistas que tienen una participación accidental en algunas formas menores de deporte (definición débil).

Latiesa, Paniza y Madrid (2000) manifiestan que existe una extensa polémica sobre la idoneidad de los términos “turismo deportivo” y “deporte turístico”, debido a que es muy diferente afrontar la definición desde la perspectiva deportiva o desde la perspectiva turística.

Latiesa y Paniza (2006) afirman que las motivaciones del viaje son determinantes para que un turista pueda ser calificado como turista deportivo. De esta manera, estos autores distinguen las siguientes motivaciones:

- Turista deportivo motivado por la competición o el espectáculo deportivo.
- Turista deportivo motivado por la realización de actividad deportiva recreativa o competitiva (pasiva o activa).
- Turista deportivo motivado por la realización de actividad físico deportiva recreativa (pasiva o activa).

Para realizar un análisis de las motivaciones de los turistas deportivos, Latiesa y Paniza (2006) identifican los dos modelos que se detallan a continuación.

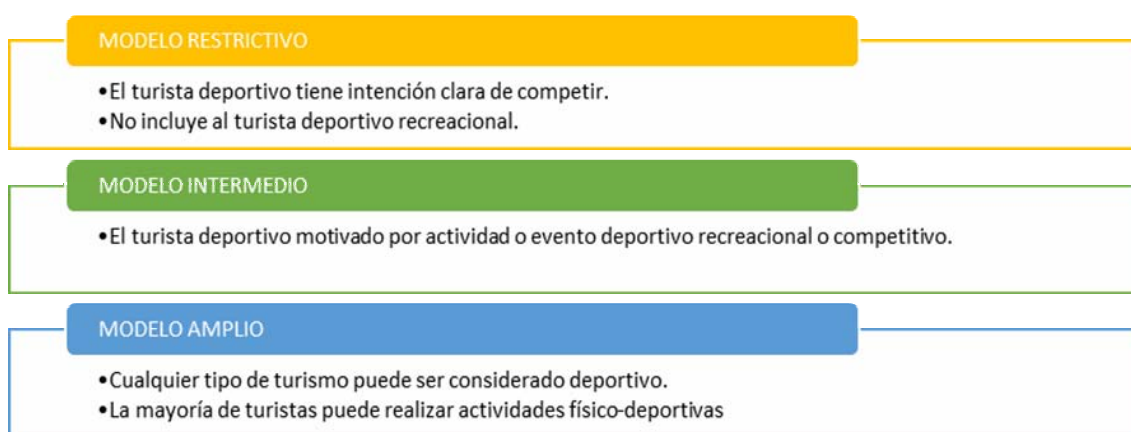
- **Modelo restrictivo:** propuesto por Deery, Jago y Fredline (2004) y en el que el “turista deportivo es aquel que participa activa o pasivamente en eventos deportivos competitivos”. Para los autores, un turista que realiza actividad deportiva recreativa no puede identificarse como turista deportivo, ya que puede ser al mismo tiempo un turista de sol y playa o bien un turista cultural. En ambos casos se complementa el objetivo principal con el deporte (Latiesa y Paniza, 2006). Desde este punto de vista, para que a una persona se le pueda catalogar como turista deportivo, los autores defienden que la motivación clave para realizar el viaje tiene que ser la práctica deportiva competitiva, ya sea para contemplar un evento o como participante activo en el evento. Los elementos principales que identifican este modelo competitivo de turismo deportivo son (a) la actividad deportiva competitiva;

(b) la motivación, ya sea asistencia intencionada, participación como jugador o asistente oficial; y (c) la existencia de un componente de viaje y estar fuera del lugar habitual de residencia.

- **Modelo amplio:** apoyado por autores como Gamon y Robinson (1997) y Kurtzman y Zauhar (1997), los cuales perciben el turismo deportivo como aquellas actividades que se realizan fuera del lugar habitual de residencia, no sólo por motivos competitivos, sino también por motivos recreativos, y coinciden principalmente en cuatro aspectos que hacen distintivo a este tipo de turismo: (a) desplazamiento a un lugar distinto del habitual de residencia o trabajo; (b) los fines del viaje son principalmente recreativos (ocio), pero relacionados de alguna forma con el deporte, ya sea en instalaciones artificiales o en el medio natural; (c) se puede realizar actividad física u observar espectáculos deportivos (pasivo-activo); y (d) pueden o no existir fines competitivos.

Frente a estos dos modelos contrapuestos, Latiesa y Paniza (2006), siguiendo el concepto de turista deportivo de Gammon y Robinson (1997), han propuesto el que denominaron como “**modelo intermedio**” y en el que el turista deportivo se encuentra motivado a priori por una actividad o evento deportivo para realizar sus desplazamientos recreativos o competitivos.

Figura 1.2. Modelos de motivación del turista deportivo



Fuente: elaboración propia a partir de Latiesa y Paniza (2006)

Latiesa y Paniza (2006) determinan que son dos los factores que intervienen en el proceso de decisión del lugar de destino de los turistas deportivos. Por un lado, la intensidad motivacional del deporte en la elección del destino y, por otro, el posicionamiento del destino a nivel nacional e internacional.

A partir de los conceptos aportados por otros autores en torno a las características del turista deportivo, Jiménez-Naranjo (2019) aporta una nueva perspectiva para clasificar esta tipología turística en función de sus atributos y modalidades, cuya información se ha resumido en la tabla 1.1.

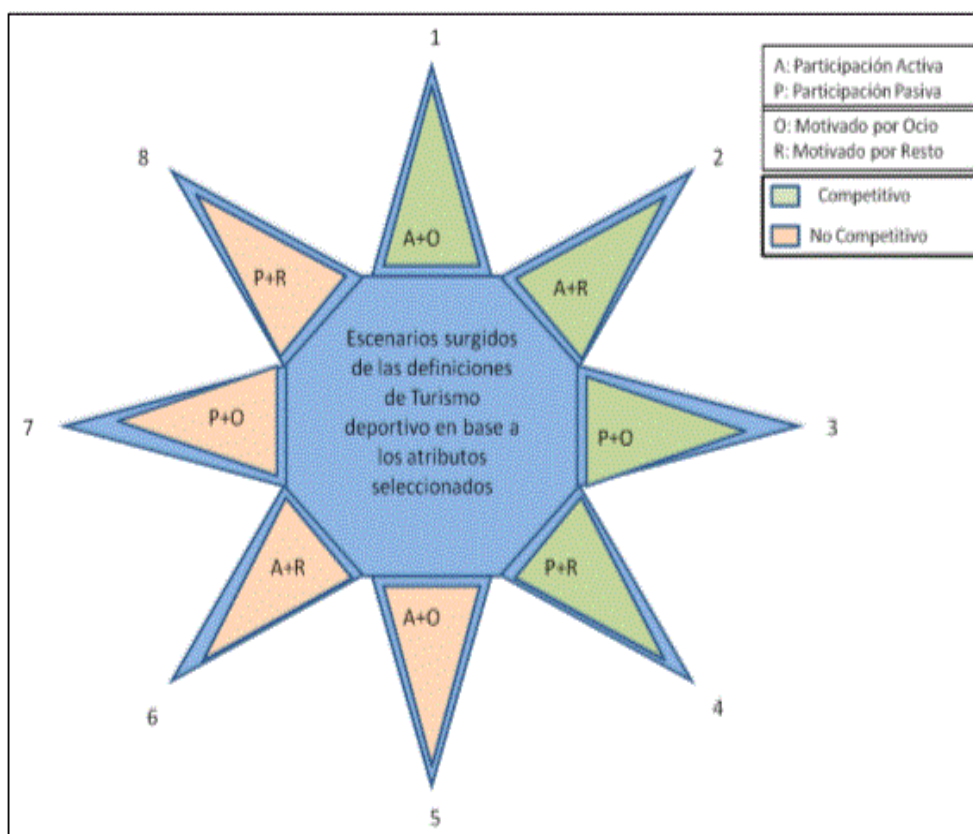
Tabla 1.1. Tipología de turistas deportivos

Atributos	Modalidad	Autor
Tipo de actividad deportiva	Competitiva	Deery, Jago y Fredline (2004)
	No competitiva	Gamon y Robinson (1997)
Participación	Activa	Gamon y Robinson (1997)
	Pasiva	Hall (1992), Gamon y Robinson (1997)
Motivación del viaje	Ocio	Gibson (1998)
	Profesional (otros)	Standeven y De Knop (1999)

Fuente: elaboración propia a partir de Jiménez-Naranjo (2019)

El modelo que plantea Jiménez-Naranjo (2019) presenta una serie de posibles combinaciones, donde cada escenario se corresponde con un tipo de turista que posee unas características determinadas. Es decir, dependiendo de que la actividad deportiva sea competitiva o no, del tipo de participación y de la motivación del turista para realizar una actividad, Jiménez-Naranjo (2019) propone el modelo que mostramos en la figura 1.3.

Figura 1.3. Estrella de escenarios de turismo deportivo



Fuente: Jiménez-Naranjo (2019)

Como podemos observar, en la figura 1.3 se representan ocho posibles escenarios, donde cada uno de ellos hace referencia a una clasificación del turista teniendo en cuenta las características a las que hemos hecho referencia en la tabla 1.1, como describimos a continuación.

- Escenario tipo 1: aquella actividad deportiva “competitiva”, participación “activa” y motivación “ocio”. Planteamos el ejemplo de aquellos turistas que participan en torneos de golf durante sus vacaciones, o la de aquellos jóvenes que participan en un campeonato universitario. Lo que da lugar a los turistas tipo 1.
- Escenario tipo 2: aquella actividad deportiva “competitiva”, participación “activa” y motivación “resto”. En este contexto se encontraría el caso del turismo generado por los deportistas profesionales que participan en un evento deportivo. Lo que da lugar a los turistas tipo 2.

- Escenario tipo 3: aquella actividad deportiva “competitiva”, participación “pasiva” y motivación “ocio”. Clasificaríamos en esta situación, por ejemplo, a aquellos turistas que acuden a un lugar para ver una Olimpiada. Lo que da lugar a los turistas tipo 3.
- Escenario tipo 4: aquella actividad deportiva “competitiva”, participación “pasiva” y motivación “resto”. Englobaríamos aquí el turismo generado por los árbitros y todo tipo de personal que participa en la celebración de eventos deportivos. Lo que da lugar a los turistas tipo 4.
- Escenario tipo 5: aquella actividad deportiva “no competitiva”, participación “activa” y motivación “ocio”. Planteamos el ejemplo de una familia que disfruta de sus vacaciones en una estación de montaña practicando esquí. Lo que da lugar a los turistas tipo 5.
- Escenario tipo 6: aquella actividad deportiva “no competitiva”, participación “activa” y motivación “resto”. Podríamos clasificar en este contexto el caso de unos directivos de empresa que realizan un congreso anual en el que se llevan a cabo actividades que fomenten la convivencia entre ellos, como sería el senderismo. Lo que da lugar a los turistas tipo 6.
- Escenario tipo 7: aquella actividad deportiva “no competitiva”, participación “pasiva” y motivación “ocio”. Se encontrarían en este escenario aquellas personas que visitan lugares de interés relacionados con la actividad deportiva, como son museos. Lo que da lugar a los turistas tipo 7.
- Escenario tipo 8: aquella actividad deportiva “no competitiva”, participación “pasiva” y motivación “resto”. Englobaríamos en esta situación, por ejemplo, a unos estudiantes que aprovechan una participación en un congreso para visitar un museo de un club de fútbol. Lo que da lugar a los turistas tipo 8.

Desde un punto de vista diferente al anterior, Deery, Jago y Fredline (2004) argumentan que aquellos que viajan, ya sea como participantes o espectadores, sobre todo lo harán por el deporte de competición, es decir, la motivación para participar debe ser el principal motor para el viaje. Estos autores ponen como ejemplo el Open de Tenis de Australia, el cual atrae a un gran número de turistas, tanto competidores como asistentes. Las excepciones principales a esta definición son los “entusiastas del deporte”, que viajan con

la idea de experimentar un deporte en particular en un destino concreto exclusivamente por ser el lugar de la ubicación de ese deporte. En este caso también son turistas deportivos, pero es posible que no necesariamente se esté compitiendo en un evento, como ocurre, por ejemplo, con los amantes del golf que deseen jugar en diferentes campos de golf alrededor del mundo (Deery, Jago y Fredline, 2004).

En torno al concepto de turismo deportivo es necesario hacer mención a los eventos deportivos, que se consideran como una de sus modalidades, e incluso llegando a ser entendidos como uno de sus mayores componentes y, quizás, el más significativo en relación al número de turistas e impacto económico (Getz, 2003; Deery, Jago y Fredline, 2004). Los eventos deportivos son manifestaciones que atraen gran masa de sujetos, unos para realizar la propia práctica deportiva y otros para disfrutar del espectáculo, por lo que estas concentraciones constituyen una excusa perfecta para realizar turismo deportivo o deporte turístico (activo y/o pasivo), según cada caso (Latiesa, Paniza y Madrid, 2000).

Como indican Herstein y Jaffe (2008), la demanda de esta modalidad turística ha aumentado considerablemente en todo el mundo debido a la mayor importancia otorgada a la salud y a la condición física, así como a la creciente celebración de eventos deportivos por parte de las ciudades para atraer turistas deportivos. Estos autores clasifican en tres categorías diferentes a los turistas deportivos, como son: (a) participantes del evento, que son aquellas personas que viajan para participar en un evento deportivo organizado; (b) espectadores del evento, que son los asistentes a un evento deportivo organizado; y (c) amantes del deporte, que viajan con el fin de participar en deportes «auto-organizados».

Siguiendo a Getz (2003), la celebración de eventos deportivos ha adquirido una gran relevancia para el sector turístico, ya que se han convertido en un reclamo muy importante para miles de aficionados, siendo actualmente una gran oportunidad para los destinos turísticos que buscan aumentar sus atractivos, tanto por el número de turistas que atraen como por su impacto económico. En definitiva, el turismo deportivo contribuye en gran medida en el sector turístico, pudiendo comprobarse, por ejemplo, que cada vez es mayor

el gasto de turistas internacionales que viajan a España por motivos deportivos en los últimos años.

1.4. TURISMO DE GOLF

Como hemos comentado en los epígrafes anteriores, los turistas demandan cada vez más actividades deportivas que requieren contacto con la naturaleza y se realicen al aire libre. Siguiendo a Paniza (2005), los usuarios o consumidores que eligen esta modalidad en sus vacaciones buscan una mejora de la calidad, tanto en la experiencia como en el medio físico y social que les rodean, dando valor a aspectos concretos como son los destinos limpios, los ambientes naturales protegidos e incluso los aspectos culturales distintivos, entre otros. Esta tendencia en la demanda turística ha dado lugar a que el golf sea una de las alternativas que gozan de mayor interés por parte de sus usuarios. De ahí, que uno de los objetivos prioritarios de nuestro estudio sea analizar el turismo de golf en Andalucía.

El turismo de golf se ha convertido en uno de los productos con mayor empuje dentro del turismo deportivo en nuestro país, no solo por su contribución a los ingresos turísticos en general, sino por su aportación al avance y progreso de un turismo de calidad, y a la diversificación que genera en la oferta turística tradicional de España, favoreciendo principalmente un factor clave en el turismo como es la desestacionalización.

La actividad del golf, además de ser un segmento turístico que ha adquirido una gran relevancia, supone también una disciplina deportiva olímpica, habiendo participado en los Juegos de París (1900) y de Saint Louis (1904), pero siendo excluido posteriormente en los Juegos de Londres (1908) durante todo el siglo XX. Sin embargo, el 9 de octubre de 2009, el Comité Olímpico Internacional (COI) decidió incluir nuevamente el golf dentro del Programa Olímpico, para formar parte en los Juegos de Río de Janeiro en 2016, que va a tener su continuidad en los Juegos Olímpicos de Tokio 2020, ya prorrogados para el año siguiente con motivo de la pandemia del COVID-19.

Si en el concepto de turismo deportivo, el turista está motivado por la realización de algún deporte, y en el de deporte turístico, el turista no es jugador sino asistente a un espectáculo o eventos deportivos, ello nos sugiere que podemos situar el golf tanto en el marco del turismo deportivo como del deporte turístico. Por un lado, el golf produce desplazamientos de personas con la finalidad de jugar al golf y, por otro, tienen lugar desplazamientos de personas con el objeto de asistir como espectador de alguna competición o torneo profesional.

Robinson y Gammon (2004) han estudiado el turismo de golf como parte del turismo deportivo, pero teniendo en cuenta las motivaciones de los turistas. Ello, les hizo diferenciar entre el turismo deportivo de golf y el deporte turístico de golf. Para Paniza (2005), el turismo de golf supone un desplazamiento a un lugar distinto del habitual de residencia, con fines fundamentalmente de ocio, aunque también pueden ser formativo o de negocio, unidos a la práctica (jugador) o no (espectador), de una actividad física participativa e intencionada del deporte del golf. Hudson y Hudson (2010) fueron los primeros autores en publicar un libro sobre el turismo de golf, encuadrándolo dentro del turismo deportivo y siendo una de las ramas del turismo deportivo que se ha desarrollado más rápida dentro del turismo en general. Estos autores, basándose en Robinson y Gammon (2004), distinguieron dos subtipos (suave y duro) dentro de cada concepto, que se detalla en la tabla 1.2. Kiss (2014) encuadra también el turismo de golf dentro del ámbito del turismo deportivo, apoyado en la motivación que empuja al turista, ya sea por razones de ocio y recreo, o bien, por su participación activa o pasiva en eventos deportivos de golf.

Mientras que la definición dura del turismo deportivo de golf implica la participación activa o pasiva (jugador o espectador) en eventos deportivos competitivos (por ejemplo, Ryder Cup, Masters de Estados Unidos, British Open, European Tour, American PGA Tour, etc.), la definición suave conlleva una participación activa con fines recreativos, como visitar resorts de golf, cruceros de golf y escuelas de golf.

Tabla 1.2. Turismo deportivo y deporte turístico aplicados al golf

Turismo deportivo de golf		Deporte turístico de golf	
Definiciones			
Duro	Suave	Duro	Suave
La participación pasiva o activa en un evento deportivo competitivo	Principalmente participación recreativa activa en el deporte	Los visitantes que participan en alguna actividad deportiva menor o de ocio, su participación es puramente incidental. Incluye todas las instalaciones relacionadas con el golf que un turista puede encontrar	El turista como refuerzo secundario participa pasiva o activamente en el deporte
(Ryder Cup, Walker Cup, USA Masters, European Tour, American PGA Tour, British Open, Senior Tour, LPGA, eventos junior, etc.)	(Vacaciones de golf, resorts u hoteles de golf, cruceros de golf, escuelas de golf)	(Campos de golf ejecutivos, pitch and putt, golf loco, minigolf, putt, campos de prácticas, golf objetivo)	(Centros deportivos, hoteles, casas de vacaciones o villas de vacaciones cerca de campos de golf; Visitante Att ractions World Golf Hall of Fame, Florida; British Golf Museum, St. Andrews, Escocia)

Fuente: adaptado de Kiss (2014), basándose en Hudson y Hudson (2010)

Hudson y Hudson (2010) definen el turismo de golf como un tipo de viaje recreativo fuera de casa con el objetivo principal de jugar al golf, e implica la reserva de alojamiento, así como un mayor gasto no típico del que realiza un turista promedio. Todo esto puede suceder jugando al golf (realizando una actividad física activa), asistiendo a un campeonato de golf como acompañante o espectador (participación pasiva) o visitando actividades relacionadas con el golf, como puede ser un museo o un campo de golf mundialmente famoso.

La motivación es un factor de enorme importancia a la hora de estudiar el turismo de forma general, pero también de manera particular para el caso que nos ocupa en nuestra investigación, como es el turismo de golf, tanto en su vertiente activa como pasiva. En este sentido, Kiss (2014) interpreta la Teoría de la jerarquía de las necesidades motivacionales de Maslow (1979) desde el punto de vista de la actividad del golf, en cuya figura 1.4 se representan sus siete niveles.

Figura 1.4. Jerarquía de necesidades de Maslow desde la perspectiva del golf

Fuente: adaptado de Kiss (2014)

De manera similar, Villar (2011, p. 167) define el turismo de golf como aquella “actividad turística que se encuentra motivada por la práctica propia o la asistencia a torneos y eventos de golf y cuya razón de ser se encuentra fundamentalmente en la búsqueda de nuevos campos o desafíos para el jugador, condiciones ambientales aptas para el juego, alternativa turística de carácter activo, y celebración de competiciones”. Este autor señala que el golf se ha consolidado como una de las variantes más exitosas del turismo deportivo, exponiendo las razones principales del desarrollo del turismo de golf en los siguientes términos (p. 168):

- La variedad de campos. El hecho de que el golf se juegue en campos muy distintos conduce a los golfistas a buscar nuevos destinos y recintos donde jugar. Este hecho es muy importante y lo diferencia de otros deportes con recintos estandarizados y que apenas motivan desplazamientos turísticos.
- Las condiciones climatológicas. Al ser un deporte al aire libre, en determinadas épocas del año las continuas lluvias y las pocas horas de luz (v. gr., Centro y Norte de Europa) conducen a muchos golfistas a desplazarse a regiones con menor pluviosidad y mayor insolación (v. gr., Europa Mediterránea, España, Andalucía).

- La naturaleza del deporte del golf y del entorno de juego. Al tratarse de un deporte de ritmo lento, de largos paseos y de entornos tranquilos, el golf se convierte en una práctica atractiva para población madura y anciana, así como para población empleada en actividades de fuerte estrés y puestos de trabajo de escasa movilidad física.
- El complemento del turismo de sol y playa. Los desplazamientos vacacionales en busca de estos dos elementos pueden generar una oferta complementaria basada en diversificar la estancia del turista: visitas culturales, prácticas deportivas, etc.
- La celebración de competiciones de golf (deporte turístico).

1.4.1. Oferta de turismo de golf en España y Andalucía

La práctica del golf nació a principios del siglo XV en Escocia. Las Palmas Golf Club, actualmente el Real Club de Golf de Las Palmas, fue el primer club de golf que se inauguró en España en 1891. Posteriormente, le siguieron el Real Club de Golf Puerta de Hierro (inaugurado en 1904), el Real Golf Club de San Sebastián (1910), el Real Sociedad Golf de Neguri (1911) y el Real Golf Club de Zarauz (1916), alcanzando la cifra total de 651 clubs de golf en España a principios de 2020. No obstante, siguiendo a Paniza (2005), a partir de los años setenta es cuando el golf comienza a desarrollarse en España, consiguiendo llegar al resto de estratos sociales gracias a la expansión del turismo, la diversificación de las actividades de ocio, y la repercusión mediática de los éxitos deportivos de Severiano Ballesteros, transformando la visión del golf desde una actividad social a una actividad deportiva.

El Libro Verde de la Real Federación Española de Golf (2012) define un campo de golf como el conjunto de terrenos homologados por la Federación española para la práctica del golf, pudiendo disponer de uno o varios recorridos de 18 hoyos, pero siendo la cifra mínima homologada de 9 hoyos. Según recoge Villar (2011 p. 141), un campo de golf es una instalación deportiva especial, que carece de una medida estándar y, justamente, ésta es la clave de su éxito, por lo que el juego depende directamente del diseño del campo. Así, esta variedad de campos de golf puede explicar la motivación por conocer distintas instalaciones, así como explicar también los flujos turísticos.

Iglesias (2015) clasifica los campos de golf en función de la titularidad de sus propietarios o el tipo de gestión realizada en ellos, siendo como sigue:

- Campos privados: su uso se encuentra limitado únicamente a los socios que hayan adquirido algún tipo de título de adhesión al campo, por lo que el acceso libre de usuarios a sus instalaciones se encuentra restringido. De este modo, mantienen un uso exclusivo y limitado a los socios partícipes de su capital.
- Campos comerciales: el acceso a sus instalaciones es libre y abierto a cualquier usuario, previo pago de un green-fee (cuota de acceso y salida al campo). Es frecuente encontrar este tipo de campo en zonas turísticas, donde el jugador no posee residencia habitual, y la práctica del golf se efectúa de manera esporádica.
- Campos mixtos: son campos que recogen características de los dos anteriormente descritos. Por una parte, disponen de cierto número de abonados que pagan cuotas anuales o mensuales para tener acceso al campo y disponer de un green-fee algo más económico; y, por otra parte, se permite el juego a usuarios externos que abonen la cantidad estipulada por salir a jugar al campo. El acceso a las canchas de práctica suele ser libre.
- Campos públicos o municipales: aquellos campos en los que además de que el terreno puede ser de titularidad pública, la gestión del campo está participada por ayuntamientos o administraciones públicas, con objeto de poder facilitar la práctica de este deporte de manera algo más económica a la población cercana a las instalaciones del campo (por ejemplo, a través de algún tipo de subvención o reducciones tarifarias). El acceso al campo es abierto a cualquier usuario en general —abonado o no—, siendo preciso abonar los green-fees de salida al campo, aunque a un precio algo inferior que en las instalaciones privadas o mixtas.

Según los datos de la Real Federación Española de Golf, a principios de 2020 la oferta de campos de golf en España es de 444 campos de golf. En la tabla 1.3 mostramos la distribución de clubs de golf y campos de golf por Comunidades Autónomas en España. Existen un total de 651 clubs de golf federados, de los que 207 no disponen de campos de golf, resultando así un total de 444 campos de golf. A nivel nacional, Andalucía es la que concentra el mayor número de campos de golf (23%), le sigue Castilla y León y Cataluña, ambas con un 9%, y la Comunidad Valenciana y Madrid, ambas con un 8%. El resto de Comunidades Autónomas españolas tienen oferta de campos de golf, pero con una menor concentración.

Tabla 1.3. Clubs y campos de golf en España

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	Clubs sin campo	Número de hoyos								Total Clubs	Total Campos
		9	18	27	36	45	54	60	81		
ANDALUCÍA	37	12	64	14	9	1	1	1		139	102
ARAGÓN	4	8	4	2						18	14
ASTURIAS	5	9	10							24	19
C.VALENCIANA	25	12	18	2	3					60	35
CANTABRIA	13	7	3	1						24	11
CAST.-LA MANCHA	12	12	9							33	21
CASTILLA-LEON	11	27	11	4						53	42
CATALUÑA	26	11	21	5	3	2				68	42
CEUTA	1									1	0
EXTREMADURA	4	5	3							12	8
GALICIA	7	12	11	1						31	24
ISLAS CANARIAS	5	1	16	4	1					27	22
LA RIOJA	1		2	1						4	3
MADRID	34	16	13	3		3			1	70	36
ISLAS BALEARES		1	17	2	1	1				22	22
MELILLA	1	1								2	1
MURCIA	7	4	14		1		1			27	20
NAVARRA	3	1	4							8	5
PAIS VASCO	11	6	8	3						28	17
Total	207	145	228	42	18	7	2	1	1	651	444

Fuente: elaboración propia a partir de la RFEG (2020)

En cuanto al número de hoyos de los campos de golf, existe un total de 228 campos de 18 hoyos, 145 campos de 9 hoyos y 42 campos de 27 hoyos. Los restantes 29 campos tienen un número de hoyos igual o superior a 36. Andalucía es la Comunidad Autónoma con mayor número de campos de 18 hoyos (64 campos) y de campos de 27 hoyos (14 campos). En cambio, Castilla y León es la que posee un mayor número de campos de 9 hoyos, con un total de 27 campos. Por lo que se refiere a los clubs de golf federados sin campo de golf, en la Comunidad madrileña es de destacar que prácticamente el 50% del total de clubs federados (34), no tienen campo de golf.

Si nos situamos en la Comunidad Autónoma de Andalucía como principal destino turístico de golf de España, podemos observar en la tabla 1.4 que dispone de un total de 139 clubs federados, de los cuales hay 37 de ellos que no tienen campos de golf, resultando la oferta total de campos de golf en Andalucía de 102 campos de golf.

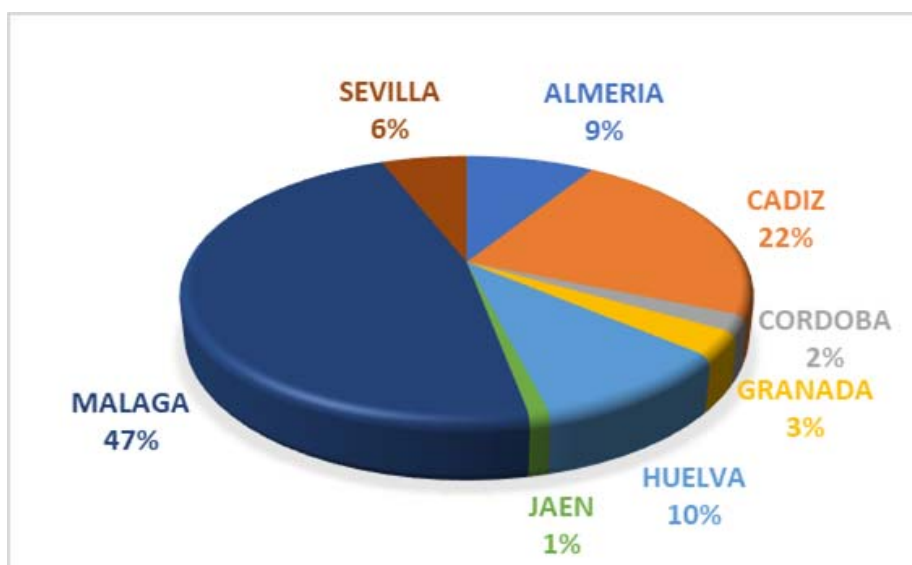
Tabla 1.4. Clubs y campos de golf en Andalucía

PROVINCIAS ANDALUZAS	Clubs sin campo	Número de hoyos							Total Clubs	Total Campos
		9	18	27	36	45	54	60		
ALMERIA	1		8	1					10	9
CADIZ	9	2	13	4	4				32	23
CORDOBA		1	1						2	2
GRANADA			2	1					3	3
HUELVA		1	7	1	1				10	10
JAEN	5	1							6	1
MALAGA	17	5	29	7	4	1	1	1	65	48
SEVILLA	5	2	4						11	6
Total	37	12	64	14	9	1	1	1	139	102

Fuente: elaboración propia a partir de la RFEG (2020)

La provincia andaluza en la que se concentra el mayor número de campos de golf es Málaga, con un total de 48 campos de golf (47%), seguida de Cádiz con una oferta de 23 campos de golf (22%), reuniendo ambas prácticamente el 70% de la oferta de campos de golf andaluces. Con respecto al resto de provincias andaluzas, resaltar los casos de Almería (9%) y Huelva (10%), ya que, con respecto a años anteriores, han ido incrementando el número de campos de golf ofertados.

Figura 1.5. Cuota de participación de campos de golf en Andalucía



Fuente: elaboración propia a partir de la RFEG (2020)

En lo que se refiere a la tipología de campos de golf andaluces según el número de hoyos, los campos más numerosos son los que tienen 18 hoyos, siendo un total de 64 los campos

que tienen 18 hoyos. La provincia de Málaga oferta un total de 29 campos de 18 hoyos, le sigue Cádiz con 13 campos y Almería con 8. Como se aprecia en la tabla, existen 14 campos de golf de 27 hoyos, siendo también Málaga la que ofrece el mayor número de campos que dispone de 27 hoyos, con siete campos. A continuación, le sigue la provincia de Cádiz, que presenta para esta categoría cuatro campos de golf de 27 hoyos.

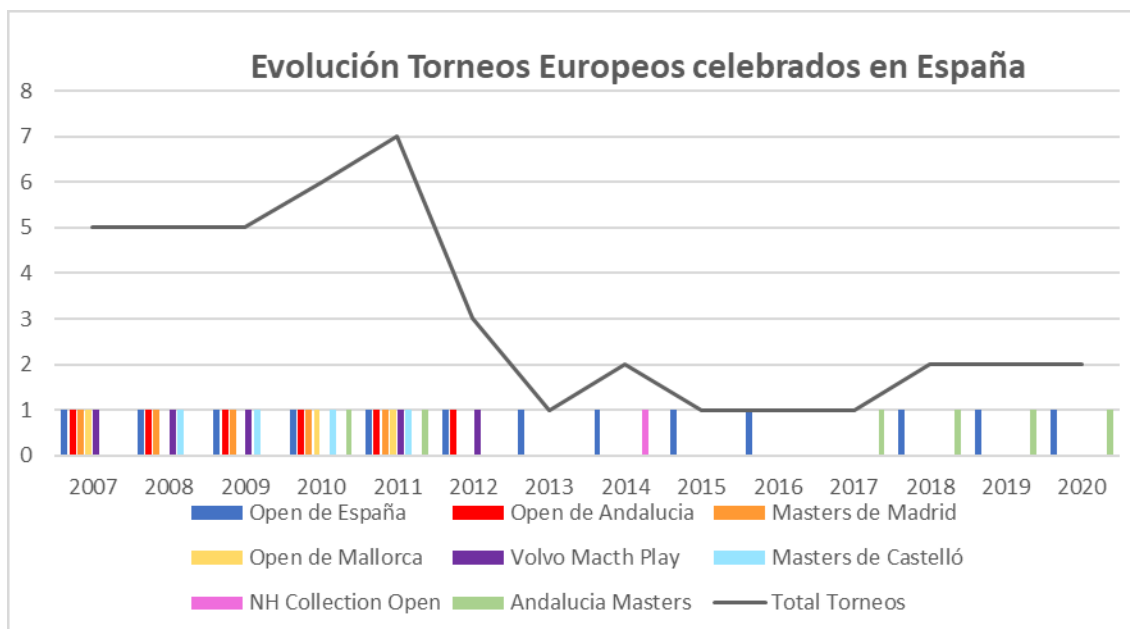
Un hecho importante a tener en cuenta es que la oferta de campos de golf de Andalucía tiene un carácter litoral, es decir, el 91% de los campos de golf están situados en la costa. De ahí, la importante conexión del turismo de sol y playa con el turismo de golf. Hemos comentado anteriormente que Málaga acumula prácticamente la mitad (47%) de los campos de golf ofertados en Andalucía. De este modo, los turistas no sólo la visitan por sus playas, gastronomía y actividades culturales y de ocio, sino también por su gran oferta de campos de golf. Ello hace que sea conocida como “La Costa del Golf”, donde la práctica de este deporte es conocido a nivel internacional. Sólo un 9% de campos de golf ofertados en Andalucía se encuentran situados en el interior. En este caso, Sevilla es la provincia mejor posicionada, con un total de 6 campos.

Es interesante resaltar también el papel que desempeñan los eventos deportivos vinculados con el golf. Existen cuatro grandes campeonatos de golf en el mundo, los cuales se conocen como “Mayors”. Estos torneos tienen la peculiaridad de que se celebran en una fecha concreta durante el año y son los siguientes:

1. Máster de Augusta (Georgia, USA), que se celebra el segundo domingo del mes de abril en el Augusta National Golf Club.
2. Abierto de los Estados Unidos, celebrado durante el fin de semana del tercer domingo del mes de junio. Suele jugarse en algún campo de golf de los Estados Unidos y lo organiza la Asociación de Golf de ese país.
3. Abierto Británico de Golf, que tiene lugar el tercer fin de semana del mes de julio. Normalmente se juega en un campo de Reino Unido y lo promueve The Royals and Ancient Golf Club de St Andrews (Escocia).
4. Campeonato de la PGA (Professional Golfers Association of America), que se juega el cuarto fin de semana del mes de julio. Lo organiza la PGA y puede tener lugar en cualquier campo de golf de los Estados Unidos.

A nivel europeo, el evento de golf más importante es el “European Golf Tour” (Circuito de Golf Europeo). Es un circuito muy destacado de torneos de jugadores profesionales de golf masculino que se juega en Europa, aunque desde hace varios años se ha extendido a varios países de Asia, Oriente Medio y África, como son China, Hong Kong, Emiratos Árabes, Sudáfrica o Marruecos, entre otros. Pertenece a una organización llamada PGA European Tour, cuya sede está localizada en el Wentworth Golf Club, en Surrey, Reino Unido. El European Golf Tour es también parte organizadora de la Ryder Cup, la competición bienal que enfrenta a Europa contra Estados Unidos. Durante el año 2019 se han jugado 47 torneos pertenecientes a este circuito en 29 países. Concretamente, en España se han celebrado dos de ellos. El primer torneo ha sido el Andalucía Masters, organizado en el Real Club Valderrama, situado en Sotogrande (Cádiz), durante los días 27 al 30 de junio. Y el segundo torneo fue el Open de España, celebrado en el Club de Campo Villa de Madrid, del 3 al 6 de octubre de 2019. En la figura 1.6 mostramos la evolución de los Torneos del Circuito Europeo organizados en España durante los años 2007 al 2020, junto con la fecha, lugar de celebración y total de torneos celebrados por año.

Figura 1.6. Torneos del Circuito Europeo organizados en España (2007-2020)

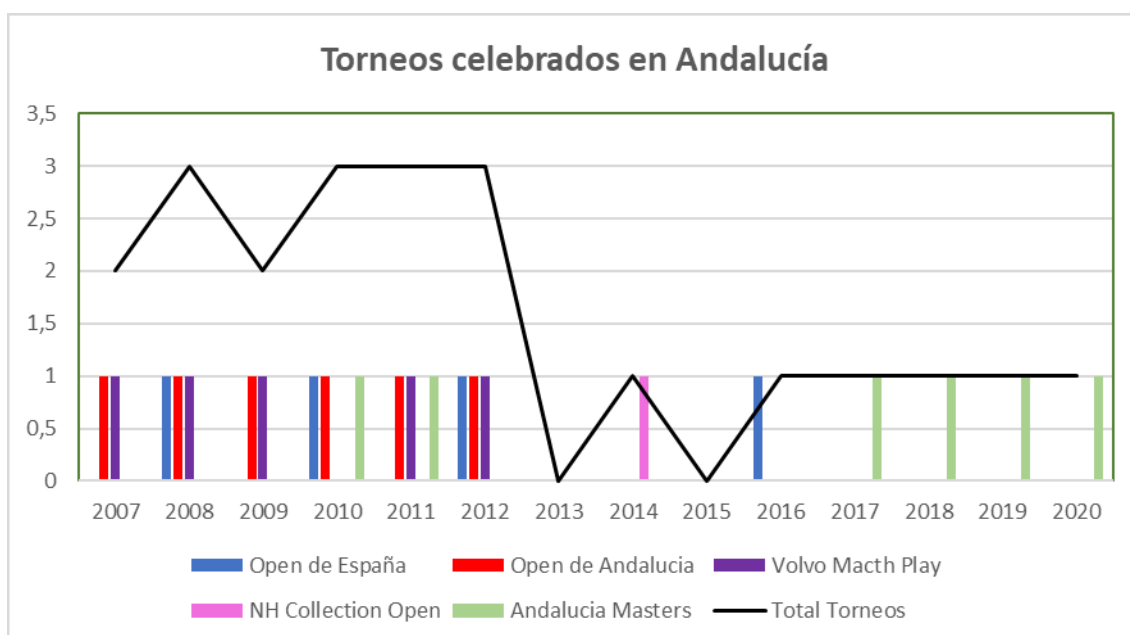


Fuente: elaboración propia (2020)

Como podemos apreciar gráficamente, la celebración de torneos de golf en España ha sido muy irregular a lo largo de este período de tiempo. Tras mantenerse los tres primeros años en 5 torneos anuales y repuntar en el 2011 hasta los siete, en los años sucesivos se ha

producido una importante disminución del número de torneos celebrados en España. Durante el período 2015 al 2017 sólo tuvo lugar la celebración de un campeonato, incrementándose a dos desde 2018 hasta la actualidad. Dicha disminución, según la Confederación de Empresarios de Andalucía (2017), pudo deberse fundamentalmente a los efectos retardados de la crisis económica por la que atravesó España y con especial incidencia en un sector como éste, muy ligado al sector inmobiliario. Con lo cual, la reducción de la inversión en este segmento turístico afectó también a la organización de eventos de golf, así como a las empresas patrocinadoras de los mismos.

Figura 1.7. Torneos del Circuito Europeo organizados en Andalucía (2007-2019)



Fuente: elaboración propia (2020)

Si realizamos un análisis de los campeonatos de golf que se han celebrado en Andalucía durante el período 2007 hasta la actualidad (ver figura 1.7), podemos observar que durante los años 2008, 2010 y 2011 se han celebrados tres torneos en Andalucía. Cabe subrayar que los tres torneos celebrados en España en el año 2012 tuvieron lugar en Andalucía. Como mencionamos anteriormente, debido a la crisis económica sufrida por el país, el número de torneos celebrados ha disminuido, aunque Andalucía es la comunidad autónoma en la que se siguen celebrando torneos. En 2016 y 2017 se celebró un único torneo en España que tuvo lugar en Sotogrande (Cádiz). Durante los dos años siguientes (2018-2019), de los dos torneos celebrados en España, uno de ellos también se jugó en Sotogrande. Incluso en el año actual (2020) estaban previstos también dos torneos, siendo

uno de ellos el Estrella Damm N.A. Andalucía Masters, a celebrar en principio del 30 de abril al 3 de mayo en el Real Golf Club Valderrama (San Roque, Sotogrande), pero que ha sido aplazado a octubre a causa de la pandemia del coronavirus. Todos estos torneos celebrados en Andalucía, como hemos mencionado en párrafos anteriores, permiten a las ciudades en las que se han celebrado incrementar el volumen de ingresos, así como mejorar la buena imagen de cara a los países emisores de turistas.

Actualmente, el torneo que se disputa en Andalucía a nivel profesional dentro del “European Golf Tour” goza de un gran prestigio y una gran repercusión, tanto a nivel mediático como turístico, ya que reúne a los mejores golfistas del mundo. Este torneo está patrocinado por la empresa cervecera Estrella Damm y la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta de Andalucía, además de estar cofinanciado con fondos europeos. Está declarado acontecimiento de excepcional interés público por el Gobierno de España y lo respalda la Real Federación Española de Golf. También cuenta con el apoyo de Dubai Duty Free, Exterior Plus, La Reserva Club de Sotogrande, Rolex, Santander Private Banking y Shell. Como proveedores oficiales figuran Callaway, Enterprise, Grupo Raga, Kyocera, Maui Jim, Grupo Hospitalario Quirónsalud y la Real Federación Andaluza de Golf.

En el año 2019, dicho campeonato se celebró del 27 al 30 de junio en el Real Club Valderrama, situado en Sotogrande (Cádiz). La Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local ha llevado a cabo un estudio sobre dicho torneo, con el objeto de conocer el perfil de los turistas de golf y determinadas variables sobre el comportamiento turístico de los mismos. La recogida de datos se realizó a través de una encuesta dirigida a 453 turistas y un conteo hasta cubrir 1000 asistentes al torneo de Estrella Damm Andalucía Masters en Valderrama. Aunque más adelante, se detallarán aspectos más concretos de la demanda turística, nos parece apropiado incluir aquí los resultados más relevantes de dicho estudio, que comentamos a continuación.

- Los organizadores del evento han informado que el torneo de golf ha tenido un total de 40.095 visitantes, lo cual, supone un crecimiento respecto a la anterior edición del 62%, alcanzándose la máxima de afluencia el domingo 30 de junio con un total de 11.291 visitantes.

- Del total de visitas, se ha estimado que el 57,6% han sido turísticas, el 29,3% de residentes y el 13,1% restante de excursionistas.
- De los turistas recibidos, el 82% declara que el principal motivo de su visita a Andalucía ha sido la asistencia al torneo, siendo la mayoría de ellos aficionados a este deporte (86,5%), seguidos a gran distancia de los que han realizado su visita por motivos profesionales (7,3%) o acompañando al aficionado (6,2%).
- En cuanto a la procedencia de los turistas, se observa una alta relevancia del mercado nacional, donde 7 de cada 10 turistas recibidos en Andalucía con motivo de la celebración de este evento deportivo han sido españoles. El 30 % restante fueron turistas extranjeros.
- Dentro del mercado español, cabe destacar el peso del mercado andaluz y madrileño, con unas cuotas del 38,8% y 21,2%, sobre el total de turistas nacionales, respectivamente. Mientras que en el mercado extranjero destaca la procedencia británica, que supone casi la mitad de los turistas extranjeros asistentes.
- En lo que se refiere al perfil del turista de golf que acudió a este torneo, podemos decir que hay una mayor presencia de hombres (60%) y que el 56% tiene más de 45 años. En cuanto a la situación laboral, el 64% de los turistas asistentes tienen un trabajo remunerado y el 15,7% son jubilados.
- La valoración media del evento fue de 8,7 puntos, alcanzando el campo de golf y el entorno las mejores valoraciones, con 8,8 puntos, seguido de la organización y los servicios prestados en el campo, con 8,7 puntos, y finalmente se valoraron las infraestructuras e instalaciones y los accesos con 8,6 puntos.
- Para finalizar, destacar de nuevo la importancia de los eventos deportivos desde el punto de vista económico. En este sentido, dicho estudio señala que el gasto total efectuado por los turistas de golf en este destino andaluz (Sotogrande, Cádiz), ha sido de 8,5 millones de euros, subrayando el elevado gasto medio diario por turista, que ha supuesto 171,63 €, así como una duración de la estancia media de 7,4 días, que supera a la del propio evento (5 días).

1.4.2. Demanda de turismo de golf en España y Andalucía

En la tabla 1.5 se puede observar algunos datos que reflejan la importancia que tiene el turismo de golf en España. Para ello, proporcionamos información relativa a las entradas

de turistas internacionales cuya motivación del viaje ha sido la práctica deportiva. Dicha información se ha extraído del Anuario de Estadísticas Deportivas 2020, realizado por el Ministerio de Cultura y Deporte, donde se recoge que hubo 10,34 millones de viajeros internacionales que visitaron España en 2019 con una motivación deportiva en sus viajes, lo cual supone un 12,4% del total de turistas internacionales que visitaron España. Según estas cifras de 2019, los deportes principales que atraen a los turistas son el senderismo y el montañismo, con una cuota del 31,8% de turistas deportivos; los deportes náuticos, con un 19% de turistas; y el golf, con un 10,5% de turistas. Se recibieron poco más de un millón de turistas de golf, que generaron un gasto medio de 1.214,7 euros por visitante. En 2019 se ha reducido el número de turistas de golf respecto al año anterior, pasando del 12,2% al 10,5%, aunque se ha incrementado el gasto medio por viaje.

Tabla 1.5. Entrada de turistas internacionales que realizaron actividades deportivas

	VALORES ABSOLUTOS		EN PORCENTAJE DEL TOTAL		En porcentaje respecto al total de entradas de turistas internacionales por ocio, recreo o vacaciones		En porcentaje respecto al total de entradas de turistas internacionales	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
TOTAL ENTRADAS (Miles)	9.853,1	10.344,5	100	100	13,7	14,1	11,9	12,4
Golf	1.206,9	1.084,0	12,2	10,5	1,7	1,5	1,5	1,3
Deportes de invierno	111,8	189,2	1,1	1,8	0,2	0,3	0,1	0,2
Navegación en barco	375,9	450,6	3,8	4,4	0,5	0,6	0,5	0,5
Deportes náuticos	2.003,5	1.963,8	20,3	19,0	2,8	2,7	2,4	2,3
Caza	-	-	-	-	-	-	-	-
Senderismo, montañismo	2.656,2	3.288,2	27,0	31,8	3,7	4,5	3,2	3,9
Deporte de aventura	303,9	391,4	3,1	3,8	0,4	0,5	0,4	0,5
Rutas a caballo	111,5	102,8	1,1	1,0	0,2	0,1	0,1	0,1
Otros deportes	4.954,1	5.020,7	50,3	48,5	6,9	6,9	6,0	6,0
TOTAL GASTO (Millones de euros)	12.028,5	12.711,0	100	100	15,4	15,8	13,4	13,8
Golf	1.444,0	1.316,7	12,0	10,4	1,8	1,6	1,6	1,4
Deportes de invierno	131,6	186,7	1,1	1,5	0,2	0,2	0,1	0,2
Navegación en barco	443,8	573,1	3,7	4,5	0,6	0,7	0,5	0,6
Deportes náuticos	2.473,5	2.476,1	20,6	19,5	3,2	3,1	2,8	2,7
Caza	-	-	-	-	-	-	-	-
Senderismo, montañismo	3.351,3	4.063,0	27,9	32,0	4,3	5,0	3,7	4,4
Deporte de aventura	372,0	460,8	3,1	3,6	0,5	0,6	0,4	0,5
Rutas a caballo	133,6	146,3	1,1	1,2	0,2	0,2	0,1	0,2
Otros deportes	6.158,5	6.285,3	51,2	49,4	7,9	7,8	6,9	6,8
GASTO POR VIAJE (Euros)	1.220,8	1.228,8	-	-	-	-	-	-
Golf	1.196,5	1.214,7	-	-	-	-	-	-
Deportes de invierno	1.176,5	986,7	-	-	-	-	-	-
Navegación en barco	1.180,8	1.271,7	-	-	-	-	-	-
Deportes náuticos	1.234,6	1.260,9	-	-	-	-	-	-
Caza	-	-	-	-	-	-	-	-
Senderismo, montañismo	1.261,7	1.235,6	-	-	-	-	-	-
Deporte de aventura	1.224,3	1.177,3	-	-	-	-	-	-
Rutas a caballo	1.197,8	1.423,3	-	-	-	-	-	-
Otros deportes	1.243,1	1.251,9	-	-	-	-	-	-

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR)

Fuente: Ministerio de Cultura y Deporte (2020)

El importante crecimiento en la oferta de campos de golf que ha tenido España en los últimos años ha podido ocurrir, en gran medida, por el aumento en la demanda de turismo de golf, siendo éste uno de los segmentos con mayor trascendencia dentro del turismo deportivo, y por el fortalecimiento de España como principal destino europeo de golf. Sin embargo, otro factor importante que ha dado lugar a dicho aumento en la oferta de campos de golf en nuestro país ha sido el crecimiento de la demanda interna de golf, debido a la combinación de distintas actividades, como pueden ser el mayor interés de los ciudadanos en la interacción con el medio ambiente, el mayor tiempo de ocio, el hacer deporte, la vida saludable, etc. Todo ello, hace que el golf sea una buena opción, tanto como producto deportivo como turístico. Por ello, y desde el punto de vista de la demanda de golf, vamos a realizar un análisis de las personas que practican o juegan al golf a partir del número de licencias federativas otorgadas por la Real Federación Española de Golf (2020), cuyos datos se actualizan en enero de cada año.

Tabla 1.6. Licencias federativas amateur en España por Comunidades Autónomas

AUTONOMÍA	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ANDALUCÍA	51.774	50.968	50.401	48.996	46.497	45.083	43.859	43.653	43.515	43.478	43.974
ARAGÓN	6.372	6.607	6.581	6.438	6.259	6.104	6.026	6.024	6.038	6.142	6.273
ASTURIAS	10.440	10.503	10.628	10.312	9.640	9.175	8.762	8.459	8.231	8.056	7.863
BALEARES	8.080	7.787	7.514	7.273	6.920	6.924	6.855	6.865	7.202	7.263	7.275
C. VALENCIANA	23.259	22.745	22.292	21.710	20.346	19.669	19.360	19.359	19.265	19.146	19.095
CANARIAS	9.311	9.173	8.939	8.693	8.220	7.968	7.797	7.570	7.451	7.528	7.705
CANTABRIA	9.521	9.384	9.238	8.871	8.271	7.910	7.679	7.555	7.518	7.372	7.354
CASTILLA-MANCHA	7.104	7.051	7.020	6.762	6.177	5.946	5.886	5.468	5.291	5.151	5.324
CASTILLA Y LEÓN	18.498	18.315	17.845	17.114	15.909	15.118	14.420	13.955	13.561	13.173	12.954
CATALUÑA	46.121	43.262	40.822	37.897	34.232	32.041	30.646	29.528	29.044	28.487	27.926
CEUTA	65	69	69	65	64	58	55	50	44	40	36
EXTREMADURA	2.744	2.650	2.600	2.554	2.452	2.428	2.346	2.348	2.301	2.376	2.367
GALICIA	12.704	12.616	12.433	11.966	11.196	10.776	10.588	10.469	10.524	10.445	10.452
LA RIOJA	2.629	2.583	2.545	2.458	2.315	2.205	2.171	2.091	2.063	2.057	2.051
MADRID	96.939	96.397	95.194	92.793	87.872	84.843	82.775	81.836	81.787	82.170	82.627
MELILLA	241	241	253	258	238	318	287	273	269	268	262
MURCIA	6.879	6.842	6.635	6.066	5.607	5.430	5.368	5.437	5.526	5.782	5.875
NAVARRA	3.953	4.003	3.936	3.761	3.559	3.437	3.332	3.317	3.290	3.284	3.221
PAÍS VASCO	20.339	20.325	20.365	19.800	19.110	18.455	18.093	17.608	17.543	17.252	17.109
ANDORRANA	0	0	0	0	0	0	102	0	0	0	0
MEDALLAS MERITO/HONOR	13	0	93	98	103	99	111	110	111	108	110
TOTALES	336.986	331.521	325.403	313.885	294.987	283.987	276.318	271.975	270.574	269.578	269.853

Fuente: elaboración propia a partir de RFEG (2020)

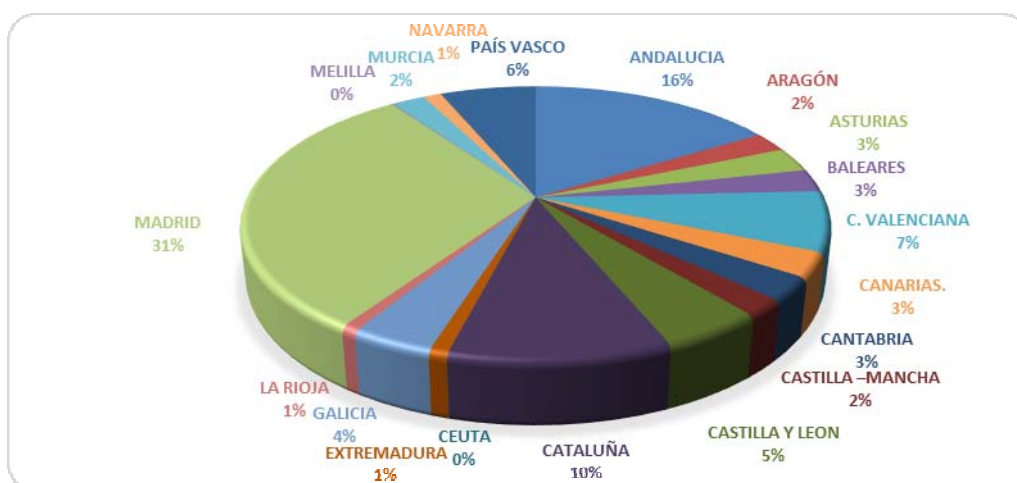
En la tabla 1.6 mostramos la evolución de la licencias de golf amateur por Comunidades Autónomas durante el período que va desde el año 2010 al 2020. El análisis de la misma nos permite confirmar que el número total de licencias amateur por año proyecta una

tendencia claramente descendente, excepto en este último año 2020, que empieza a subir hasta llegar a los 269.853 federados.

La disminución de licencias se ha producido también en Europa, como recoge la Asociación Europea de Golf (GEA) durante los últimos 20 años, que se concreta en un descenso de más de 300.000 golfistas federados (de 4,44 millones a 4,13 millones), es decir, un 7% del total de federados. Las mayores caídas de jugadores federados se observaron en Irlanda, que experimentó una reducción del 29% (75.000 golfistas), en Escocia, con un 26% menos de golfistas (65.000), y en Inglaterra, con una disminución de alrededor del 22% (176,000). No obstante, hay países que durante estas dos últimas décadas han registrado un incremento del número de federados, como son los casos de Holanda, que aumenta un 13% (45.000 federados totales), y Alemania, con un 7% más (42.912 federados en total). También, muchos mercados emergentes de Europa del Este experimentan crecimientos en el número de jugadores registrados durante estos años.

Si comparamos los datos disponibles por Comunidades Autónomas, se observa la misma tendencia durante todo este tiempo, es decir, una mayor concentración de licencias en la Comunidad de Madrid, seguida por Andalucía y Cataluña, respectivamente. En relación con Cataluña, un dato a destacar es que durante estos años el número de licencias ha disminuido en casi un 40%. Lejos de estas Comunidades Autónomas se sitúan la Comunidad Valenciana y el País Vasco.

Figura 1.8. Distribución de licencias federativas amateur por CC.AA. en 2020



Fuente: elaboración propia a partir de RFEG (2020)

En la figura 1.8 se distribuye el total de licencias amateur (269.853) entre las distintas Comunidades Autónomas en el año 2020. Madrid es la comunidad donde hay un mayor número de personas que practican el golf, con un total de 82.627 licencias (31%). Se sitúan por detrás, Andalucía con 43.974 licencias (16%) y Cataluña con 27.926 (10%). Posteriormente, se encuentran la Comunidad Valenciana, con 19.095 licencias (7%), el País Vasco, con 17.107 licencias (6%), Castilla-León, con 12.954 licencias (5%), y Galicia, con 10.452 licencias (4%).

En cuanto al género, el análisis de la evolución de licencias indica que hay una mayor concentración de licencias en el género masculino. Se observa que en el año 2010, primer año del período analizado es donde hay un mayor porcentaje de licencias femeninas (31,07%), para ir descendiendo anualmente hasta alcanzar un 28,26% en 2020. Los datos demuestran que el golf es un deporte con un carácter claramente masculino. Es decir, aproximadamente el 70% del total de licencias federativas que se otorgan cada año son masculinas, siendo el 30% restantes femeninas.

A continuación, vamos a examinar el perfil de los turistas que vienen a Andalucía y cuya motivación es jugar al golf. Para ello, nos basamos en el estudio “Turismo de Golf en Andalucía”, realizado por la Conserjería de Turismo y Deporte (2017) de la Junta de Andalucía y en colaboración con la empresa pública SAETA. La recogida de información se obtuvo mediante 1.508 cuestionarios, que se realizaron en 14 campos de golf de Andalucía, con el objetivo de recoger las características y hábitos de consumo de turistas residentes y no residentes en Andalucía, motivados por la práctica del golf, durante los meses de julio a noviembre de 2017. Para ello, se tuvieron en cuenta tanto variables cuantitativas (número de turistas, residencia, estancia media, gasto, etc.), como cualitativas (calificación del destino). La muestra obtenida nos permite diferenciar entre la procedencia del turista y la zona de recogida de la información, siendo así:

- Procedencia del turista: españoles (536 cuestionarios) y extranjeros (972 cuestionarios).
- Zona: provincia de Málaga (715 cuestionarios), provincia de Cádiz (399 cuestionarios) y resto del territorio andaluz (394 cuestionarios).

Como dato inicial, Andalucía recibió en el año 2017 un total de 560.000 turistas de golf, lo que ha supuesto un crecimiento del 5,4% respecto al año 2016. Destacamos los resultados de la investigación más relevantes, como son los siguientes:

- Hábitos de viaje:

- La estancia media de los turistas de golf en Andalucía se ha estimado en 11,17 días, experimentado una ligera subida en el último año, que representa 0,37 días por encima de la cifra registrada en 2016.
- El gasto medio diario de los turistas de golf en Andalucía (no incluye el gasto realizado por los turistas en sus lugares de origen), apunta un descenso de 4,75 euros respecto al año anterior, y se sitúa en 112,77 euros.
- El volumen de gasto total que han generado los turistas de golf en el destino andaluz ha sido de 704,7 millones de euros, lo que en términos relativos supone un crecimiento del 4,6% respecto a 2016.

- Procedencia del turista:

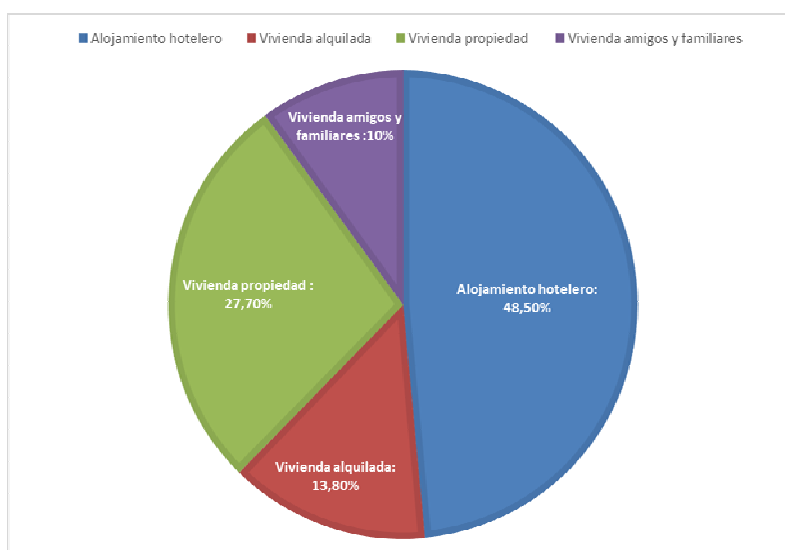
- El 70% de los turistas de golf en Andalucía son extranjeros. Según la nacionalidad, predominan los británicos, con un 27,2% del total de extranjeros, seguidos de turistas de Suecia, Alemania y Dinamarca, que abarcan el 33,4% del total de mercado extranjero.
- El 30% de los turistas de golf son españoles. Según su procedencia, destacan visitantes propios de Andalucía (14,7%) y de Madrid (7,14%).

- Perfil sociodemográfico del turista de golf:

- El 78% de los turistas que visitan Andalucía con la motivación de jugar al golf son hombres. Sólo un 22% son mujeres, lo cual corrobora que el deporte de golf tiene un perfil predominantemente masculino. Son turistas de más de 45 años de edad (79%), con una edad media de 54 años. El 21% de turistas tiene más de 65 años.
- En cuanto a la situación laboral de los turistas de golf, el 69% están trabajando, ya sea por cuenta ajena o propia. Al tener una edad media avanzada, es normal que haya un segmento de jubilados elevado, que llega al 28,1%.

- **Cómo conoció Andalucía:**
 - Fundamentalmente, los turistas de golf conocen el destino a través de la experiencia propia y de la recomendación de amigos y familiares. La influencia de intermediarios, a través de agencias de viajes u organizaciones de golf, alcanza hasta un 11,3%.
- **Qué le hizo elegir Andalucía (motivos):**
 - El clima es el principal factor de motivación (9 de cada 10 turistas lo confiesan).
 - También son importantes la calidad de vida/hospitalidad, las instalaciones deportivas y los precios (40% al 50%).
 - Asimismo, destaca la gastronomía en las preferencias del 34,4% de turistas que visitan Andalucía.
- **Organización del viaje:**
 - La reserva de viaje se realiza de forma particular por ocho de cada diez turistas de golf. Hay que subrayar el uso de Internet por una gran parte de turistas (80%).
- **Alojamiento:**
 - Como se puede apreciar en la Figura 1.9, el turista de golf no tiene una predilección por un tipo de alojamiento concreto, ya que el alojamiento en hoteles y en cualquier tipo de vivienda es prácticamente del 50 % en cada caso. Pero, si nos fijamos en las viviendas, destaca la vivienda en propiedad (27,70%) frente a las otras tipologías.

Figura 1.9. Tipo de alojamiento del turista de golf en Andalucía



Fuente: elaboración propia a partir de Consejería de Turismo y Deporte (2017)

- Fidelidad y valoración del turista de golf:
 - Los turistas de golf valoran su satisfacción por la visita a Andalucía como destino de golf con una puntuación media de 8 sobre 10 puntos, destacando el entorno en el que se encuentran los campos de golf como mejor atributo valorado por los visitantes.
 - Por último, el segmento de turistas de golf se caracteriza por tener una gran fidelidad al destino. En el caso que nos ocupa, el 73,4% de los turistas que eligieron Andalucía para practicar el golf en el año 2017 pasaron también sus últimas vacaciones en Andalucía motivados por jugar al golf.

Los datos del estudio, nos permiten diferenciar tres zonas en la Comunidad de Andalucía: la provincia de Málaga, la provincia de Cádiz y resto de Andalucía (comprende las restantes seis provincias andaluzas). Estas zonas identificadas nos conduce a establecer una serie de diferencias entre los turistas de golf que optan por visitar una zona u otra.

- Aunque el perfil sociodemográfico que define al turista de golf es similar en toda la zona andaluza, se producen algunas diferencias relevantes entre ellas. La provincia de Málaga es la que tiene la mayor cantidad de hombres y la zona que hemos denominado resto de Andalucía es la que visitan los turistas de una edad más avanzada.
- Todos los turistas de golf han manifestado que el principal motivo para elegir el destino andaluz es el clima, pero hay otros motivos que varían en función de la zona. Mientras que las zonas de Málaga y Cádiz son seleccionadas por la calidad de vida/hospitalidad y las instalaciones deportivas, en el resto de Andalucía priman los precios.
- La recomendación de amigos y familiares son los aspectos más importantes como vía de conocimiento del destino para los turistas de golf que visitan Málaga, mientras que en las otras dos zonas destaca la experiencia propia.
- Mientras que el coche de alquiler es el medio de transporte utilizado para acceder a Málaga, en Cádiz y en el resto de la región lo es el coche particular.
- En la organización del viaje, más del 70% de los turistas encuestados optaron por la planificación particular. Sin embargo, el uso de intermediarios es mayor en Cádiz y en el resto de Andalucía, mientras que el uso de internet es la herramienta más utilizada por los turistas de golf (90,4%) que eligen Málaga como destino.

- Aunque el alojamiento hotelero predomina en todas las zonas, la zona de Cádiz alcanza su mayor importancia (71,7%), mientras que en las otras zonas este tipo de alojamiento es de casi el 42%. En este caso, el 50% de turistas que eligen la vivienda como tipo de alojamiento optan por la vivienda en propiedad.
- Más de la mitad de los turistas de golf que visitan Cádiz y el resto de Andalucía suelen hacerlo en compañía de su pareja, mientras que el 50% de los que visitan Málaga optan por los amigos.
- El gasto medio diario por turista también es diferente según la zona, siendo Cádiz la provincia donde este gasto es mayor (121,64 €), frente al gasto de 71,13 € que realiza el turista en las otras dos zonas.
- En lo que se refiere al número medio de días que los turistas pasan en el lugar de destino, la estancia media en Cádiz es de 7,2 días, mientras que las zonas de Málaga y el resto de Andalucía destacan claramente con una media de 13,4 días.
- Como se ha manifestado en párrafos anteriores, todas las zonas de Andalucía han sido muy bien valoradas por los turistas de golf, obteniendo una puntuación superior a 7,5 puntos, pero es de destacar que la zona de Cádiz ha sido valorada en todos los aspectos con una puntuación superior a 8 puntos.
- Por último, los turistas de golf constituyen un segmento con un alto grado de fidelidad a Andalucía, de manera que el 76,6% de los turistas de golf que han visitado la zona denominada como resto de Andalucía ya habían visitado la región anteriormente con la motivación de realizar turismo de golf.

Como ya observábamos con anterioridad, se ha producido un descenso importante en el número de personas que juegan al golf a lo largo de los últimos años. Para incrementar la demanda de golf en España sería interesante no sólo fidelizar al jugador actual de golf, ya que el golf como deporte compite con otros de precisión, tales como, por ejemplo, la hípica o el tiro con arco, sino también intentar aumentar el número de nuevos jugadores de golf.

En relación con un estudio realizado por Aymerich y Anabitarte (2016), mencionamos las estrategias propuestas para alcanzar ambos objetivos y evitar un desequilibrio entre la oferta y demanda de golf.

-Estrategias para fidelizar a jugadores de golf actuales: crear mayor “valor” en la licencia de golf; incentivar a las familias; facilidades para practicar el golf a los jugadores “sin campo”; e incentivos especiales para los jubilados.

-Estrategias para incrementar la demanda de jugadores nuevos: apertura de academias de golf en diversas instalaciones; fomento del golf en los colegios y universidades; incentivos para aprender a jugar al golf por las mañanas los días laborables; fomento de las clases de iniciación al golf en grupo; incremento de las políticas de comunicación resaltando el valor “salud” del golf; desarrollo de mercado de segunda mano de material de golf; fomento del golf en familia; creación de actividades de golf de menor duración; mayor y mejor información de acceso a los campos; facilidad para el acceso a los torneos a los recién federados; trabajar activamente con los “actores” externos al golf; combatir la demagogia anti-golf con rigor; y mayor presencia en los medios de comunicación.

El Plan estratégico de Marketing Turístico Horizonte 2020 reconoce al golf como un segmento turístico estratégico con prioridad alta (CEA, 2017), es decir, el golf se posiciona como un atractivo de relevancia en la región andaluza. Las principales ventajas competitivas que tiene Andalucía y que la posiciona como el principal destino turístico de golf en España son, entre otras, su clima privilegiado, calidad y diversidad de los campos de golf, calidad de la oferta hotelera, conexiones aéreas y riqueza y calidad de la oferta complementaria. La calidad de la oferta complementaria incluye la gastronomía y la restauración, que son aspectos que diferencian a Andalucía de otros destinos turísticos y que conforman el complemento perfecto del turismo de golf. Aunque Andalucía es el principal destino turístico de golf, a nivel español compite, según la CEA (2017), con Cataluña, Madrid, Valencia, Las Islas Canarias y Las Baleares. Como competidores europeos, además de El Algarve (Portugal), que se posiciona como un fuerte competidor de Andalucía, hay otros relevantes, como son Croacia, Bulgaria o Chipre, que intentan penetrar en el mercado turístico de golf. Por último, como principales competidores no europeos, según la Asociación Internacional de Operadores de Golf (IAGTO, 2019) se encuentra Marrakech (Marruecos). No cabe duda que hay que tener presente a todos estos competidores para presentar una oferta turística de golf que persiga una posición estratégica de liderazgo en Andalucía.

SEGUNDA PARTE:

COMPENDIO DE PUBLICACIONES

Capítulo 2

Turismo de golf y sostenibilidad: análisis de contenido y direcciones para la investigación futura

Resumen

El turismo de golf es uno de los sectores más importantes para la industria turística en términos de gasto medio diario por visitante. Sin embargo, el turismo de golf genera también controversias sociales y políticas debido especialmente a su impacto sobre el medio ambiente. El objetivo principal de este trabajo es observar el progreso de la investigación sobre turismo de golf desde la perspectiva de la sostenibilidad. Para ello, el estudio se basa en identificar la producción científica sobre la temática a partir de las bases de datos Scopus y Web of Science. Así, hemos detectado 46 artículos publicados en revistas científicas durante los últimos 22 años. Los hallazgos indican cinco líneas de investigación, como son: impactos, gestión medioambiental, actitudes y comportamientos medioambientales, conflictos de intereses y gestión y planificación y desarrollo sostenibles. Los impactos son los contenidos más prolíficos, mientras que las actitudes y comportamientos medioambientales son los menos frecuentes, pero ésta última es la línea de investigación más actual.

Palabras clave: Bibliometría, turismo de golf, tendencias de investigación, producción científica, sostenibilidad.

2.1. INTRODUCCIÓN

El golf como actividad deportiva está adquiriendo un mayor auge y difusión en los últimos años debido al impulso que ha recibido por su inclusión en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro en 2016 (Millington, Darnell y Millington, 2018; Petrosillo et al., 2019), así como en los próximos Juegos Olímpicos de Tokio en 2021, que ha sido prorrogado a causa de la pandemia del COVID-19. Actualmente, el golf está considerado como el principal deporte en el mundo en términos de gasto económico (Han, Yoon y Woods, 2016). Golf y turismo están muy relacionados, por lo que su combinación constituye uno de los sectores más importantes para la industria turística (Mason y Moretti, 2015; Pastor et al., 2015; Ramírez-Hurtado y Berbel-Pineda, 2015; Humphreys, 2017, Del Campo et al., 2018; Kimmm, 2020; Song, Chen y Chen, 2020). Sin embargo, las generaciones más

jóvenes parece que no están tan interesadas por la práctica del golf como las generaciones anteriores (McGinnis, Gentry y Haltom, 2019; Portugal, Carmo y Correia, 2020).

El golf es tanto un deporte como una actividad de ocio, que abarca aspectos relacionados con el turismo, la hospitalidad y los bienes raíces (Minoli y Smith, 2011). Tassiopoulos y Haydam (2008) consideran que la definición del turista de golf es más complicada que la del concepto de turismo de golf y esto es debido a que se han realizado distintas clasificaciones del turista de golf (Gibson y Pennington-Gray, 2005; Hudson y Hudson, 2010; Kim y Ritchie, 2012). Sin embargo, se puede afirmar de manera clara que el turista de golf es la persona que realiza desplazamiento y estancia fuera de casa para participar o asistir a la práctica del deporte del golf. Hudson y Hudson (2010) aportan una de las clasificaciones más precisas y amplias del turista de golf, estableciendo tres categorías: (a) los turistas cuya motivación principal para viajar es jugar al golf; (b) los turistas que juegan al golf como actividad secundaria en sus viajes de vacaciones o de negocios; y (c) los turistas que asisten a torneos de golf como espectadores o visitan atracciones relacionadas con el golf. En definitiva, podemos encontrar turistas de golf activos y pasivos, según practiquen el golf o se dediquen a contemplarlo. A su vez, dentro de los turistas de golf activos hallamos una nueva división conforme a su motivación principal o secundaria en su desplazamiento turístico, pudiendo identificar a los primeros como turistas de golf esenciales y a los segundos como turistas de golf casuales.

La importancia del turismo de golf se puede concretar en diversos aspectos específicos. Así, por ejemplo, la popularidad del golf y la motivación de los viajes relacionados con este deporte ha aumentado entre los turistas (Hutchinson, Wang y Lai, 2010), siendo uno de los segmentos del mercado turístico más potentes (Hudson y Hudson, 2010). Además, los campos de golf se convierten en un atractivo muy relevante para un destino turístico (Shani et al., 2010). En este sentido, los turistas de golf en sus viajes realizan una media de gasto más elevada que los demás tipos de turistas (Tassiopoulos y Haydam, 2008; Hudson y Hudson, 2010; Correia, Barros y Silvestre, 2007). Por último, los campos de golf atraen inversiones turísticas, proporcionan un turismo de calidad, mejoran el empleo y la competitividad regional y compensan la estacionalidad del turismo tradicional (Hudson y Hudson, 2010; Correia, Barros y Silvestre, 2007; Markwick, 2000; Garau-Vadell y Borja-Solé, 2008; Molina et al., 2010). En consecuencia, las autoridades políticas de muchos

gobiernos y regiones muestran un gran interés por incorporar el golf en sus planes de desarrollo turístico (Boukas y Zaikas, 2013).

Sin embargo, el turismo de golf puede ser una de las tipologías turísticas que genera más controversias sociales y políticas, sobre todo, debido al impacto medioambiental de los campos de golf. El desarrollo del turismo de golf ha provocado estas controversias debido a que suelen basarse en proyectos de gran escala (Park et al., 2018). En este sentido, el golf tiene una huella medioambiental significativa, creciente y compleja (Minoli y Smith, 2011). Los efectos nocivos relacionados con la actividad del golf abarcan, de manera resumida, la destrucción de los paisajes naturales, la sobre-explotación de recursos básicos como el agua, el abuso de fertilizantes, pesticidas y otros productos químicos, y la contaminación, en general. Como subrayan Petrosillo et al. (2019), la mayoría de los estudios académicos realizados sobre los campos de golf han mostrado la confrontación intensa entre aquellos que están centrados en las consecuencias medioambientales adversas y aquellos otros que consideran que son un instrumento favorable para proteger la biodiversidad en un contexto urbano. También se pueden extraer consecuencias socio-económicas desfavorables derivadas del turismo de golf. Por ejemplo, los campos de golf son excusas para desarrollar promociones de vivienda (Molina et al., 2010) o pueden tener un carácter exclusivo para turistas y excluyente para residentes (Hudson y Hudson, 2010; Briassoulis, 2010). Asimismo, el desarrollo del golf ha causado conflictos entre las distintas partes implicadas (Markwick, 2000) y, de hecho, ha estado acompañado con frecuencia por la oposición local de los residentes (Briassoulis, 2010, 2011).

La actividad del golf y la sostenibilidad son dos aspectos íntimamente relacionados. De hecho, como mencionan Han et al. (2014), la cuestión ecológica es el talón de Aquiles del golf. Hoy en día, el proyecto, la construcción y el funcionamiento de un campo de golf deben estar supervisados por parámetros de sostenibilidad. Es más, la construcción de un campo de golf debe mejorar el valor medioambiental de los terrenos que ocupa (Espejo, 2004). Como indican Petrosillo et al. (2019), los campos de golf son considerados a menudo como 'infraestructuras verdes'. Todo ello requiere de una fuerte concienciación ecológica de los gestores de los campos de golf, pero también los jugadores de golf deben tener un comportamiento pro-medioambiental que esté en consonancia con este requerimiento. Hace relativamente poco tiempo que la investigación académica ha centrado su atención en el turismo de golf (Mason y Moretti, 2015). Por ello, es lógico que no hayamos

encontrado ningún trabajo que realice una revisión exhaustiva sobre este tópico. En el presente estudio tratamos de cubrir este gap y creemos que el mejor enfoque que podemos plantear es precisamente desde la perspectiva de la sostenibilidad dada su estrecha relación con el turismo de golf.

2.2. REVISION DE LA LITERATURA

Los estudios bibliométricos están basados principalmente en análisis cuantitativos de las publicaciones que pertenecen a un fenómeno específico (Liu et al., 2019). Este tipo de estudios es un procedimiento eficiente para comprender cómo emerge y se desarrolla un campo de investigación (van Raan, 2005; Zhang et al., 2016). Por tanto, es posible medir la evolución de un área de investigación específica a través de su producción científica, así como su productividad a lo largo de un período de tiempo concreto. Como sugieren Guzeller y Celiker (2019), el análisis bibliométrico puede examinar la estructura intelectual, las áreas de conocimiento, las áreas geográficas, los temas y métodos de investigación y los niveles de madurez de los tópicos de una disciplina o revista científicas. El análisis bibliométrico proporciona un enfoque más objetivo para explorar las tendencias y el rendimiento de la investigación, actuando como un método complementario a las revisiones de la literatura tradicionales (Jiang, Ritchie y Benckendorff, 2017).

Los análisis bibliométricos relacionados con la literatura sobre turismo se han clasificado de distintas formas. Así, por ejemplo, Tsang y Hsu (2011) sugieren que el análisis de publicaciones en revistas sobre turismo y hospitalidad pueden derivarse de tres amplias corrientes, como son: (1) los análisis de contribución de autoría e institucional, que son los más frecuentes y se refieren a la identificación de autores o instituciones, cuyo propósito principal es establecer algún tipo de ranking; (2) los análisis de los métodos de investigación, que se ocupan de examinar los métodos estadísticos aplicados dentro de una disciplina; y (3) los análisis de perfiles, que tratan de resumir los trabajos que han sido publicados, los tópicos cubiertos y los lugares de procedencia de las publicaciones.

Albacete, Fuentes y Haro-Domínguez (2013) adoptan una clasificación más precisa basada en cinco apartados, que se enumeran como sigue: (1) análisis institucional, que se realiza para medir el desempeño de universidades y centros de investigación que más contribuyen

en el ámbito turístico; (2) análisis de autoría, que se lleva a cabo para la identificación de los académicos con más aportaciones en la investigación turística, así como los más citados; (3) análisis de publicaciones, que con ello se trata de identificar especialmente las publicaciones más prestigiosas en el ámbito turístico; (4) análisis de contenido, que se utiliza para evaluar el desarrollo de la investigación turística a través de las publicaciones; y (5) análisis de redes, que se basa en el estudio de la formación de redes entre investigadores en el ámbito turístico.

Por último, Koseoglu, Sehitoglu y Parnell (2015) realizan una clasificación más reciente sobre los estudios bibliométricos en turismo y hospitalidad, de manera que establecen seis categorías, tales como las siguientes: (1) estudios sobre ranking y valoración de revistas científicas (e.g. Pechlaner, Zehrer, Matzler y Abfalter, 2004; Jamal, Smith y Watson, 2008; Hall, 2011; Guzeller y Celiker, 2019); (2) estudios sobre identificación de artículos, que cubren las contribuciones de autores, instituciones y regiones (e.g. McKercher, 2007; Zhao y Ritchie, 2007; Law, Leung y Buhalis, 2010; Park, Phillips, Canter y Abbott, 2011); (3) análisis de contenido, que se dedican a observar las tendencias de investigación, el crecimiento de la producción científica, los temas tratados y las metodologías aplicadas (e.g. Koseoglu, Rahimi, Okumus y Liu, 2016; Guo, Jiang y Li, 2019; Khoo-Lattimore, Mura y Yung, 2019; Niñerola, Sánchez-Rebull y Hernández-Lara, 2019; Rodríguez-López, Diéguez-Castrillón y Gueimonde-Canto, 2019; Wilson, Mura, Sharif y Wijesinghe, 2019; Jiménez-García, Ruiz-Chico, Peña-Sánchez y López-Sánchez, 2020); (4) análisis de citas, que se ocupa de examinar la influencia de autores, artículos y revistas (e.g. Chang y McAleer, 2012; García-Lillo, Claver-Cortés, Úbeda-García, Marco-Lajara y Zaragoza-Sáez, 2018; Jiang, Ritchie y Benckendorff, 2019; Nunkoo, Hall, Rughoobur-Seetahc y Teeroovengadum, 2019); y (5) análisis de la investigación realizada en países concretos (e.g. Kozak, Kozak y Uysal, 2007; Tsang y Hsu, 2011; Albacete, Fuentes y Haro-Domínguez, 2013; Koseoglu, Sehitoglu y Parnell, 2015; López-Bonilla, Granados-Perea y López-Bonilla, 2017, 2018a, 2018b; López-Bonilla y López-Bonilla, 2020).

El presente estudio se ha centrado en la cuarta categoría que establecen Albacete, Fuentes y Haro-Domínguez (2013) y la tercera categoría indicada por Koseoglu, Sehitoglu y Parnell (2015), ya que se ocupa de identificar el desarrollo de la investigación sobre turismo de golf y sostenibilidad a través de su producción científica, los tópicos tratados, las metodologías usadas y las tendencias de investigación futuras.

2.3. METODOLOGÍA

El análisis bibliométrico se ha basado en las bases de datos Scopus y Web of Science. Ambas bases de datos son las de mayor amplitud, reconocimiento científico y difusión internacional. Esto apoya la fiabilidad del análisis bibliométrico. La selección de artículos ha estado basada en una revisión exhaustiva, garantizando la validez de los resultados. Además, se ha extremado el cuidado de la selección de los artículos siendo académicos con experiencia sobre el tópico del turismo de golf. El período de estudio se extiende desde 1998 hasta inicios de 2020.

La primera búsqueda de artículos se ha realizado en la base de datos Scopus y, posteriormente, los datos obtenidos se han completado con una segunda búsqueda en la base de Web of Science. De este modo, se ha buscado, en primer lugar, el término “golf” en el título y, en segundo lugar, el término “golf touris*” en el título, abstract y keywords de los trabajos publicados en las revistas especializadas en turismo y hospitalidad. Se consideran todos los artículos encontrados en las revistas especializadas en turismo y hospitalidad y, a su vez, se revisan los contenidos de los demás artículos que se hallaron en el resto de revistas no especializadas para ver si encajan en la temática de estudio. Asimismo, se ha buscado la combinación de las palabras “golf” en el título y “touris*” en el título, abstract y keywords, realizando la selección de artículos que hayan sido filtrados con una serie de palabras en el abstract y keywords relacionadas con la temática de estudio, como son las siguientes: ecology, ecological, environment, environmental, impact, sustainable y sustainability.

Los análisis bibliométricos se centran principalmente en revistas académicas (Hall, 2011). Por ello, se han seleccionados exclusivamente aquellos artículos que se publicaron en “journals”, descartando las demás opciones, como editoriales, libros y capítulos libros. Se ha decidido hacer el análisis de los últimos veintidós años porque hay muy pocos artículos anteriores y han tenido una escasa repercusión académica. La búsqueda de artículos se ha cerrado a finales de febrero de 2020. El análisis bibliométrico se ha realizado a partir de la información obtenida sobre las revistas en las que se han publicado estos artículos, los autores y sus afiliaciones institucionales, los años de publicación y el número de citas recibidas.

El análisis de contenido se ha realizado con el apoyo del programa Vosviewer, versión 1.6.14, desarrollado por van Eck y Waltman (2020), que es una herramienta de software que permite la visualización gráfica de redes bibliométricas. Este software genera gráficos y mapas de relaciones entre autores, instituciones, países y palabras clave compilando una base de datos bibliográfica. Este programa informático ha permitido identificar grupos de países, investigadores y áreas temáticas. El presente estudio utilizó este software de manera similar a otros estudios recientes (e.g. Niñerola, Sánchez-Rebull y Hernández-Lara, 2019; Rodríguez-López, Diéguez-Castrillón y Gueimonde-Canto, 2019).

2.4. RESULTADOS

El turismo de golf puede analizarse desde varias perspectivas, pero la temática de los campos de golf ha sido el enfoque más frecuentemente estudiado hasta la actualidad. Recientemente, Petrosillo et al. (2019) han realizado una revisión de 239 artículos académicos que analizan los beneficios y perjuicios que causan los campos de golf. Ellos realizan su estudio en un contexto relacionado con el paisaje, pero no lo han hecho en el contexto específico del turismo de golf. Estos autores señalan que el interés en la investigación medioambiental sobre los campos de golf ha incrementado significativamente entre los años 2000 y 2005. Esta completa e interesante revisión destaca que los campos de golf afectan a diversos aspectos medioambientales, como son los siguientes: agua, suelo, uso del terreno, composición del paisaje y configuración espacial, servicios del ecosistema y biodiversidad, turismo y población. En la tabla 2.1 se detalla los porcentajes de artículos que se han dedicado a todos estos factores afectados, tanto positiva como negativamente, y se puede resaltar que la actividad turística es el único componente que ofrece exclusivamente impactos favorables. Como ya se ha mencionado más arriba, el presente trabajo va a profundizar en la investigación centrada claramente en el turismo de golf, pero no en los campos de golf, ya que son dos conceptos estrechamente relacionados pero distintos.

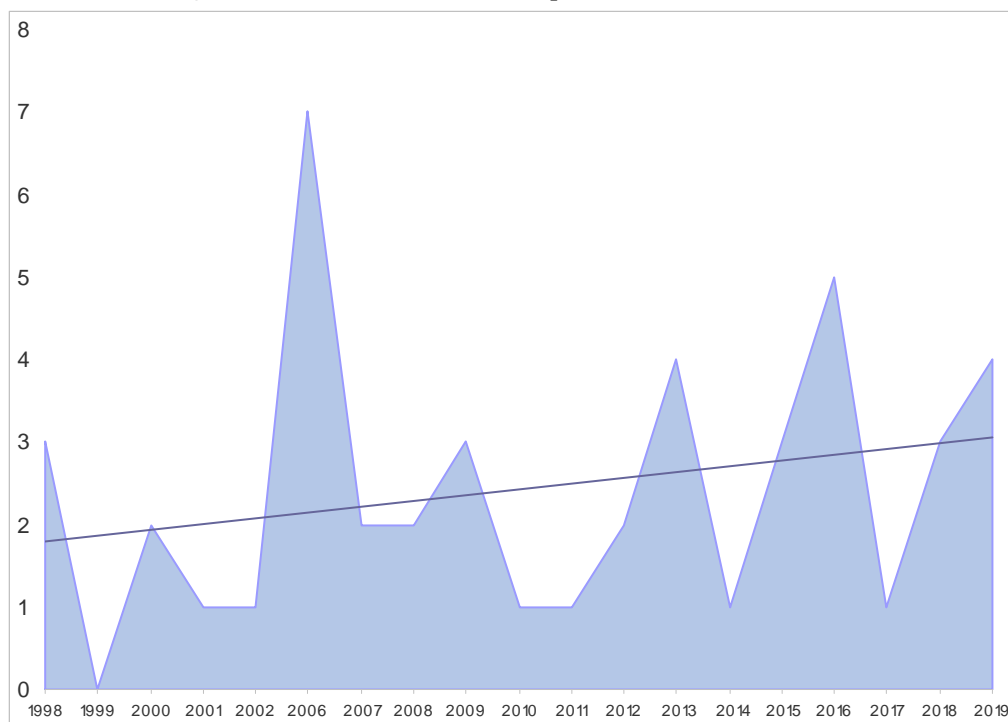
Tabla 2.1. Beneficios socio-ambientales e impactos relacionados con los campos de golf (% de artículos)

Componente socio-ambiental	Beneficios (%)	Impactos (%)	Total (%)
Agua	10,0	33,0	43,0
Suelo	3,2	19,5	22,7
Uso del suelo	2,3	8,6	10,9
Paisaje	3,6	3,6	7,2
Biodiversidad/ecosistema	32,6	14,0	46,6
Turismo	10,0	0,0	10,0
Personas	7,7	6,3	14,0

Fuente: Petrosillo et al. (2019)

La búsqueda bibliográfica sobre turismo de golf y sostenibilidad ha detectado 46 artículos publicados en revistas indexadas en Scopus y Web of Science. La figura 2.1 recoge los artículos publicados en cada año, observando una clara tendencia ascendente en la producción científica. El interés académico por este tópico se ve impulsado a partir de 2006, en el que parece desempeñar un papel destacado el número especial de la revista *Tourism and Hospitality Research*, que publica varias ponencias presentadas en un congreso sobre golf organizado en el Algarve (Butler, 2006).

Figura 2.1. Número de artículos publicados en los últimos 20 años

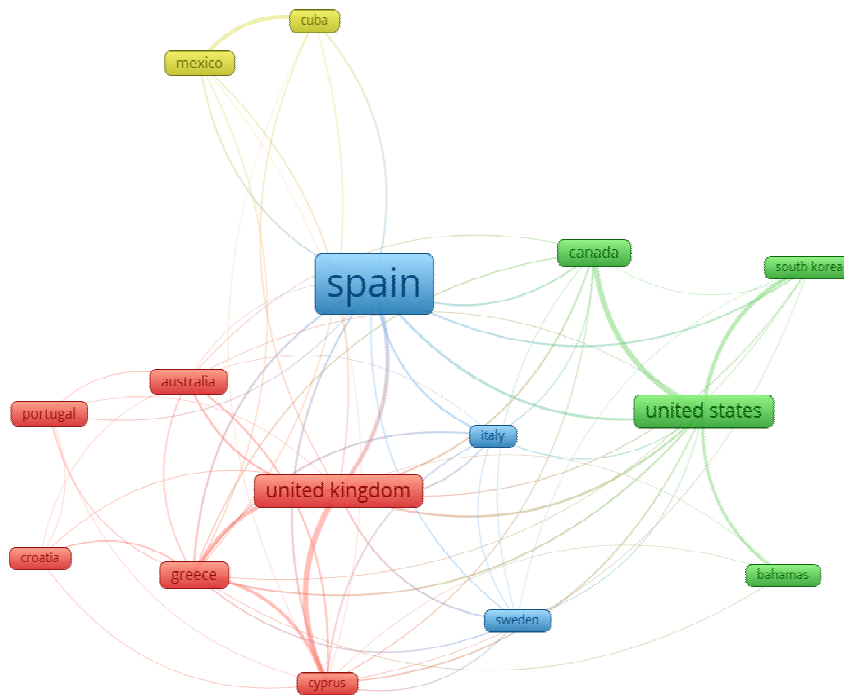


Fuente: elaboración propia

Los primeros estudios sobre turismo de golf y sostenibilidad están más orientados hacia las reacciones controvertidas que generan su desarrollo e implantación en distintos territorios en el mundo, como en Myanmar y Tailandia (Parnwell, 1998), en Hawai (Wyllie, 1998a, 1998b) o en Mallorca (Schmitt, 2000). Sin embargo, el estudio de Markwick (2000) se puede considerar como el primer artículo que define claramente las pautas de la investigación sobre turismo de golf desde una perspectiva de sostenibilidad. De hecho, este trabajo ha sido con diferencia el más citado hasta la fecha sobre este tópico y, por tanto, podemos considerarlo como el estudio seminal que impulsa esta nueva línea de investigación.

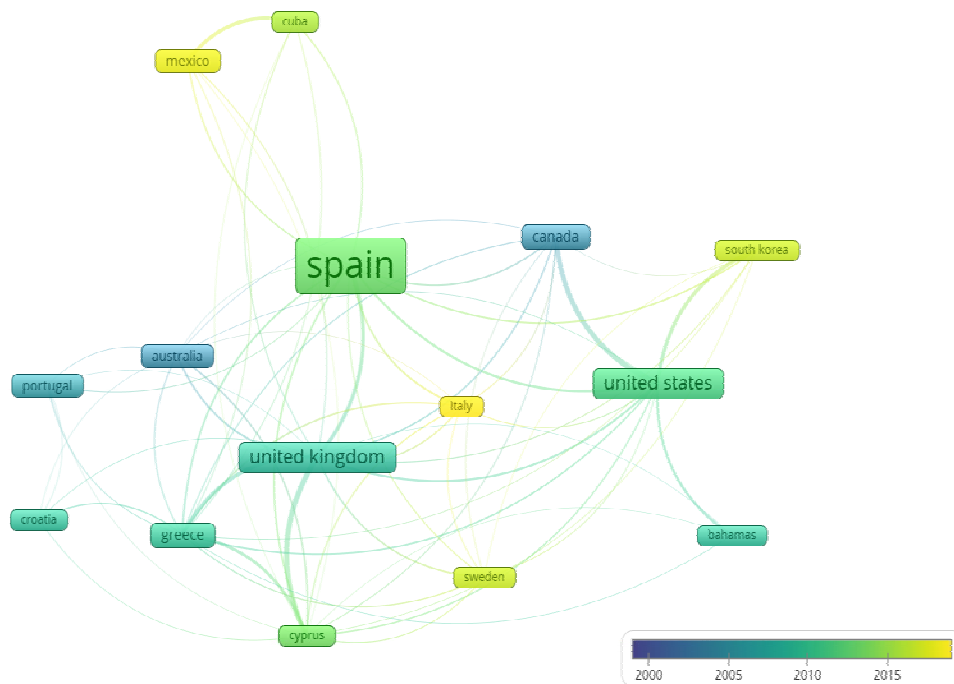
2.4.1. Análisis de autoría

La autoría de los artículos procede de 15 países. La gran mayoría de artículos han sido publicados por autores europeos, alcanzando un 70% del total de publicaciones (32 artículos). A continuación, los autores pertenecientes a países norteamericanos participaron en doce artículos, que supone el 26,1%. En el recuento por países destacan los autores que pertenecen a instituciones españolas, con la participación en 18 artículos (39,1%), seguida de autores estadounidenses, que participan en siete artículos (15,2%), y de autores británicos, en seis artículos (13%). La figura 2.2 refleja las relaciones entre los 15 países a través del uso de Vosviewer software. El tamaño de los nodos representa la importancia según el número de documentos y el color representa la existencia de un cluster entre nodos. El bibliographic coupling análisis ofrece una clara visualización de relaciones entre cuatro grupos de países. Los tres países con más artículos publicados lideran un grupo cada uno de ellos: (1) España, Italia y Suecia; (2) USA, Canadá, Bahamas y Corea del Sur; y (3) Reino Unido, Australia, Portugal, Croacia, Grecia y Chipre. México y Cuba forman parte de un cuarto grupo más periférico. España ocupa una posición central interconectada claramente con los otros tres clusters.

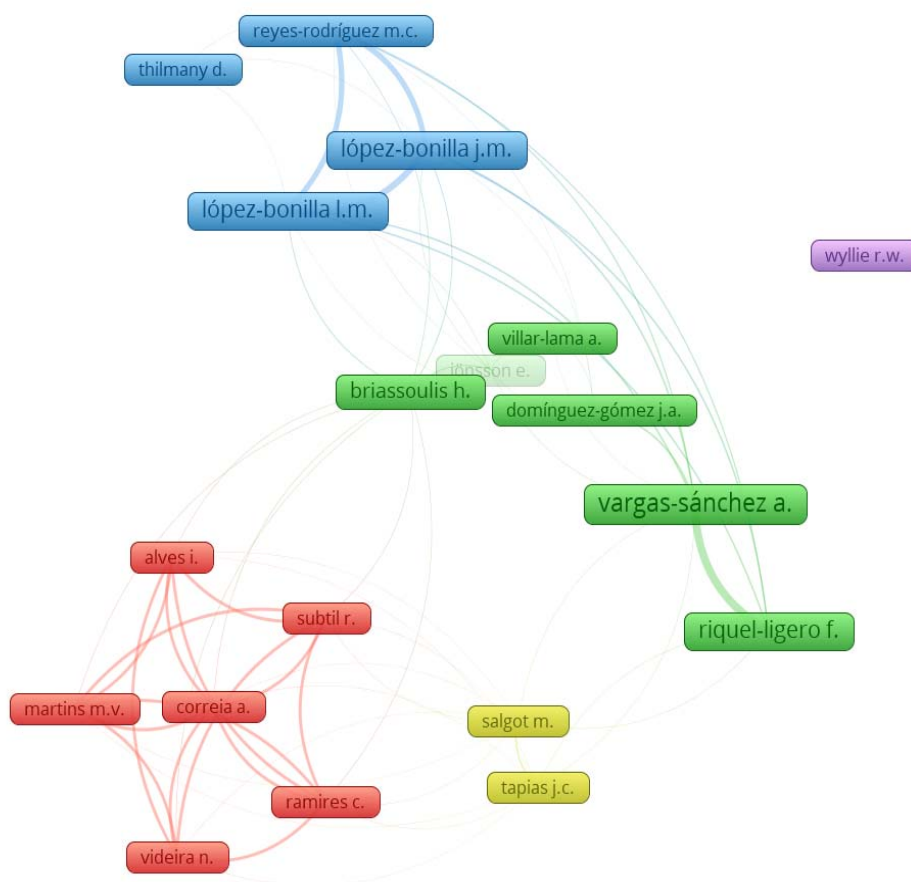
Figura 2.2. Contribución de autoría por países (clusters)

La figura 2.3 representa la distribución temporal de los artículos publicados por países. Australia, Canadá y Portugal aparecen como los países con publicaciones más antiguas, mientras que Italia, México, Suecia y Corea del Sur se distinguen con las publicaciones más recientes.

En la figura 2.4 se detalla los 19 autores más prolíficos, que han publicado al menos dos artículos sobre el tópico. A. Vargas-Sánchez (Universidad de Huelva) destaca con cinco artículos, seguido de F. Riquel-Ligero (Universidad de Huelva) y de los hermanos López-Bonilla (Universidad de Sevilla), con cuatro artículos cada uno de ellos. H. Briassoulis (Universidad de Aegean, Grecia) se sitúa en quinta posición, con tres artículos.

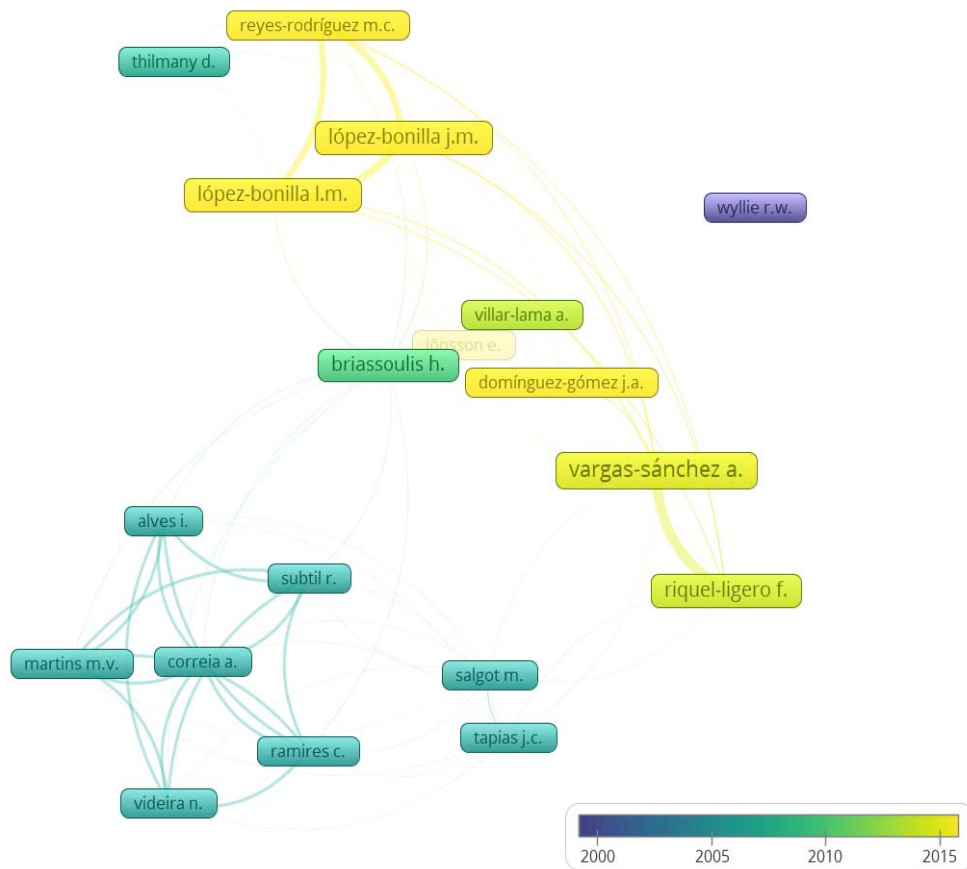
Figura 2.3. Contribución de autoría por países (distribución temporal)

Los 19 autores son responsables de 24 artículos, lo que significa algo más de la mitad del total de publicaciones analizadas (52,2%). Casi todos ellos son autores europeos, con la excepción de un autor canadiense (R.W. Wyllie) y otro estadounidense (D. Thilmany). La mayoría de los artículos son firmados por autores procedentes de tres países: España, Grecia y Portugal. Los autores españoles y portugueses son los más numerosos, con nueve y seis investigadores, respectivamente. Además, los nueve autores españoles pertenecen a la Universidad de Sevilla (4 autores), Universidad de Huelva (3) y Universidad de Barcelona (2), mientras que los autores portugueses (cluster de color rojo) son de la Universidad del Algarve en su mayoría (4 autores).

Figura 2.4. Autores prolíficos (cluster)

La figura 2.4 establece cuatro clusters, situándose H. Briassoulis como eje central que conecta entre ellos. Sin embargo, hay una mayor interconexión entre los clusters verde y azul, liderados por A. Vargas-Sánchez y los hermanos López-Bonilla, respectivamente. El cluster rojo está representado por autores portugueses, ocupando una posición central A. Correia. Por el contrario, el cluster de color amarillo, representado por M. Salgot y J.C. Tapias, está poco relacionados con los otros clusters. Por último, hay un autor (R.W. Wyllie) que no presenta ninguna interconexión con los demás.

La figura 2.5 recoge la mayor o menor actualidad de las publicaciones de los autores prolíficos. Los autores que han publicado en fechas más recientes son M.C. Reyes-Rodríguez (Universidad de Sevilla) y J.A. Domínguez-Gómez (Universidad de Huelva), junto con E. Jönsson (Universidad de Lund, Suecia) y los hermanos López-Bonilla (Universidad de Sevilla).

Figura 2.5. Autores prolíficos (distribución temporal)

2.4.2. Análisis de cuestiones metodológicas

La metodología utilizada en los artículos publicados es muy variada. Se puede observar un predominio de los estudios teóricos y de carácter cualitativo, basándose una mayoría de ellos en el estudio de caso, (Markwick, 2000; Briassoulis, 2007, 2010, 2011; Wyllie, 1998a, 1998b; Sullivan-Sealey y Cushion, 2013; Butler, 2019). Asimismo, unos pocos estudios se han basado en entrevistas, que han sido dirigidas especialmente a los stakeholders (Correia et al., 2006; Domínguez-Gómez y Vargas-Sánchez, 2016; Jönsson, 2016a; 2016b; Domínguez-Gómez y González-Gómez, 2017). Minoli, Goode y Smith (2015) realizan también entrevistas mediante grupos de discusión con turistas de golf y añaden un análisis de páginas Web de 34 resorts de golf con certificación ecológica.

Los estudios cuantitativos se han basado mayoritariamente en fuentes de datos primarios, a través de encuestas personales que han sido realizadas tanto a los gestores de campos de golf (Vargas-Sánchez y Riquel-Ligero, 2012, 2015; Riquel-Ligero y Vargas-Sánchez, 2013, 2014; Scott, Ruddy y Peister, 2018), como a los turistas de golf (Boukas y Ziakas, 2013; Wilson y Thilmany, 2006; Watson, Davis y Thilmany, 2008; López-Bonilla y López-Bonilla, 2012a; 2016; López-Bonilla, Reyes-Rodríguez y López-Bonilla, 2018, 2020), a los jugadores de golf (Han, Yoon y Woods, 2016; Wilson y Thilmany, 2006; Watson, Davis y Thilmany, 2008; Videira et al., 2006) e incluso a la población residente (Schmitt, 2000) y a los espectadores de un torneo de golf (Agrusa, 2002).

Otros estudios se han basado en fuentes de datos secundarios, como es el caso del estudio de Scott, Ruddy y Peister (2018), que recoge datos del Ministerio de Medioambiente sobre el volumen de agua usada por los campos de golf de Ontario (Canadá); así como los estudios de Rodríguez, Knox y Weatherhead (2007) y Villar-Lama (2013), que utilizan un Sistema de Información Geográfica (SIG) para observar el consumo de agua de los campos de golf en España y para analizar la situación actual y la evolución de los campos de golf en Andalucía, respectivamente.

Los estudios cuantitativos se han basado en distintas técnicas estadísticas, como por ejemplo análisis descriptivos (Agrusa, 2002; Watson, Davis y Thilmany, 2008; Scott, Ruddy y Peister, 2018); cluster análisis (Wilson y Thilmany, 2006) y análisis multivariantes (Riquel-Ligero y Vargas-Sánchez, 2013, 2014; Vargas-Sánchez y Riquel-Ligero, 2012, 2015; López-Bonilla y López-Bonilla, 2012a; 2016; Han, Yoon y Woods, 2016; López-Bonilla, Reyes-Rodríguez y López-Bonilla, 2018, 2020). La técnica más frecuente ha sido Partial Least Square (PLS), que se ha usado mediante el software Visual-PLS (Riquel-Ligero y Vargas-Sánchez, 2013, 2014; Vargas-Sánchez y Riquel-Ligero, 2012, 2015), el software SmartPLS (López-Bonilla y López-Bonilla, 2012a; 2016), y el software libre R (López-Bonilla, Reyes-Rodríguez y López-Bonilla, 2020).

2.4.3. Análisis de contenido temático

A continuación, se analiza los contenidos más específicos que han sido tratados en los artículos. Para ello, se revisan las relaciones existentes entre todas las palabras claves de los 46 artículos y se establecen una serie de clusters temáticos. La figura 2.6 incluye las

del análisis y al estar representado por un número muy limitado de artículos. Así, el cluster 6 se incluye dentro del cluster 5 por su mayor afinidad temática.

2.4.3.1. Impactos

En esta línea de investigación se encuentran catorce artículos. Los estudios sobre los efectos positivos y negativos vinculados a los campos de golf suelen ser abundantes en la literatura académica, como así lo atestigua la revisión realizada por Petrosillo et al. (2019) sobre este subapartado, destacando especialmente los factores negativos como más recurrentes. Como advierte Parnwell (1998) en su estudio sobre la repercusión del turismo de golf en Myanmar y Tailandia, las ventajas percibidas a nivel general se intercambian con frecuencia con impactos negativos significativos y ocasionalmente graves para la seguridad local. Sin embargo, la mayoría de los estudios relativos al turismo de golf tratan de plantear un mayor equilibrio entre estas fuerzas a favor y en contra. Incluso algunos de los trabajos están más orientados hacia las bondades del turismo de golf, como el estudio de Butler (2019), que concluye que para el caso de un lugar privilegiado como St. Andrews (Escocia), considerado la cuna del golf, es muy positivo para la ciudad en sus tres vertientes de sostenibilidad, contando con pocos problemas medioambientales y con diversos beneficios sociales y económicos favorables para sus residentes. En cualquier caso, como proponen Salgot y Tapias (2006), es necesaria una gestión integrada de todas las características del entorno del campo de golf para reducir al mínimo sus impactos negativos y, a su vez, mejorar los efectos positivos.

Algunos estudios se han centrado en los impactos socio-económicos del turismo de golf. Por ejemplo, Agrusa y Tanner (2002) realizan un estudio sobre los beneficios turísticos que aporta un torneo de golf de segunda categoría en Louisiana a través de la opinión de los espectadores que asistieron, siendo 88 turistas y 534 residentes. Sus resultados indican un impacto económico positivo para la comunidad local. Lim y Patterson (2008) describen el impacto de un evento internacional de golf en la isla de Jeju (Corea) y consideran este deporte como un nicho de mercado estratégico para el desarrollo de la isla. Jugovic, Grzinic y Loncar (2009) analizan los beneficios macroeconómicos en el desarrollo del turismo golf en Istria (Croacia). Watson, Davies y Thilmany (2008) realiza un análisis de impacto para destacar la contribución económica de la industria de golf en Colorado. Los efectos directos en el sector turístico se registraron a partir de una encuesta a 155 turistas

de golf. Wilson y Thilmany (2007) analizan también el impacto económico del golf en Colorado a partir de la segmentación del mercado, estableciendo tres grupos de clientes: (1) los entusiastas, que juegan asiduamente al golf; (2) los visitantes de resorts, que desean estar en este tipo de instalaciones y buscan experiencias de buena vida; y (3) los profesionales en red, que son mayormente residentes que juegan con conocidos del mundo de los negocios. El primer segmento, seguido del segundo, son los que aportan mayores ingresos económicos para Colorado.

En relación a los impactos ambientales, los trabajos de Villar-Lama y Fernández-Tabales (2013) confirman que los campos de golf de carácter turístico y deportivo tienen un menor impacto territorial y ambiental que los complejos residenciales vinculados al negocio inmobiliario. Asimismo, Villar-Lama (2013) asegura que los campos de golf son piezas clave en el proceso urbanizador de la Costa del Sol y de la mercantilización del paisaje. Como ya indicaban Petrosillo et al. (2019), el paisaje resulta un aspecto crucial para determinar los efectos positivos y negativos de los demás componentes que configuran un proyecto de golf.

Por su parte, Rodríguez, Knox y Weatherhead (2007) se concentran en el estudio del consumo de agua de los campos de golf y realizan una comparación con la irrigación en el sector de la agricultura en España, usando a geographical information system (GIS). Sus resultados indican que el volumen de agua usada para el riego de los campos de golf es extremadamente reducido comparado con la irrigación agrícola. De este modo, el consumo de agua de los campos de golf de uso turístico es económicamente racional a pesar del controvertido trasvase de recursos desde la agricultura. Por el contrario, el estudio de Wurl (2019) indica que los 13 campos de golf existentes en el corredor turístico de Los Cabos, en México, supera el volumen de agua usada en la agricultura de la zona. Otro estudio reciente y también muy vinculado al uso del agua está publicado por Scott, Rutty y Peister (2018), que examinan las características de 129 campos de golf de Ontario (Canadá) y su efecto sobre la variabilidad del uso del agua, destacando factores como el tipo de suelo, la antigüedad del campo de golf y su propiedad pública-privada. Además, este estudio se ocupa de observar la influencia del cambio del clima sobre el uso del agua comparando épocas estacionales normales frente a épocas extrañamente secas y cálidas, en las que la media de agua usada casi se duplica. Estos autores sugieren que entre las mejores prácticas medioambientales respecto al consumo de agua se halla la incorporación de césped que sea

tolerante a la sequía, así como la instalación de sensores de humedad del suelo para evitar el riego excesivo y la adición de agentes humectantes para retener la humedad del suelo.

2.4.3.2. *Gestión medioambiental*

En esta línea de investigación se hallan ocho artículos. Tapias y Salgot (2006) consideran que los recursos del agua, el suelo y el césped son elementos clave en la gestión medioambiental de los campos de golf, que debe aplicarse de manera integral. A su vez, estos autores aseveran que los turistas de golf que proceden de países o regiones con abundante agua deben modificar sus expectativas cuando viajan a destinos con escasez de agua. Flores, Vargas y López (2015) advierten que un crecimiento excesivo de campos de golf situarían a los destinos turísticos mexicanos en riesgo medioambiental, por lo que proponen que las empresas deben buscar fórmulas de gestión medioambiental y los gobiernos deben crear un marco político y normativo para guiarlas hacia la sostenibilidad. Para el caso concreto del complejo turístico Baker's Bay Golf and Ocean Club, en Las Bahamas, Sullivan-Sealey y Cushion (2009) revisan los esfuerzos, recursos y costes que se requieren en la implantación de un programa de gestión medioambiental a largo plazo. Este programa resulta costoso pero necesario para evitar problemas en el futuro. Los beneficios a largo plazo de una gestión medioambiental responsable incluyen (1) la estabilización de la línea de costa y el sistema de dunas costeras, (2) la reducción de las fuentes de contaminación terrestres, conservando el valor de los recursos marinos cercanos a la costa; y (3) el mantenimiento de la diversidad biológica del lugar y los hábitats de vida silvestre.

Vargas-Sánchez y Riquel-Ligero (2012, 2015) y Riquel-Ligero y Vargas-Sánchez (2013, 2014) describen y comprueban la influencia de las presiones institucionales sobre las prácticas de gestión medioambiental de los gestores de campos de golf andaluces. A su vez, la gestión medioambiental se relaciona igualmente con la legitimidad social y el desempeño organizacional. Para ello, estos autores proponen modelos de investigación estructurales basados en la Teoría Institucional y se realiza una encuesta personal a 31 gestores o greenkeepers. En concreto, dos de estos trabajos (Riquel-Ligero y Vargas-Sánchez, 2014; Vargas-Sánchez y Riquel-Ligero, 2015) han sido estudios longitudinales comparando datos obtenidos de dos encuestas a gestores o greenkeepers en 2007 y 2010.

Minoli, Goode y Smith (2015) exploran el papel que desempeñan las etiquetas ecológicas aplicadas al turismo de golf desde el ámbito de la divulgación y la educación. Las etiquetas ecológicas certifican públicamente un liderazgo, un compromiso y un alto nivel de gestión medioambiental en los campos de golf. Estos autores señalan que los turistas de golf poseen poca conciencia y comprensión sobre el programa internacional de gestión del hábitat de vida silvestre denominado The Audubon Co-Operative Sanctuary Programme (ACSP). El aumento de la conciencia medioambiental de los turistas de golf y la comprensión de las etiquetas ecológicas puede afectar la toma de decisiones respecto a sus vacaciones de golf. De este modo, las etiquetas ecológicas pueden tener un papel relevante en la retención de los clientes y la generación de nuevas oportunidades de negocio.

2.4.3.3. Actitudes y comportamientos medioambientales

La sostenibilidad del turismo de golf necesita una comprensión holística de las interrelaciones entre los elementos sociales, culturales, económicos, medioambientales y culturales, pero la dimensión sociocultural de los destinos turísticos de golf no está explorada suficientemente en la literatura de turismo (Boukas y Ziakas, 2013). En este subapartado hemos incluido los seis estudios que han tratado las actitudes y comportamientos medioambientales desde la perspectiva de los turistas de golf. Así, Boukas y Ziakas (2013) examinan las percepciones de los turistas de golf en Chipre respecto a su experiencia de vacaciones. Sus resultados indican que las motivaciones principales de los turistas de golf para visita este país incluyen las características naturales de la isla, un entorno acogedor y una experiencia única acompañado de amigos. Esta investigación ha tratado de comprender el significado de las experiencias de los turistas de golf y contextualizar el potencial para fomentar un turismo de golf sostenible.

López-Bonilla y López-Bonilla (2012a; 2016) revisan dos escalas de medida a través de muestras amplias de turistas de golf que visitan Andalucía (España). En un primer estudio, estos autores analizan la escala de orientación ecológica del turista (TEO), desarrollada por Uriely, Reichel y Shani (2007), y proponen una nueva escala revisada, denominada RTEO, que es más específica y directamente relacionada con aspectos medioambientales y, además, fortalece la operatividad del constructo a través de esta medida breve, simple y fiable. El segundo estudio está centrado en el Nuevo Paradigma Medioambiental (NEP), creado por Dunlap y Van Liere (1978), y proponen una nueva escala para superar el dilema

de la dimensionalidad que existe en la literatura. Esta nueva medida se denomina Escala Breve Paradigma Ecológico (BEP) y se pretende con ella eliminar la bipolaridad entre los paradigmas del egocentrismo y el antropocentrismo, además de ofrecer una forma de medición de las actitudes medioambientales con una mayor eficiencia y operatividad.

Han, Yoon y Woods (2016) tratan de aportar más conocimiento al rol que desempeña la conciencia ecológica en el proceso de toma de decisiones relacionadas con el golf. En concreto, estos autores plantean la existencia de relaciones entre la conciencia ecológica, la imagen del golf, la frecuencia de juego, el deseo de jugar, la intención de jugar y la intención de recomendar a otros (WOM) in the traditional and screen-golf industries. Los resultados indicaron que la conciencia ecológica influía significativamente en la formación de decisiones del juego de golf a través de simuladores virtuales, pero no predecía la formación de decisiones para el golf tradicional al aire libre. De este modo, probablemente los individuos con una mayor conciencia ecológica pueden tener una imagen más favorable hacia el screen-golf que hacia el golf tradicional, lo que los va a llevar a jugar al golf virtual con mayor frecuencia por considerarlo menos dañino para el medio ambiente.

López-Bonilla, Reyes-Rodríguez y López-Bonilla (2018, 2020) profundizan en el estudio de las actitudes medioambientales de los turistas de golf analizando los efectos moderadores de la cultura y del género. Por un lado, confirman la relación entre las actitudes y comportamientos medioambientales en tres muestras de turistas de golf alemanes, británicos y españoles, comprobando también que la nacionalidad no actúa como un efecto moderador de dicha relación (López-Bonilla, Reyes-Rodríguez y López-Bonilla (2018) y, por otro lado, examinan los factores personales en el comportamiento medioambiental de los turistas de golf desde una perspectiva de género y corroboran las relaciones entre las capacidades, los hábitos ecológicos y las actitudes medioambientales, aunque las interacciones son más limitadas entre estos constructos (López-Bonilla, Reyes-Rodríguez y López-Bonilla, 2020).

2.4.3.4. Conflicto de intereses

En este dominio de investigación se han encuadrado diez artículos. Así, por ejemplo, Markwick (2000) examina la complejidad de los distintos intereses que están implicados en el desarrollo del golf en Malta, analizando primeramente sus ventajas e inconvenientes

y, también, identificando los grupos de interés y los conflictos que surgen entre ellos. Este autor plantea una matriz de intereses de poder para facilitar que los académicos y gestores en turismo puedan interpretar las relaciones complejas existentes y, de este modo, orientar sus estrategias de desarrollo de manera negociada entre las partes. En este sentido, Domínguez-Gómez y Vargas-Sánchez (2016) evalúan la rentabilidad socio-económica de un proyecto de desarrollo turístico basado en el golf. Para ello, se analizan las opiniones de los stakeholders en torno a las instalaciones de El Rompido Golf, en el municipio de Cartaya (Huelva), que cuestionan los beneficios que aporta a la comunidad local. Por ejemplo, genera poco empleo y de escasa calidad. El régimen de aislamiento turístico tampoco favorece a los empresarios locales ni reduce la estacionalidad porque solo el hotel de cinco estrellas funciona fuera de temporada alta. Domínguez-Gómez y González-Gómez (2017) observan las percepciones de los stakeholders ante un proyecto de golf, pero distinguiendo dos discursos diferentes de acuerdo con sus posiciones socio-políticas: los actores influyentes frente a los actores no influyentes. Los primeros presentan un discurso desarrollista tradicional manteniendo referencias genéricas en torno al concepto de crecimiento. En cambio, los actores no influyentes tienen una visión menos positiva y reflejan un sentimiento más reaccionario. Desde este mismo punto de vista, Jönsson (2016b) explora la diversidad de enfoques y relaciones de poder entre las partes implicadas en el contexto del proyecto de golf conocido como Trump International Golf Links Scotland. Este autor indica que la divergencia de opiniones está derivada de las distintas interpretaciones del espacio. Briassoulis (2007) se centra en la costa mediterránea europea y entiende que el desarrollo turístico centrado en el golf genera un riesgo elevado para optar a un desarrollo sostenible en estos destinos y, por lo tanto, es necesario adoptar una planificación regional estratégica que sea multifuncional, colaborativa, adaptadora y flexible, que consiga un equilibrio de intereses presentes y futuros entre la comunidad local, los turistas y los empresarios.

La oposición de la comunidad local ante el desarrollo del turismo de golf se ha estudiado más directamente en otros estudios (Briassoulis, 2010, 2011; Wyllie, 1998a, 1998b; Schmitt, 2000). En concreto, Wyllie (1998a, 1998b) trata este tema desde las reacciones negativas de los residentes ante la implantación de un campo de golf en Maui County (Hawaii). Schmitt (2000) sugiere que el turismo de calidad no es compatible con iniciativas de turismo de golf, turismo náutico o turismo residencial en Mallorca (España), como propone el Gobierno de las Islas Baleares. Este autor comprueba que la población local de

Mallorca, con una muestra de 200 personas, rechaza el turismo de golf en un 67%, siendo un porcentaje muy superior a las opiniones contrarias al turismo náutico y al turismo residencial. Los trabajos de Briassoulis (2010, 2011) se han centrado en las percepciones y actitudes de grupos que protestan ante un nuevo proyecto de complejo turístico de golf situado en Cavo Sidero (Creta). Briassoulis (2011) propone un esquema conceptual para comprender e interpretar la oposición colectiva que puede servir de apoyo en el desarrollo turístico basado en el golf. Este esquema incluye un conjunto de factores relevantes como son las características sociodemográficas de las personas oponentes y los factores contextuales, así como sus valores, creencias, actitudes e imagen hacia los proyectos de golf.

2.4.3.5. Planificación y desarrollo sostenibles

En esta línea de investigación se ha seleccionado ocho artículos. Priestley (2006) considera esencial la planificación de las zonas turísticas basadas en el desarrollo del golf con idea de alcanzar unos objetivos económicos y sociales que sean compatibles y que contribuyan a la sostenibilidad del sector turístico, el territorio, el paisaje y la comunidad local. Las dificultades en la consecución de estos objetivos deben superarse a través de un enfoque de desarrollo sostenible. Warnken, Thompson y Zakus (2001) discuten el proceso de planificación medioambiental y económica en el desarrollo de la Gold Coast en Australia, que ha dado lugar a un exceso de oferta de instalaciones de golf, y concluyen que las comunidades locales deben exigir políticas de planificación locales efectivas y un mayor control público para evitar posibles desequilibrios. Jönsson (2016a) observa que la política ecológica ha estado poco ligada con el turismo y analiza las posibilidades de aplicarla en el turismo de golf, haciendo referencia al caso concreto de un campo de golf de alto nivel en Suecia. Górgolas (2018) revisa la legislación andaluza para habilitar la implantación de campos de golf en la región y sugiere que la declaración de “campo de golf de interés turístico”, que pretendía buscar la excelencia turística, ha supuesto realmente una excusa para perpetuar la asociación entre campos de golf y operaciones inmobiliario-residenciales que se extienden por los territorios turísticos de la región andaluza, especialmente en las zonas litorales.

En cuanto al desarrollo del turismo de golf, Woodside (2009) cree necesario la aplicación de la dinámica de sistemas para modelar y evaluar los inputs y outputs, abarcando una

visión integradora de sus múltiples factores implicados, como son el desarrollo inmobiliario, la agricultura, la población residente, el empleo y las regulaciones gubernamentales. Videira et al. (2006) analizan una serie de indicadores fundamentales desde tres dimensiones: medioambiental, empresarial y economía regional. Estos autores indican que la mejora del desempeño ambiental de los campos de golf se puede facilitar a través de la adopción e implementación de varios instrumentos de gestión. Al igual que Videira et al. (2006), basándose en los mismos conjuntos de indicadores, Correia et al. (2006) presentan el concepto de desarrollo de golf sostenible (SGD). Estos autores recomiendan un número entre 29 y 41 campos de golf en el Algarve (Portugal) para que exista un desarrollo sostenible desde una perspectiva socioeconómica, empresarial y medioambiental y, además, sugieren el fortalecimiento de las relaciones entre todas las partes implicadas, desde empresarios hasta gobernantes, pasando por los propios ciudadanos. Del Campo, Molina y Sales (2006) se centran en los límites sostenibles de los campos de golf que se desarrollan en un destino turístico destacado, como es la provincia de Alicante (España). Estos autores consideran que estos espacios deben ser rentables económicamente y comprometidos con el entorno, para lo cual analizan factores determinantes como el beneficio económico, el uso de suelo y el consumo de agua.

2.5. CONCLUSIONES

La investigación sobre la sostenibilidad de los campos de golf ha sido amplia, pero es necesario distinguirla de la investigación sobre turismo de golf, que ha sido mucho más limitada y reciente. Sin embargo, la investigación sobre los campos de golf se ha concentrado esencialmente en las cuestiones medioambientales, mientras que la investigación sobre turismo de golf se enfoca hacia una mayor diversidad de perspectivas sostenibles. En el presente estudio hemos revisado los estudios publicados en revistas científicas durante un período de tiempo muy amplio, desde el año 1998 hasta inicios de 2020. Hemos encontrado un total de 46 artículos publicados y hemos analizado su contenido para detectar especialmente los dominios de investigación existentes y establecer líneas de investigación futuras. Todo ello, va a ser de utilidad para académicos y estudiantes de postgrado, así como para los gestores públicos y privados vinculados al desarrollo del turismo de golf.

Los resultados nos indican que los trabajos publicados se concentran geográficamente en el sur de Europa, como son España, Grecia y Portugal. En cambio, los estudios sobre los campos de golf proceden sobre todo de Norteamérica, como indican Petrosillo et al. (2019). España y Portugal lideran el turismo de golf en Europa, por lo que coincide con el interés académico de dos regiones respecto a la investigación sobre esta temática, como son el Algarve, en Portugal, y, sobre todo, Andalucía, en España. En este sentido, hay un predominio de investigadores que proceden de la Universidad de Sevilla y la Universidad de Huelva, en España, y la Universidad del Algarve, en Portugal, que curiosamente son instituciones situadas en territorios limítrofes al oeste de la Península Ibérica. Los autores más destacados en el análisis gráfico son A. Vargas-Sánchez (Universidad de Huelva) y los hermanos López-Bonilla (Universidad de Sevilla), que lideran claramente distintos clusters. Sin embargo, hay otro autor relevante, H. Briassoulis (Universidad de Aegean) que actúa como eje central entre las conexiones de redes entre investigadores. Además, entre todos los autores que han publicado sobre el tópico, es destacable mencionar también que uno de ellos, el profesor Butler, es uno de los principales investigadores en el ámbito de la sostenibilidad y el turismo en general, como se observa en el ranking de autores establecido por Niñerola et al. (2019).

Los artículos publicados se han basado tanto en estudios de carácter cualitativo como cuantitativo en una proporción similar. Sin embargo, hay una escasez de estudios que utilicen ambas técnicas de análisis de datos. Además, los estudios cuantitativos usaron muestras de tamaño limitado, tanto de campos de golf como de turistas de golf, a excepción de unos pocos estudios, como por ejemplo los trabajos de Scott, Rutty y Peister, (2018), contando con una muestra de 120 campos de golf en Ontario (Canadá) y de López-Bonilla y López-Bonilla (2016), que usaron una muestra de 509 turistas de golf europeos. Para mejorar las capacidades de análisis sería conveniente realizar estudios basados en muestras amplias y diversas. Por ejemplo, con el propósito de comparar sus resultados, se podría estudiar la gestión medioambiental de campos de golf de regiones o países distintos o también el comportamiento medioambiental de los turistas de golf que visitan destinos muy diferentes, situados en lugares geográficos distantes o en entornos turísticos diversos. Además, las muestras de turistas de golf suelen estar poco definidas y, para ello, se podría tener en cuenta, por ejemplo, la distinción de turistas de golf que proporciona Hudson y Hudson (2010). Así, sería interesante plantear estudios en los que se pudiera contrastar las opiniones de turistas esenciales, cuya principal motivación de viaje sea jugar al golf, frente

a los turistas casuales, que juegan al golf como otra actividad más en su viaje. También sería oportuno considerar otros estudios basados en los turistas de golf pasivos que actúan como espectadores de torneos.

En el análisis de contenido hemos detectado cinco líneas de investigación sobre turismo de golf desde distintas perspectivas de la sostenibilidad. La línea de investigación más prolífica ha estado relacionada con los impactos del turismo de golf, con catorce trabajos publicados. Le sigue por número de artículos la línea de investigación centrada en los conflictos de intereses, con diez artículos. A continuación, hay dos líneas de investigación con ocho trabajos cada una de ellas que están dedicadas a la gestión medioambiental y a la planificación y desarrollo sostenibles. Por último, la línea de investigación menos tratada en la literatura se ha centrado en las actitudes y comportamientos medioambientales de los turistas de golf, con seis artículos.

Como hemos comentado, la investigación sobre turismo de golf y sostenibilidad es todavía relativamente escasa. La cantidad de artículos sobre el tópico supone, aproximadamente, una quinta parte de los trabajos publicados sobre sostenibilidad y campos de golf. Por ello, podemos proponer algunos estudios para cada una de las líneas de investigación descritas anteriormente. La línea de investigación sobre los impactos del turismo de golf debería considerar los efectos del cambio climático en un futuro próximo y se podría establecer una serie de indicadores de sostenibilidad para valorar sus niveles de importancia y generar un balance de efectos positivos y negativos.

En este sentido, la temática sobre los conflictos de intereses está muy asociada con la línea de investigación anterior y se podría analizar el equilibrio entre los stakeholders para potenciar la imagen local de las instalaciones de golf. Respecto al estudio sobre planificación y desarrollo sostenibles, se podría revisar los planes estratégicos de la administración pública que se orienten al desarrollo sostenible de zonas geográficas enfocadas al turismo de golf. En cuanto a la línea sobre gestión medioambiental, se podría profundizar en las prácticas medioambientales de los gestores de instalaciones turísticas basadas en campos de golf. Finalmente, la investigación sobre actitudes y comportamientos medioambientales tendría la posibilidad de realizar una segmentación de los turistas de golf para identificar los perfiles ecológicos y sostenibles, analizar la equidad de género o estudiar la autenticidad de las instalaciones de turismo de golf respecto al

entorno socio-cultural en el que están ubicadas. No cabe duda que se podría realizar otro tipo de estudio más transversal, en el que participen varias líneas de investigación descritas anteriormente. Así, por ejemplo, la equidad de género es fundamental para la sostenibilidad, hay desigualdad en el número de jugadoras de golf y, por tanto, de turistas de golf. Por otra parte, se podría identificar aquellas instalaciones de turismo de golf que hayan alcanzado el éxito por su máxima eficiencia, tanto en zonas de abundantes recursos naturales como escasos, así como se analizaría el uso de energías renovables y su aceptación por parte de los stakeholders.

Como es obvio, el presente trabajo tiene diversas limitaciones. En primer lugar, el estudio se ha basado en la búsqueda de artículos en las dos bases de datos internacionales más importantes en el mundo en la actualidad. Estas dos bases de datos tienen una gran cobertura de revistas indexadas y, además, son las que tienen un mayor reconocimiento académico. Sin embargo, este estudio no abarca otras fuentes de información. Asimismo, nos hemos centrado en la publicación de artículos, pero se ha descartado otros tipos de documentos publicados, como son, especialmente, los capítulos de libros y ponencias de congresos. Por otro lado, el análisis de contenido se ha basado en la revisión de los artículos para extraer los aspectos más relevantes que los definen y así poderlos clasificar. El número de artículos analizados ha sido reducido y esto ha facilitado la tarea. En cambio, nuestro estudio se ha basado en un análisis gráfico de tipo descriptivo que en futuros estudios debería complementarse con otras técnicas de análisis para profundizar en los resultados.

Capítulo 3

Actitudes y comportamientos medioambientales de los turistas de golf europeos

Resumen

Las actitudes y comportamientos medioambientales han recibido relativamente poca atención en el ámbito del turismo de golf, en comparación con otras áreas de investigación en turismo. El turismo de golf ofrece productos y servicios basados en la naturaleza, los cuales deben centrarse en el medio ambiente. En la última década, el golf ha alcanzado cada vez más importancia en el desarrollo del turismo europeo. Además, el golf es una de las principales motivaciones para los turistas europeos en el sector del turismo deportivo. Este estudio se basa en una muestra de 431 turistas de golf de diferentes nacionalidades que visitan Andalucía, España. Esta investigación examina la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento para tres submuestras de nacionalidades europeas: británica, alemana y española. Esta relación se ha corroborado en las tres submuestras analizadas. Sin embargo, la nacionalidad de los turistas de golf europeos no fue una variable moderadora en la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento.

Palabras clave: preocupación medioambiental; intención medioambiental; golf; comportamiento turístico; análisis cross-cultural; nacionalidad.

3.1. INTRODUCCIÓN

Desde finales de los años 60, las costas del Mediterráneo han sido destinos de vacaciones muy conocidos. Sin embargo, jugar al golf se ha vuelto cada vez más importante en el desarrollo del turismo europeo en la última década (Pastor et al., 2015). Se ha incrementado la popularidad del golf entre los turistas debido a las motivaciones de los viajes relacionados con el golf o a las oportunidades para compartir ocio con los compañeros de trabajo, amigos o familiares (Hutchinson, Wang y Lai, 2010). Normalmente, los turistas que incluyen jugar al golf en sus viajes realizan un gasto medio elevado, por lo que este deporte se ha convertido en un tipo de demanda muy atractivo para las zonas turísticas. Sin embargo, la oferta de golf debe hacerse de manera razonable, respetando el entorno donde se ubica para mantener en el futuro su equilibrio social, económico y medioambiental.

El turismo de golf ofrece productos y servicios basados en la naturaleza, y éstos deben centrarse en el medio ambiente. Concretamente, la solicitud para gestionar campos de golf sostenibles medioambientalmente está aumentando en Andalucía. Recientemente, el Gobierno de Andalucía ha endurecido la legislación actual sobre las condiciones ambientales que deben reunir los campos de golf. También, en esta región de España se creó el concepto de “campos de golf turísticos”, los cuales requieren determinados requisitos medioambientales para que sean declarados como tal.

El desarrollo sostenible es un tema importante para el desarrollo de los campos de golf y de los complejos o resorts turísticos de golf (Park et al., 2018). El desarrollo del golf ha sido muy rápido en las últimas décadas en todo el mundo, pero los campos de golf son muy polémicos desde el punto de vista ambiental (Briassoulis, 2010). Sin embargo, Kim y Ritchie (2012) han sugerido que los turistas de golf son atraídos por motivaciones extrínsecas, tal como el "medio ambiente". El conocimiento de los modelos y procedimientos de comportamiento que motivan y determinan las decisiones de los turistas de golf pueden ayudar enormemente en la gestión medioambiental de los campos de golf.

El objetivo principal de este estudio es doble, como se indica: (1) examinar la influencia de las actitudes medioambientales sobre las intenciones medioambientales en los turistas de golf; y (2) analizar si la cultura, a través de la nacionalidad, modera la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones medioambientales en los turistas de golf.

En los últimos años, los campos de golf andaluces han adoptado una regulación ambiental más rigurosa. Los campos de golf se pueden declarar de interés turístico por el Gobierno de Andalucía si éstos cumplen con los principios de desarrollo sostenible. Este procedimiento para obtener la declaración de interés turístico tiene por objeto promover la mejora y el respeto del medio ambiente y la recuperación y protección del paisaje (Gobierno de Andalucía, 2008, 2010, 2012). Para ello, los gestores de los campos de golf deben observar las actitudes y comportamientos medioambientales de los jugadores de golf. En particular, los campos de golf que se encuentran en zonas turísticas pueden ser más vulnerables, debido a que son frecuentados por una mayor heterogeneidad de individuos procedentes de diferentes lugares de España y de otros países, especialmente de países europeos. La preocupación medioambiental de estos golfistas puede tener un amplio impacto en el atractivo y la competitividad del turismo de golf en Andalucía. Por lo tanto, este trabajo

permite analizar las actitudes y los comportamientos medioambientales desde la perspectiva del turista. Siguiendo a Wilhelm-Richmann, Cowling y Difford (2014) y Minoli, Goode y Metcalfe (2018), es imprescindible entender de manera perspicaz las actitudes y los comportamientos medioambientales de los turistas de golf para que los técnicos y gestores de la conservación puedan interpretar mejor las barreras para acometer programas de gestión medioambiental.

A pesar de que el golf se celebra al aire libre, está en un entorno muy alterado o modificado. Sin embargo, los campos de golf tienen impactos ambientales positivos y negativos (Minoli y Smith, 2011). Es importante entender que la sostenibilidad no es únicamente una cuestión medioambiental. En este sentido, como indicaron Completo y Gustavo (2014), la investigación sobre el golf se limita prácticamente a los aspectos medioambientales, mientras que los aspectos socioeconómicos y culturales generalmente se pasan por alto. Según Woodside (2009), el golf puede desempeñar un papel importante en el proceso de calificación o certificación del medio ambiente, en el desarrollo económico sostenible y en el aumento de la calidad de vida de las poblaciones anfitrionas. Así pues, los jugadores de golf pueden constituir un factor fundamental para promover y apoyar un comportamiento a favor del medio ambiente. Por lo tanto, es necesario investigar la mentalidad o forma de pensar actual de los golfistas hacia la sostenibilidad.

El estudio del turismo de golf ha surgido como un interesante campo de investigación (Pastor et al., 2015), así lo han demostrado estudios muy recientes (v.gr. Aksu, Uçar y Kiliçarslan, 2016; Dai, Puyana y Han, 2016; Enz y Canina, 2017; Han, Yoon y Woods, 2016; López-Bonilla y López-Bonilla, 2016; Ramírez-Hurtado y Berbel-Pineda, 2015). El presente trabajo trata de contribuir a la literatura sobre las actitudes y los comportamientos medioambientales de los turistas de golf. Como señalaron Han, Yoon y Woods (2016), el papel de la conciencia ambiental en el proceso de toma de decisiones no se ha examinado en la industria del golf. Además, prácticamente no existe literatura que haya analizado las diferencias interculturales en las actitudes hacia el turismo ambientalmente responsable (Kang y Moscardo, 2006). Más recientemente, Li (2014) llevó a cabo un meta-análisis sobre la investigación turística intercultural. En esta publicación sobre el estado del arte, se estudiaron una gran variedad de temas de investigación en un contexto cross-cultural, pero únicamente siete estudios se llevaron a cabo en el ámbito de la actitud y la intención de comportamiento. Por lo tanto, este estudio aborda esta laguna en la literatura y aporta

conocimientos sobre las actitudes y los comportamientos medioambientales en el sector del turismo de golf. Además, los resultados del mismo pueden ayudar a los gestores de los destinos turísticos en el desarrollo de estrategias de marketing y de gestión.

3.2. MODELO DE INVESTIGACION Y PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS

El turismo de golf genera importantes beneficios, pero los campos de golf son cuestionados a menudo por su estrecha relación con el medio ambiente y, en consecuencia, por su posible impacto negativo sobre él. En esta línea, Correia et al. (2006) sostuvieron que tanto los gestores como los turistas deben ser conscientes de la importancia de las prácticas de turismo sostenible. Desde el punto de vista de los campos de golf (Dai, Puyana y Han, 2016; Chen, Liu y Liaw, 2011; Briassoulis, 2007; Chen et al., 2009; Espejo, 2004; Vargas-Sánchez y Riquel-Ligero, 2009; Woodside, 2009), la investigación sobre la sostenibilidad en el golf se ha incrementado en los últimos años. Por lo tanto, existe una literatura considerable sobre el impacto medioambiental negativo de los campos de golf, sobre todo con respecto al uso excesivo del agua (Devitt et al., 2004; Utrero-González y Callado-Muñoz, 2014), la contaminación medioambiental (Li et al., 2013), productos químicos (Kim et al., 2014; Rice, Horgan y Hamlin, 2017) y los efectos en la fauna y el hábitat (Neo, 2001; Fox y Hockey, 2007).

Las actitudes y los comportamientos medioambientales se han estudiado de manera considerable en la literatura de ocio al aire libre (Stodolska, 2005; Larson, Whiting y Green, 2011; Kil, Holland y Stein, 2014; Larson et al., 2015; Gamborg y Jensen, 2017; Larson, Usher y Chapmon, 2017; Etminani-Ghasrodashti, Paydar y Ardeshiri, 2018), así como, en la literatura de turismo sostenible (Kang y Moscardo, 2006; Juvan y Dolnicar, 2014, 2017; Hall et al., 2016; Poudel y Nyaupane, 2017; Baird, Hall y Castka, 2018). Sin embargo, la sostenibilidad del golf desde la perspectiva del consumidor se ha estudiado muy poco (López-Bonilla y López-Bonilla, 2012, 2016; Minoli, Goode y Smith, 2015; Minoli, Goode y Metcalfe, 2018). En este caso -desde la perspectiva del visitante- los estudios se han centrado en el comportamiento de los turistas de golf, especialmente en la motivación de los visitantes (Petrick et al., 2001; Correia y Pintassilgo, 2006; Kim y Ritchie, 2012), las intenciones de volver al destino de golf (Petrick y Backman, 2002a; Correia, Barros y Silvestre, 2007; Hutchinson, Wang y Lai, 2010), la elección del destino

(Humphreys, 2014), los determinantes de la satisfacción del turista de golf (Petrick y Backman, 2002b; Moital, Dias y Machado, 2013), la imagen del destino de golf (Correia, Oliveira y Silva, 2009), el precio (Enz y Canina, 2017), la oferta y la demanda de golf (Garau-Vadell y Borja-Solé, 2008), el género (McGinnis, Gentry y Maquillan, 2008; Wood y Danylchuk, 2011; Reis y Correia, 2013) y el perfil de los viajeros de golf (Wilson y Thilmany, 2006; Kim, Kim y Ritchie, 2008; Shani et al., 2009; Ramírez-Hurtado y Berbel-Pineda, 2015). No obstante, las actitudes y los comportamientos medioambientales han recibido relativamente menos atención, en comparación con otras áreas de investigación turística. Además, como sugirieron Kang y Moscardo (2006), se ha investigado muy poco sobre la concienciación y el interés de los turistas por los comportamientos responsables durante el viaje. Existe un conocimiento muy limitado sobre quiénes son estas personas respetuosas con el medio ambiente (Dolnicar, Crouch y Long, 2008).

Lee y Moscardo (2005) señalaron que los consumidores preocupados por el medio ambiente podrían tener más probabilidades de tener conductas pro-ambientales que otros usuarios que sólo están expuestos a las prácticas ecológicas por parte de las empresas en el lugar de destino. Sin embargo, tener una actitud positiva no se establece como un buen indicador de la elección de vacaciones medioambientalmente sostenibles (Juvan y Dolnicar, 2014). En este sentido, Roberts y Bacon (1997) sugirieron que las investigaciones anteriores han sufrido de una falta de consistencia en la relación entre actitud y comportamiento. Actualmente, los investigadores adoptan también posiciones contrarias respecto a la relación entre las actitudes y los comportamientos ecológicos (Moraes, Carrigan y Szmigin, 2012; Claudy, Peterson y O'Driscoll, 2013; Schill y Shaw, 2016; Lee, 2017; Hwang y Lee, 2018). Por ello, los hallazgos más usuales ponen de manifiesto que existe una relación moderada entre la actitud y el comportamiento medioambientales (Duerden y Witt, 2010; Wu, Huang y Teng, 2013; Anvar y Venter, 2014; Nguyen y Lobo, 2017; Chen, Chen y Tung, 2018), o bien, hay una relación escasa entre ambos constructos (Ebreo, Hershey y Vining, 1999; Kotchen y Reiling, 2000; Choi y Fielding, 2013; Paço y Lavrador, 2017). Además, hay algunos estudios que informan que incluso no existe ninguna relación (Oskamp et al., 1991; Gamba y Oskamp, 1994; Cleveland, Kalamas y Laroche, 2012; Sánchez, López-Mosquera y Lera-López, 2016).

Si observamos estudios más recientes sobre el contexto del turismo, encontramos también las mismas disyuntivas, ya que algunos autores han corroborado una sólida correlación

entre las actitudes y los comportamientos (Kim, Airey y Szivas, 2011; Ong y Musa, 2011; Lee y Jan, 2015; Choi, Ritchie y Fielding, 2016; Li y Wang, 2017), pero otros estudios no han apoyado esta relación (Prillwitz y Barr, 2011; Goh, Ritchie y Wang, 2017), o bien, han demostrado que este vínculo es relativamente débil (Bergin-Seers y Mair, 2009; McDonald et al., 2012; McKercher y Tse, 2012).

La actitud medioambiental se plantea como un enfoque de múltiples componentes o de un único componente. Kinnear, Taylor y Ahmed (1974) mostraron que la preocupación ecológica era similar en el contexto de la responsabilidad medioambiental y se componía de dos dimensiones: i) una actitud que debe mostrar una preocupación por el medio ambiente; y ii) una conducta de compra que debe ser coherente con el cuidado del medio ambiente. Además, estos autores indicaron que el nivel de preocupación ecológica es una función tanto de las actitudes como de los comportamientos.

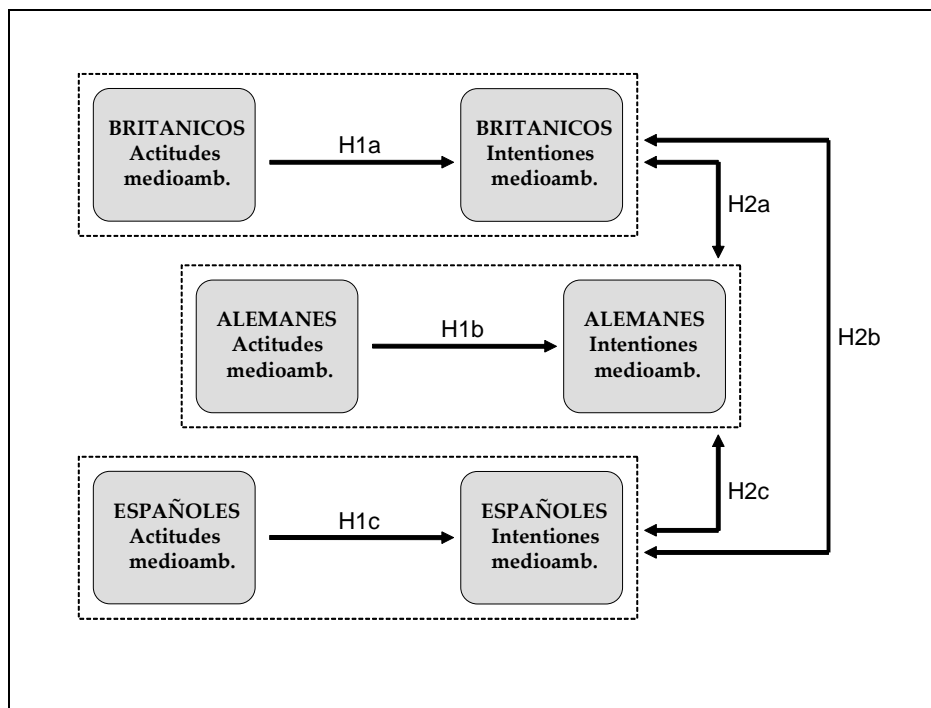
Como alternativa a los enfoques de componentes múltiples, Dunlap y Van Liere (1978) desarrollaron el Nuevo Paradigma Medioambiental (NEP). Esta escala mide la actitud medioambiental desde la perspectiva de un único componente. Sin embargo, Kaiser, Wölfling y Fuhrer (1999) indicaron que la relación entre la NEP y el comportamiento ecológico oscila desde una relación fuerte, pasando de moderada a débil, hasta presentar ninguna relación. También son evidentes los resultados del estudio de Jackson (2007), en el que las correlaciones entre las escalas varían para varios grupos de interés en el sector turístico del Reino Unido. Su utilidad está cuestionada, como sugirieron Wolf-Watz, Sandell y Fredman (2011), debido a las preocupaciones respecto a una débil relación con las conductas medioambientales.

Por lo tanto, se propone un modelo simple, que vincula las actitudes y las intenciones de comportamiento medioambientales, de modo que la preocupación medioambiental del turista de golf ejerza una influencia directa en su orientación ecológica hacia la elección de un campo de golf sostenible y respetuoso con el medio ambiente. El presente estudio se ha basado en una comparación entre turistas de golf europeos. El modelo conceptual se puede ver en la Figura 3.1. De tal modo, este modelo incluye dos hipótesis principales:

Hipótesis 1 (H1). Las actitudes ambientales pueden influir en las intenciones de comportamiento medioambiental en los turistas de golf.

Hipótesis 2 (H2). La cultura nacional puede actuar como moderador en la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento medioambiental en los turistas de golf.

Figura 3.1. Modelo conceptual



Se pretende confirmar si existen diferencias significativas en las actitudes y los comportamientos medioambientales de los turistas de golf alemanes, británicos y españoles. Como indicaron Wolf-Watz, Sandell y Fredman (2011), la actitud medioambiental se refiere al conocimiento de los problemas medioambientales y al compromiso hacia su protección –incluyendo a menudo el comportamiento individual– mientras que el comportamiento medioambiental indica las acciones adoptadas en función de actitudes particulares. De este modo, este estudio asocia la preocupación medioambiental con las actitudes de los turistas de golf, mientras que el compromiso medioambiental está vinculado a la intención de utilizar un campo de golf sostenible.

La responsabilidad medioambiental de los turistas de golf se ha medido mediante dos escalas: (a) la escala RNEP (Nuevo Paradigma Ecológico Revisado); y (b) la escala TEO (Orientación Ecológica Turística). La relación entre ambas escalas ya ha sido comprobada empíricamente. Según Kinnear, Taylor y Ahmed (1974), estas dos escalas pueden

representar dos etapas consecutivas en el proceso de elección de un campo de golf comprometido con el medio ambiente. Estos autores indicaron dos dimensiones en la responsabilidad medioambiental: (1) la actitud; y (2) el comportamiento de compra. En este estudio, el concepto de actitud se entiende como un juicio evaluativo (Eagly y Cheiken, 1993; Petty y Cacioppo, 1981). La definición aportada por Eagly y Cheiken (1993, p. 1) ha sido de especial interés: "la actitud es una tendencia psicológica, que se expresa mediante la evaluación de un ente particular a través de algún grado de valoración a favor o en contra".

De acuerdo con Fishbein y Ajzen (1975), la causa más cercana al comportamiento de compra es la intención para hacerlo; además, las actitudes influyen en los comportamientos a través de su influencia en las intenciones. Una intención representa una motivación personal, en cuanto a tener un plan que implique la realización de un esfuerzo para llevar a cabo un comportamiento (Fishbein y Ajzen, 1980). Por lo tanto, en esta investigación se va a comprobar si las actitudes medioambientales tienen una influencia significativa en la intención de utilizar un campo de golf que sea sostenible o respetuoso con el medio ambiente considerando la nacionalidad de los usuarios. Por consiguiente, formulamos las siguientes hipótesis específicas:

Hipótesis 1a (H1a). Las actitudes medioambientales influyen directamente en las intenciones de comportamiento medioambiental en los turistas de golf británicos.

Hipótesis 1b (H1b). Las actitudes medioambientales influyen directamente en las intenciones de comportamiento medioambiental en los turistas de golf alemanes.

Hipótesis 1c (H1c). Las actitudes medioambientales influyen directamente en las intenciones de comportamiento medioambiental en los turistas de golf españoles.

Además, se estudian las diferencias culturales como un efecto moderador en la relación entre las actitudes y las intenciones de comportamiento medioambientales. El análisis de la cultura relacionada con la investigación en marketing se suele centrar extensamente en las diferencias culturales entre los países (Venaik y Brewer, 2015). La distancia cultural influye en las decisiones de marketing-mix a nivel internacional (Kraus et. al., 2016). Siguiendo a Kim, Wen y Doh (2010), los "países" se utilizan como un representante de la cultura. La investigación cross-cultural generalmente implica las comparaciones de diferentes países (Kankaraš y Moors, 2012). Sin embargo, como Minkov y Hofstede

(2014) sugirieron, mientras que el uso de la nación como unidad de medida en los estudios interculturales tiene muchos partidarios (Smith, 2004), también ha recibido algunas críticas (Peterson y Smith, 2008). Este estudio se limita a la cultura dominante de los participantes, ya que puede haber importantes subculturas dentro de cada uno de los países (Laing y Crouch, 2005).

La revisión de la literatura demuestra que existen diversos estudios sobre el comportamiento pro-ambiental en los que se encuentran diferencias culturales entre las naciones (Bechtel, Verdugo y Pinheiro, 1999; Hudson y Ritchie, 2001; Kang y Moscardo, 2006; Cordano et al., 2010). De este modo, planteamos las siguientes hipótesis específicas:

Hipótesis 2a (H2a). Las diferencias culturales entre los turistas de golf británicos y alemanes moderan la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento.

Hipótesis 2b (H2b). Las diferencias culturales entre los turistas de golf británicos y españoles moderan la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento.

Hipótesis 2c (H2c). Las diferencias culturales entre los turistas de golf alemanes y españoles moderan la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento.

3.3. METODOLOGIA

3.3.1. Participantes y recopilación de datos

Una muestra de 431 turistas de golf de tres nacionalidades (británica, alemana y española) completó un cuestionario sobre sus actitudes y comportamientos medioambientales. Estos jugadores son turistas que visitan el destino donde se encuentra el campo de golf en el que han respondido a la encuesta. Todos los españoles que respondieron eran también turistas, en relación con la ubicación del estudio. La muestra está claramente diversificada, con respecto a las variables de edad, sexo y nivel de educación.

La encuesta personal se realizó en 15 campos de golf de Andalucía por un equipo de entrevistadores. Una empresa especializada en encuestas llevó a cabo las entrevistas. Andalucía es la región española con mayor número de campos de golf, contando aproximadamente con cien campos de golf. Los 15 campos de golf se seleccionaron mediante el procedimiento de muestreo por conveniencia. Esos 15 campos de golf se consideraron relevantes porque todos ellos estaban situados en zonas costeras con la mayor afluencia turística en Andalucía, como la Costa del Sol en Málaga y Almería (en el este andaluz) y la Costa de la Luz en Cádiz y Huelva (al oeste).

3.3.2. Variables

En este estudio, la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento se ha medido mediante dos escalas, como son las siguientes: (1) la escala RNEP; y (2) la escala TEO. La escala RNEP, desarrollada por Dunlap, Van Liere, Mertig y Jones (2000), está compuesta por 15 ítems. La escala TEO, desarrollada por Uriely, Reichel y Shani (2007), también consta de 15 ítems. En el presente estudio, la escala RNEP se refiere a las actitudes medioambientales generales del turista de golf. En cambio, la escala TEO indica la orientación ecológica del visitante hacia el campo de golf en el que decidió jugar.

Los ítems utilizados en cada escala de este estudio se describen en la Tabla 3.1. Estos ítems fueron seleccionados para este propósito por un panel de cuatro expertos académicos. Dichos expertos se encargaron de revisar, como grupo de discusión, el contenido de las dos escalas y seleccionaron cinco y ocho ítems de las escalas RNEP y TEO, respectivamente. López-Bonilla y López-Bonilla (2012a, 2016) han analizado la validez y fiabilidad de ambas escalas y las han denominado escala de Paradigma Ecológico Breve (BEP) y escala TEO Revisada (RTEO). Por un lado, los cinco ítems de la escala BEP proporcionaron una medida equilibrada de las siguientes cuatro dimensiones identificadas en la escala RNEP de Dunlap et al. (2000), desde una perspectiva ecocéntrica o pro-ambiental: (1) la posibilidad de una crisis ecológica (ítems de 1 y 5); (2) rechazo del excepcionalismo (ítem 2); (3) la realidad de los límites al crecimiento (ítem 3); y (4) la fragilidad del equilibrio de la naturaleza (ítem 4). Por otro lado, López-Bonilla y López-Bonilla (2012a,

2016) sugirieron que la escala RTEO debería consistir en cuatro elementos, los cuales se corresponden con los ítems de preocupación ambiental, reciclaje, regulaciones y educación. Para medir nuestras variables, utilizamos una escala Likert de cinco puntos, donde 1 es fuertemente en desacuerdo y 5 es fuertemente de acuerdo. Ambas escalas son un método fiable y rápido para medir las actitudes y los comportamientos medioambientales (López-Bonilla y López-Bonilla, 2012a, 2016). En este sentido, el uso de una media de forma abreviada puede lograr una mayor eficiencia para los investigadores (Peter, 1979; Baroudi y Orlikowski, 1988).

Tabla 3.1. Ítems de las dos escalas

Variab les	Ítems	Enunciados
Actitudes medioambientales (escala BEP)	BEP1	Los seres humanos abusan gravemente del medio ambiente
	BEP2	A pesar de nuestras habilidades especiales, los humanos todavía están sujetos a las leyes de la naturaleza
	BEP3	La tierra es como una nave espacial con extensión y recursos muy limitados
	BEP4	El equilibrio de la naturaleza es muy delicado y se altera fácilmente
	BEP5	Si las cosas siguen su curso actual, pronto experimentaremos una gran catástrofe ecológica
Intenciones medioambientales (escala RTEO)	RTEO1	Preocupación medioambiental de sus gestores
	RTEO2	Recicla los residuos
	RTEO3	Se cumplen las normas legales del medio ambiente
	RTEO4	Se educa para conservar la calidad del medio ambiente

3.3.3. Procedimiento analítico

Esta investigación conlleva un análisis psicométrico mediante un análisis estructural latente y un análisis de consistencia interna. Se siguió esta metodología para mejorar la depuración de los indicadores y obtener una mayor garantía de robustez en la escala absoluta.

PLS-SEM es un método de estimación limitado denominado de esta manera por dividir la lista de parámetros a estimar en varios subconjuntos, utilizando múltiples regresiones lineales, que emplean el algoritmo de los mínimos cuadrados ordinarios (OLS) (López-Bonilla y López-Bonilla, 2012b). El principal objetivo del PLS-SEM es explicar las varianzas de las variables endógenas, por lo que suele ser una herramienta útil para encontrar la causa que determina significativamente el comportamiento de estas variables. El PLS-SEM no necesita condiciones paramétricas, que son obligatorias en el análisis de

SEM basado en covarianza (CB-SEM); por lo tanto, esta técnica es particularmente apropiada en el caso de pequeñas muestras con datos no normales (Chin, 1998). Para cada nacionalidad (es decir, británica, alemana y española), el modelo estructural se analiza de la siguiente manera: Intención de uso = $\beta_0 + \beta_1$ Actitud + ε .

3.4. RESULTADOS

La tabla 3.2 detalla los datos descriptivos respecto a las dos escalas. En ella se registran los valores medios y las desviaciones estándar por país. También se incluyen los valores promedios de las tres nacionalidades analizadas. En general, las puntuaciones son altas en ambas escalas (por encima de tres), excepto para los turistas británicos, que obtuvieron una puntuación ligeramente inferior a tres. Asimismo, las puntuaciones en la escala BEP superan a la de la escala RTEO en todas las nacionalidades. Por otro lado, los turistas españoles puntuaron por encima del valor medio de la escala BEP, mientras que sólo los turistas británicos puntuaron por debajo del valor medio de la escala RTEO.

Tabla 3.2. Estadística descriptiva de las variables: medias y desviaciones standards (SD)

Variables	Turistas de golf			Media (SD) tres países
	Británicos (n=67)	Alemanes (n=77)	Espanoles (n=287)	
Actitudes medioambientales (escala BEP)	3,72 (0,97)	3,53 (1,13)	4,08 (0,88)	3,79 (0,23)
Intenciones medioambientales (escale RTEO)	2,96 (1,23)	3,27 (1,19)	3,32 (1,20)	3,23 (0,19)

El análisis de las relaciones propuestas parte del estudio de las escalas de medida. De este modo, se analizan las relaciones entre las dos escalas (BEP y RTEO) y sus ítems para comprobar la validez convergente y la validez discriminante. Se evaluaron tres pruebas métricas para comprobar la validez convergente: la fiabilidad de los indicadores (IR), la fiabilidad compuesta (CR) y la varianza media extraída (AVE) de las dos escalas.

Primeramente, se ha evaluado la fiabilidad de los indicadores (IR), basado en las dos escalas observadas. Como se observa en la tabla 3.3, la mayoría de las cargas son mayores de 0,707. Sólo se eliminó un ítem (BEP2) para los turistas de golf españoles. Asimismo, dos ítems (BEP1 y BEP2) se descartaron en la muestra británica, de acuerdo con Chin (1998) y Keil et al. (2000). Estos autores argumentaron que un grado de fiabilidad inferior a 0,707 puede ser aceptable, con la condición de que se mantenga por encima de 0,5 y que los demás indicadores del constructo tengan puntuaciones elevadas. En este estudio, estas circunstancias existen; por lo tanto, estos dos ítems han seguido formando parte de escala BEP.

Tabla 3.3. Cargas de los indicadores de las variables latentes

Variab les	Ítems	Británicos	Alemanes	Españoles
Actitudes medioambientales (escala BEP)	BEP1	0,687	0,832	0,844
	BEP2	0,677	0,845	---
	BEP3	0,860	0,888	0,781
	BEP4	0,899	0,895	0,887
	BEP5	0,808	0,829	0,857
Intenciones medioambientales (escala RTEO)	RTEO1	0,909	0,885	0,902
	RTEO2	0,911	0,896	0,834
	RTEO3	0,950	0,944	0,912
	RTEO4	0,906	0,940	0,863

En la tabla 3.4 se detallan las otras dos mediciones para la validez convergente: la fiabilidad compuesta (CR) y la varianza media extraída (AVE). Se puede considerar que los valores de la CR exceden claramente el mínimo recomendado de 0,7 en cada una de las nacionalidades. Al mismo tiempo, los valores del AVE parecen superar el mínimo recomendado, ya que son superiores a 0,5 (Fornell y Larcker, 1981).

Tabla 3.4. Varianza media extraída (AVE) y Fiabilidad compuesta (CR)

Variabes	Coeeficientes	Británicos	Alemanes	Españoles
Actitudes medioambientales (escala BEP)	AVE	0,626	0,737	0,616
	CR	0,892	0,840	0,886
Intenciones medioambientales (escala RTEO)	AVE	0,845	0,840	0,771
	CR	0,956	0,940	0,931

Este análisis se completó con la prueba de validez discriminante. Como sugiere Chin (1998), la validez discriminante consiste en asegurarse de que cada ítem se correlacione más fuertemente con los ítems del mismo constructo que con los indicadores de otras variables latentes. La tabla 3.5 recoge estos datos, con los que se demostró la validez discriminante entre las escalas de medida.

Tabla 3.5. Validez discriminante de las variables latentes

Variabes	escala BEP	escala RTEO	Nacionalidades
Actitudes medioambientales (escala BEP)	0,791	0,396	Británicos
	0,858	0,540	Alemanes
	0,785	0,470	Españoles
Intenciones medioambientales (escala RTEO)		0,919	Británicos
		0,917	Alemanes
		0,878	Españoles

El estudio empírico concluyó con el análisis estructural de la relación entre las actitudes y las intenciones de comportamiento. Estos resultados se detallan en la tabla 3.6. Se observa que la escala BEP influye significativamente en la escala RTEO en todas las nacionalidades; es decir, las actitudes medioambientales influyen significativamente sobre las intenciones de comportamiento medioambiental. Por lo tanto, se confirman las hipótesis H1a, H1b y H1c. Para completar este análisis estructural, se puede observar que las varianzas (R^2) de las variables dependientes se explican por las variables independientes en cada una de las tres nacionalidades. Los turistas alemanes presentan la relación más fuerte entre las actitudes y las intenciones de utilizar campos de golf que respetan el medio ambiente ($R^2 = 0,292$), seguido por los turistas españoles ($R^2 = 0,220$) y

los turistas británicos ($R^2 = 0,157$). Todos estos resultados superan el valor mínimo recomendado por Falk y Miller (1992), es decir, un valor de R^2 igual o superior a 0,1.

Tabla 3.6. Relaciones entre actitudes e intenciones de comportamiento medioambientales

Relaciones	Coef.	Británicos	Alemanes	Españoles
Actitudes medioambientales →	Path	0,396	0,540	0,470
Intenciones medioambientales (BEP → RTEO)	t	3,255	6,706	10,203
	R^2	0,157	0,292	0,220

Finalmente, se han comprobado las diferencias entre los turistas de diferentes nacionalidades comparando los paths. Para ello, se ha utilizado el método de remuestreo de bootstrap, aplicando la siguiente fórmula:

$$t = \frac{Path_{sample\ 1} - Path_{sample\ 2}}{\left[\sqrt{\frac{(m-1)^2}{m+n-2} * SE_{sample\ 1}^2} + \sqrt{\frac{(n-1)^2}{m+n-2} * SE_{sample\ 2}^2} \right] * \left[\sqrt{\frac{1}{m} + \frac{1}{n}} \right]}$$

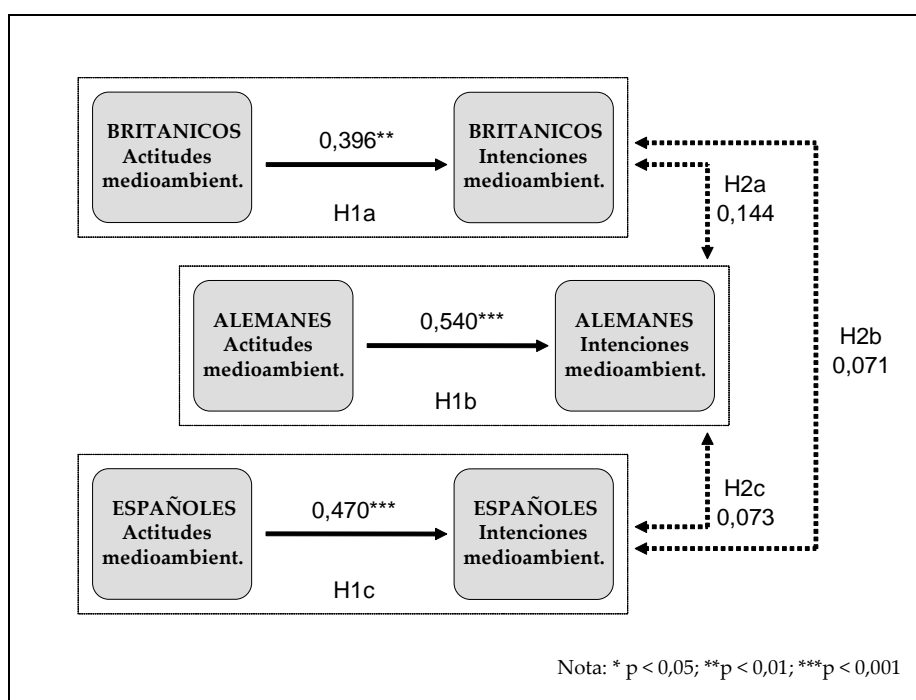
donde m y n son los números de elementos dentro de cada grupo y SE son las estimaciones de error estándar de cada grupo. La significancia de la diferencia se ha obtenido mediante una prueba t, es decir, a través de la comparación entre los valores de la fórmula con el valor t de una distribución t-Student con m + n-2 grados de libertad. Los resultados se presentan en la Tabla 3.7.

Table 3.7. Diferencias culturales entre nacionalidades

Comparaciones	Valor Path muestra 1	Valor Path muestra 2	Diferencia entre valores path	t-statistic	p-value
Británicos- Alemanes	0,540	0,396	0,144	1,040	0,300
Británicos – Españoles	0,470	0,396	0,073	0,669	0,504
Alemanes - Españoles	0,540	0,470	0,071	0,726	0,469

No se observaron diferencias culturales significativas entre los turistas de golf al comparar de dos en dos los valores de los path de cada una de las nacionalidades. De esta manera se ha comprobado la invariabilidad del modelo y su independencia respecto a la nacionalidad, al menos, en estas tres áreas geográficas europeas. Por lo tanto, se rechazan las hipótesis H2a a H2c. La figura 3.2 ilustra los resultados.

Figura 3.2. Resultados del análisis del modelo estructural



3.5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

3.5.1. Implicaciones teóricas

Todavía hay pocos estudios sobre la relación entre las actitudes y comportamientos ambientales de los turistas de golf. El presente estudio comparó las actitudes y comportamientos ambientales de turistas de golf de diferentes nacionalidades que visitan Andalucía (España). Esta región es uno de los destinos de golf más famosos de Europa. La demanda de turismo de golf en Andalucía procede de países muy diferentes. Este estudio se centró en los turistas de golf que actualmente son más frecuentes en Andalucía: turistas alemanes, británicos y españoles. Por lo tanto, el análisis comparativo realizado, en relación con esas tres áreas culturales europeas, está claramente diferenciado.

La escala BEP y la escala RTEO se adaptaron a este estudio y están compuestas de cinco y cuatro ítems respectivamente. Se comprobó la fiabilidad de ambas escalas, dentro de las tres submuestras de turistas. La escala BEP evaluó la actitud medioambiental del visitante, mientras que la escala RTEO representaba la intención de utilizar un campo de golf sostenible o respetuoso con el medio ambiente.

La escala BEP tiene puntuaciones más altas que la escala RTEO. Las diferencias de puntuación entre ambas pueden deberse a que la intención medioambiental está más cerca del comportamiento real del individuo. Por el contrario, las actitudes ambientales se basan en una perspectiva más idealizada. Sin embargo, los turistas alemanes tienen puntuaciones muy similares en ambas escalas, lo que podría representar una relación más estrecha entre los aspectos emocionales y conativos en estos turistas.

Los resultados indican que los turistas españoles tienen las puntuaciones más altas en la escala BEP, seguidos por los turistas británicos. Sin embargo, los turistas españoles tienen las puntuaciones más altas en la escala RTEO, seguidos por los turistas alemanes. Es posible que los turistas españoles tengan una mayor responsabilidad ambiental en los campos de golf, por razones de cultura y tradición, ya que se sienten más identificados con su país y con la política medioambiental de las administraciones públicas para los campos de golf. Estos resultados son coherentes con el estudio de Carrus et. al (2005), los cuales, indicaron que la identidad regional juega un papel importante en los comportamientos medioambientales. Como sugirieron Dolnicar et. al (2008), es probable que los niveles de identificación sean bajos en el contexto del turismo, en general, sobre todo cuando los turistas visitan un destino por primera vez.

Un análisis causal confirmó la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento. Las investigaciones anteriores en este contexto no han sido concluyentes. En este estudio, se confirmó la relación entre ambos constructos para las tres submuestras de nacionalidades, lo cual es coherente con otros estudios (Choi et al., 2016; Kim et al., 2011; Lee et al., 2015; Li et al., 2017; Ong et al., 2011). Por lo tanto, a diferencia de los resultados de otros estudios (Cleveland et al., 2012; Prillwitz et al., 2011; Goh et al., 2017), existe una fuerte relación entre la actitud medioambiental y el comportamiento ecológico en todos los grupos del estudio.

Siguiendo a Stern y Oskamp (1987), para explicar este resultado, la preocupación medioambiental -es decir, una actitud hacia la realidad- se relaciona con un comportamiento ambientalmente responsable, sólo si: 1) la actitud y el comportamiento se miden al mismo nivel de especificidad; y 2) si el comportamiento es fácil de llevar a cabo. Como señalaron Choi et al. (2016), la diferenciación conceptual entre las medidas generales y específicas de las características psicológicas, ayuda a los investigadores a

comprender por qué a veces, hay relaciones débiles entre las actitudes generales y las intenciones de comportamiento.

En contraste, con estudios similares en el área del turismo (Kang y Moscardo, 2006; Hudson y Ritchie, 2001), en éste no se observaron diferencias culturales entre los turistas de golf europeos. Este resultado puede deberse a que los turistas de golf suelen tener un nivel educativo y de ingresos superior que el promedio de la población. La educación y el nivel de ingresos de los individuos son dos factores que influyen directamente en su orientación ambiental (Dolnicar et al., 2008). Sin embargo, también podría interpretarse que la cultura europea, es cada vez más homogénea en algunos aspectos, tales como las actitudes y los comportamientos medioambientales. Por el contrario, los estudios de Hudson y Ritchie (2001) y de Kang y Moscardo (2006) se realizaron con muestras de países de diferentes continentes. En cualquier caso, la Unión Europea debe reforzar esta mentalidad favorable de los ciudadanos europeos hacia el medio ambiente. En este sentido, Venaik y Brewer (2015), propusieron un modelo de cultura universal que se basa en las similitudes entre las personas de distintas naciones.

3.5.2. Implicaciones para la gestión

Un segmento de consumidores de la población se inclina a tomar decisiones de manera ambiental. Es probable que la conciencia ecológica de los individuos refleje sus comportamientos de compra. Para ser más competitivos, los campos de golf deben incorporar una gestión respetuosa con el medio ambiente que ofrezca oportunidades placenteras a los jugadores de golf y a los turistas.

Como indicaron Roberts y Bacon (1997), si los gestores públicos y los gestores de marketing quieren tener éxito para considerar a los consumidores ecológicos entre sus mercados objetivos, será imprescindible que ellos tengan un claro conocimiento de los antecedentes de tal comportamiento. El marketing de los gerentes de los campos de golf y el gobierno de Andalucía que promueve el turismo de golf en Europa, debe considerar esta homogeneidad cultural en aquellos mercados objetivos que son más relevantes para España. Siguiendo a Venaik y Brewer (2015), los gerentes deben permanecer siempre atentos en lo que respecta a las diferencias culturales significativas relacionadas con sus

productos o servicios, pero también deben ser conscientes de las similitudes entre las personas de los distintos países. Estas semejanzas pueden proporcionar oportunidades relevantes para elaborar una estrategia de marketing más globalizada para las organizaciones. Sin embargo, también debe analizarse la posibilidad de que existan diferencias en los países no europeos, como los Estados Unidos y Japón, ya que también son países emisores de turismo muy importantes en todo el mundo.

3.5.3. Limitaciones y futuras líneas de investigación

Esta investigación presenta algunas limitaciones, la cuales indican algunas posibilidades futuras de investigación. El presente estudio ha analizado la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento para tres submuestras de nacionalidades europeas: británica, alemana y española. El tamaño de las muestras para los turistas británicos y alemanes es pequeño, pero el PLS-SEM es muy útil para generar estimaciones, incluso si el tamaño de la muestra es muy pequeño. El PLS-SEM tiene más poder que otras técnicas para un tamaño muestral reducido (Marcoulides y Saunders, 2006). Según Hair et al. (2011), el tamaño mínimo de la muestra del PLS-SEM debería ser igual a diez veces el número de indicadores del constructo latente con más ítems en el modelo estructural. En este sentido, los tamaños muestrales de los británicos y alemanes son congruentes con la regla general recomendada por Hair et al. (2011). Las futuras investigaciones también deberían examinar esta relación entre otras culturas y nacionalidades. Sin embargo, el tamaño muestral de los turistas de golf británicos y alemanes es menor que el de los turistas de golf españoles. En este sentido, el rango de muestreo debería ser mayor en futuras investigaciones. Otra limitación encontrada en este estudio fue la desigualdad en la distribución de género de la muestra poblacional. Por lo general, Las mujeres se preocupan más por los temas ambientales, y su actitud hacia el medio ambiente es generalmente más positiva (Roberts y Bacon, 1997).

Por otra parte, esta investigación se centró en la relación entre las actitudes y las intenciones de comportamiento, más que en los comportamientos directamente. Sin embargo, se acepta en otros estudios empíricos que una intención de comportamiento ecológico es un indicio significativo de comportamiento ecológico. Por lo tanto, se necesitan más estudios, con tamaños muestrales más grandes, para confirmar que la

identidad regional puede desempeñar un papel importante en el comportamiento medioambiental. Sería interesante estudiar a los turistas que visitan por primera vez, frente a los turistas que vuelven a visitar. En este último caso, los visitantes pueden estar más estrechamente vinculados a un destino conocido o familiar y, por lo tanto, pueden identificarse con una mayor responsabilidad ambiental en ese destino. Además, en futuros estudios se deberían examinar otras dimensiones culturales (por ejemplo, el individualismo, la masculinidad y la distancia de poder) y otros factores que pueden influir en la intención de comportamiento, tales como los valores ambientales, las normas sociales, y el control percibido.

Capítulo 4

Interacciones y relaciones entre los factores personales que influyen en el comportamiento medioambiental del turista de golf: un análisis de género

Resumen

Existe un vínculo muy evidente entre el turismo y la sostenibilidad, debido a la importancia y las consecuencias que tiene el sector turístico en la economía mundial. Los estudios sobre el comportamiento se encuentran entre los principales temas de investigación del turismo sostenible. Existen distintos factores que influyen en nuestro comportamiento sostenible en el hogar y en el entorno vacacional. En general, el objetivo principal de este estudio es examinar los factores personales que influyen en el comportamiento turístico proambiental desde una perspectiva de género. Este estudio se fundamenta en una muestra de 347 turistas de golf, de 16 países europeos. Los resultados confirman que existen relaciones entre los hábitos ecológicos, las capacidades personales y las actitudes ambientales. Sin embargo, las interacciones entre factores personales son más limitadas. Se demostró que únicamente, la interacción entre las capacidades personales y los hábitos orientados externamente influyen en las actitudes ambientales. Además, se encontraron algunas diferencias de género.

Palabras clave: actitudes ambientales; género; turismo de golf; hábitos; capacidades personales

4.1. INTRODUCCIÓN

La relación entre el turismo y la sostenibilidad es una cuestión muy importante debido al papel del turismo y de los viajes en la economía global (Niñerola, Sánchez-Rebull y Hernández-Lara, 2019). Aunque el turismo sostenible ha sido un tema relevante durante más de 30 años, la revisión de la literatura sugiere que el porcentaje de estudios que tratan el turismo sostenible del total de artículos sobre turismo no ha aumentado desde 2010 y, posiblemente, incluso esté disminuyendo (Hall, Gössling y Scott, 2015). Recientemente, varios estudios han sintetizado los temas de investigación más conocidos sobre sostenibilidad y turismo (Chan y Hsu, 2016; Hall, Gössling y Scott, 2015; Niñerola, Sánchez-Rebull y Hernández-Lara, 2019; Qian, Shen y Law, 2018). En este sentido, Qian, Shen y Law (2018) identificaron seis importantes temas de investigación sobre turismo sostenible: cambio climático, instrumentos políticos, turismo voluntario, reducción de la

pobreza, turismo indígena y estudios de comportamiento. La investigación del último tema se centra en examinar el comportamiento ambientalmente sostenible que muestran los turistas durante los viajes. Se han propuesto varios modelos para cumplir este objetivo (Choi, Ritchie y Fielding, 2016; Chubchuwong, Beise-Zee y Speece, 2015; Goh, Ritchie y Wang, 2017; Jang, Chung y Kim, 2015; Han, Hwang y Lee, 2017; Han y Yoon, 2015; Han, Yoon y Woods, 2016; Han, Yu y Kim, 2019; Mehmetoglu, 2010).

En general, las personas manifiestan comportamientos diferentes en lugares distintos al de su residencia. Es lógico pensar que los turistas se comportan de manera diferente en los lugares que visitan a como lo hacen en casa. En este sentido, los conceptos de identidad local o apego al lugar pueden desempeñar un importante papel en el comportamiento medioambiental (Carrus, Bonaiuto y Bonnes, 2005; Vorkinn y Riese, 2001). Los turistas tienen diferentes costumbres que los residentes locales debido a su estado temporal como visitantes de un destino (Chubchuwong, Beise-Zee y Speece, 2015). Por lo tanto, Kollmuss y Agyeman (2002) indicaron que se prevé que la relación entre las actitudes ambientales y el comportamiento ecológico sea más débil cuando el coste de no actuar a favor del medio ambiente es relativamente bajo. Además, Dolnicar (2010) comprobó que el comportamiento proambiental disminuye durante las vacaciones, debido a la imposibilidad de comportarnos tan respetuosos con el medio ambiente tal como lo haríamos habitualmente en casa. Juvan y Dolnicar (2014) estudiaron la actitud medioambiental y la diferencia de comportamiento entre el hogar y el lugar de vacaciones. Los autores informaron que distintos individuos encuestados opinaban que las vacaciones eran una excepción que justificaba sus diferentes comportamientos. Como sugieren Chubchuwong, Beise-Zee y Speece (2015), los turistas no se encuentran en su entorno habitual y tienden a sentirse sin obligaciones ni responsabilidades respecto a los impactos ambientales causados durante sus breves estancias.

Los factores asociados con las actitudes y los comportamientos más proambientales aún se conocen poco (Chuvieco et al., 2018). El comportamiento proambiental es extremadamente complejo, tanto en su variedad como en los factores que lo causan (Stern, 2000). Es necesario conocer qué factores influyen en el comportamiento medioambiental, como un requisito para modificar el comportamiento (Stern, 2009) y para lograr la sostenibilidad, tanto en el hogar como en los destinos visitados (Mehmetoglu, 2010). Hay varias situaciones que influyen en nuestro comportamiento sostenible. La literatura

existente distingue ampliamente entre los factores personales y las fuerzas contextuales que influyen en el comportamiento ecológico (Claudy, Peterson y O'Driscoll, 2003). Por un lado, las influencias personales están relacionadas con factores de actitud, con las capacidades personales y con los hábitos o rutinas (Stern, 2000). Por otro lado, las influencias situacionales o contextuales están relacionadas con factores como las normas sociales, las regulaciones gubernamentales, la publicidad o la tecnología disponible (Stern, 2000, 2009; Claudy, Peterson y O'Driscoll, 2003; Carmi, Arnon y Orion, 2015). El principal objetivo de este estudio es examinar empíricamente la influencia de los factores personales en el comportamiento medioambiental desde la perspectiva del turista. En particular, analizaremos las interacciones y relaciones entre las actitudes medioambientales, los hábitos y las capacidades personales en el contexto turístico de golf, observando el efecto moderador del género. Las conclusiones del estudio de Stern (2000, p. 422) proponen que "los factores causales pueden interactuar". Por lo tanto, es necesario estudiar estas interacciones, que hasta ahora han recibido poca atención en la literatura académica.

Este capítulo se desarrolla en el ámbito del turismo de golf. En este sentido, existe una amplia literatura sobre campos de golf y sus impactos medioambientales negativos, tales como el uso excesivo de agua, contaminación ambiental, componentes químicos y efectos sobre la fauna y el hábitat (Utrero-González, N.; Callado-Muñoz, 2014; Li et al., 2013; Rice, Horgan y Hamlin, 2017; Fox y Hockey, 2007). Sin embargo, como afirman Minoli y Smith (2011), los campos de golf tienen impactos medioambientales positivos y negativos. Así, los campos de golf pueden tener un importante papel en la protección de la biodiversidad y en la gestión de los paisajes dominados por el hombre (Mackey et al., 2014). Por lo tanto, la investigación sobre la sostenibilidad se ha centrado en los impactos de los campos de golf y, hasta la fecha, los estudios empíricos sobre actitudes y comportamientos medioambientales han sido escasos en el turismo de golf (López-Bonilla, Reyes-Rodríguez y López-Bonilla, 2018, 2020b).

Numerosos estudios han examinado las relaciones entre el género y los comportamientos ambientales (Braun, Cottrell y Dierkes, 2018; Dietz, Stern y Guagnano, 1998; Eisler, Eisler y Yoshida, 2003; Gilligan, 1982; Hunter, Hatch y Johnson, 2004; Johnson, Bowker y Cordell, 2004; Martínez-Espiñeira, García-Valiñas y Nauges, 2014; Matthies, Kuhn y Klöckner, 2002; McGinnis, Gentry y Haltom, 2019; Olli, Grendstad y Wollebaek, 2001;

Roberts y Bacon, 1997; Vicente-Molina, Fernández-Sainz y Izagirre-Olaizola, 2018; Xiao y Hong, 2018; Zelezny, Chua y Aldrich, 2000). En este sentido, la investigación en este campo de estudio encuentra de manera consistente que las mujeres participan más activamente que los hombres en los comportamientos ecológicos en el ámbito personal, como son la actividad de reciclaje y la compra ecológica (Dietz, Stern y Guagnano, 1998; Xiao y Hong, 2018). Sin embargo, los comportamientos medioambientales en el espacio público que se centran en acciones fuera de los hogares, tales como ser miembro de un grupo activista y/o implicarse en protestas ecologistas, se vinculan con roles masculinos (Hunter, Hatch y Johnson, 2004). Otra conclusión firme en la literatura demuestra que las mujeres manifiestan valores, creencias y actitudes medioambientales más fuertes que los hombres (Xiao y Hong, 2018). En general, las diferencias de género en las actitudes y comportamientos medioambientales, pueden evidenciar una tendencia menos crítica en los hombres que en las mujeres; aun así, esta interpretación es bastante provocativa (Eisler, Eisler y Yoshida, 2003). Una explicación para esta diferencia de género puede ser que los hombres admitan, probablemente, un mayor grado de daño medioambiental porque su umbral para evitar riesgos es más elevado que el de las mujeres (Eisler, Eisler y Yoshida, 2003). Por lo tanto, es probable que las diferencias de género afecten a las interacciones y relaciones entre los factores personales que influyen en el comportamiento ecológico de los turistas de golf.

4.2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Como varios autores han sugerido (Klößner, 2013; Sopha y Klößner, 2011), las teorías más comunes y aceptadas en el ámbito psicosocial y medioambiental para comprender la toma de decisiones son las siguientes: la Teoría de la Acción Razonada (Ajzen, 1980); la Teoría de la Activación de la Norma (Schwartz y Howard, 1981); la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991); y, la Teoría del Valor, Normas y Creencias (Stern et al., 1999). Más del 80% de estudios pertinentes han utilizado al menos una de estas cuatro teorías como enfoque teórico. Siguiendo a Juvan y Dolnicar (2017), otras teorías predominantes en la literatura son: la Teoría de la Disonancia Cognitiva (Festinger, 1957), la Teoría de la Identidad Social (Stryker, 1968) y, la Teoría del Comportamiento Ambientalmente Significativo (Stern, 2000).

A pesar de que las investigaciones sobre el turismo y la hospitalidad relacionadas con el medio ambiente son un campo de estudio relativamente joven, los académicos están investigando sobre ello de manera activa (Qian, Shen y Law, 2018; Gao, Mattila y Lee, 2016; Lu y Nepal, 2009; Myung, McLaren y Li, 2012). Por ejemplo, Gao, Mattila y Lee (2016) aportan un meta-análisis que revisa la relación entre las percepciones de los consumidores y el comportamiento ecológico en un total de 26 artículos publicados en revistas de gestión de la hospitalidad. Estos autores indicaron en su meta-análisis que la Teoría del Comportamiento Planificado se utilizó en 17 artículos, la Teoría de la Acción Razonada en cinco trabajos y, la Teoría de la Identidad Social en tres de ellos. Sin embargo, la utilización de las Teorías de la Activación de la Norma y la del Valor, Normas y Creencias han sido más escasas. Por lo tanto, parece ser que sólo los estudios recientes se han basado en la Teoría de la Activación de la Norma (Han, Yu y Kim, 2019; Gao, Huang y Zhang, 2017; Han, Yu y Kim, 2019) y en la Teoría del Valor, Normas y Creencias (Han, Hwang y Lee, 2017; Qiao y Gao, 2017; Han, 2015; Han, Huang y Lee, 2017).

Stern (2000) desarrolla un planteamiento conceptual para fomentar las Teoría del Comportamiento Medioambientalmente Significativo (ESB, en sus siglas en inglés), la cual se centra en la Teoría del Valor, Normas y Creencias. Sin embargo, esta teoría aún no se ha utilizado como justificación para estudiar el comportamiento proambiental en el contexto del turismo (Juvan y Dolnicar, 2014). Stern (2000) clasifica los factores causales que determinan ESB en cuatro categorías principales, que afectan a la toma de decisiones del individuo: aspectos actitudinales, hábitos o rutinas, capacidades personales y fuerzas contextuales. Los primeros tres factores son de naturaleza personal.

El trabajo de Stern (2000) ha sido citado en numerosas ocasiones. Sin embargo, hay muy pocos estudios que hayan incluido todos, o casi todos, estos factores. En este sentido, Russell y Fielding (2010) proporcionaron una visión general en la literatura psicológica evaluando los factores claves en el comportamiento de la conservación del agua, clasificándolos en cinco causas subyacentes: actitudes, creencias, capacidades personales, hábitos o rutinas y fuerzas contextuales. Estos dos autores separaron las creencias de los factores actitudinales ya que los académicos aceptan comúnmente las creencias como antecedentes de las actitudes.

Wati, Koo y Chung (2011) estudiaron empíricamente los determinantes de la intención de comportamiento para utilizar tecnología ecológica, integrando factores actitudinales, factores contextuales y capacidades personales. Los resultados indicaron que las normas personales (factores actitudinales) y la presión legislativa (factores contextuales) tuvieron efectos positivos y significativos sobre la intención de utilizar sistemas de información ecológicos. Además, los autores encontraron que el conocimiento medioambiental (capacidades personales) también influía positiva, significativa e indirectamente en la intención de utilizar tecnología ecológica.

März (2018) utilizó un método cualitativo para conocer cómo pequeños propietarios privados (SPL) toman decisiones cuando evalúan las reformas o renovaciones energéticas. El autor también examinó los aspectos económicos, valores relacionados, creencias, normas, hábitos, capacidades personales y factores contextuales. Examinó las entrevistas de acuerdo al modelo adaptado de Stern (2000) y demostró que todos estos factores juegan un papel importante en la toma de decisiones.

De acuerdo con los factores personales desarrollados por Stern (2000), los cuales hemos mencionado anteriormente, las actitudes tienen un gran peso en la literatura sobre comportamiento proambiental (Miller, Merrilees y Coghlan, 2015). La actitud se define como la evaluación de un objeto o un comportamiento (Russell y Fielding, 2010). Los factores actitudinales incluyen normas, creencias y valores (Stern, 2000). Estos factores influyen en las intenciones de comportamiento que, a su vez, repercuten en determinadas acciones (Kollmuss y Agyeman, 2002). Recientemente, la investigación turística ha apoyado la correlación entre las actitudes y el comportamiento medioambiental (Choi, Ritchie y Fielding, 2016; López-Bonilla, Reyes-Rodríguez y López-Bonilla, 2018; Lee y Jan, 2015; Li y Wang, 2017). Sin embargo, Juvan y Dolnicar (2014) estudiaron la actitud y la diferencia de comportamiento entre el hogar y el entorno vacacional, encontrando que tener una actitud medioambiental positiva no se muestra como un indicador importante para decidir unas vacaciones medioambientalmente sostenibles. De acuerdo a este estudio, Kiatkawsin y Han (2017) observaron que varios encuestados indicaron que "las vacaciones son un regalo especial", insinuando que se convierten en una excusa personal para relajarse de la rutina habitual.

Las capacidades personales pueden afectar al comportamiento proambiental y a los hábitos ecológicos. Stern (2000, p. 417) define las capacidades personales como "el conocimiento y habilidades requeridas para determinadas acciones, el tiempo disponible para actuar y las capacidades generales y los recursos tales como la alfabetización, el dinero y el estatus social y el poder". Este autor incluye también factores sociodemográficos en su definición, debido a que pueden ser significativos para comportamientos que dependen en gran medida de las capacidades personales. De hecho, en la literatura medioambiental, la mayoría de los estudios se han centrado en las variables sociodemográficas como indicadores de las capacidades personales (Clark y Finley, 2007; Gilg y Barr, 2006; Lam, 2006; Testa, 2011). Así, por ejemplo, en estudios anteriores el comportamiento de ahorro de energía se ha identificado con personas más jóvenes, femeninas, con estudios superiores y con un elevado nivel de ingresos (Roberts, 1995, 1996; Sardanou, 2007; Zimmer, Stafford y Stafford, 1994). Sin embargo, siguiendo a Dietz, Stern y Guagnano (1998), para muchos comportamientos significativos desde el punto de vista medioambiental, es posible que las variables sociodemográficas tengan menos poder explicativo que el conocimiento, las habilidades y las competencias. En este sentido, como indican Testa, Cosic e Iraldo (2016), es muy difícil clasificar el perfil del "consumidor ecológico" a través de características demográficas. Según Dolnicar, Crouch y Long (2008), la edad y el género son las principales características personales sociodemográficas asociadas con el comportamiento medioambiental. Varios estudios han investigado las posibles relaciones entre los datos sociodemográficos y el comportamiento medioambiental sin producir resultados concluyentes (Mehmetoglu, 2010). Sudbury-Riley, Hofmeister-Toth y Kohlbacher (2014) confirmaron también que los resultados con respecto a la relación de las variables demográficas y el consumo ecológico no son concluyentes. En el presente estudio, proponemos el género como una variable moderadora en las relaciones entre las variables examinadas.

Lynn (2014) identificó tres dimensiones en los comportamientos proambientales: el hogar, el transporte y el comportamiento de compra. Sin embargo, en nuestro estudio, los hábitos proambientales se interpretan desde dos perspectivas diferentes: (i) hábitos ecológicos de consumo interno, con un efecto directo en el hogar; y (ii) hábitos ecológicos de consumo externo, con un efecto directo fuera del hogar.

En base a todo este razonamiento anterior, formulamos las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1a (H1a). Las capacidades personales pueden influir positivamente en los hábitos orientados internamente de los turistas de golf.

Hipótesis 1b (H1b). El género puede actuar como variable moderadora sobre la relación entre las capacidades personales y los hábitos orientados internamente de los turistas de golf.

Hipótesis 2a (H2a). Las capacidades personales pueden influir positivamente en los hábitos orientados externamente de los turistas de golf.

Hipótesis 2b (H2b). El género puede actuar como variable moderadora sobre la relación entre las capacidades personales y los hábitos orientados externamente de los turistas de golf.

Hipótesis 3a (H3a). Las capacidades personales pueden influir positivamente en las actitudes de los turistas de golf.

Hipótesis 3b (H3b). El género puede actuar como variable moderadora sobre la relación entre las capacidades personales y las actitudes de los turistas de golf.

Los hábitos ocupan también un lugar importante en la literatura sobre el comportamiento proambiental (Miller, Merrilees y Coghlan, 2015). El hábito se define como secuencias o repeticiones de determinados comportamientos que son automáticos para que ocurran sin una auto-instrucción. Además, el individuo no es, normalmente, "consciente" de estas secuencias (Triandis, 1980). Como sugieren Klöckner y Matthies (2004), el hábito es diferente de otros conceptos que se han utilizado en la literatura como sinónimos, tales como la rutina, las acciones repetidas y el comportamiento pasado. Por lo tanto, estos dos autores consideran el hábito como una guía de comportamiento. En este sentido, la solidez del hábito está en el grado en el que se automatiza un comportamiento en una situación determinada (Klöckner, 2013). La diferencia conceptual entre las actitudes y el comportamiento medioambiental se estudia con frecuencia en la literatura académica (Claudy, Peterson y O'Driscoll, 2003; López-Bonilla, Reyes-Rodríguez y López-Bonilla, 2018; Hwang y Lee, 2018; Lee, 2017; Moraes, Carrigan y Szmigin, 2012; Pronello y Gaborieau, 2018; Schill y Shaw, 2016). Sin embargo, la relación entre los hábitos y la actitud o el comportamiento medioambiental han tenido menos atención. Los hábitos se consideran que son menos relevantes en las investigaciones (Scott, Oates y Young, 2015; Verplanken, B.; Aarts, 1999), aunque son unos de los principales determinantes del

comportamiento ecológico (Stern, 2000; Dahlstrand y Biel, 1997). Por lo tanto, las siguientes hipótesis deben ser estudiadas:

Hipótesis 4a (H4a). Los hábitos orientados internamente pueden influir positivamente en las actitudes de los turistas de golf.

Hipótesis 4b (H4b). El género puede actuar como variable moderadora sobre la relación entre los hábitos orientados internamente y las actitudes de los turistas de golf.

Hipótesis 5a (H5a). Los hábitos orientados externamente pueden influir positivamente en las actitudes de los turistas de golf.

Hipótesis 5b (H5b). El género puede actuar como variable moderadora sobre la relación entre los hábitos orientados externamente y las actitudes de los turistas de golf.

Dolnicar, Crouch y Long (2008) realizaron una revisión de la literatura sobre las investigaciones realizadas en el ámbito turístico, encontrando que los turistas ecológicos son más educados y ganan más dinero. Sin embargo, se requieren más estudios con respecto a la edad y al género, ya que los resultados no han sido muy claros. Siguiendo a Mehmetoglu (2010), estudios anteriores habían indicado que las mujeres se han preocupado más por los problemas ambientales, mientras que los estudios que han analizado el efecto de la edad mostraron resultados contradictorios.

Finalmente, un aspecto clave en esta investigación es verificar si la proposición de Stern (2000) es válida, es decir, si los factores causales pueden tener interacciones y, de ser así, qué factores lo hacen. El presente estudio se basa en las variables personales que influyen en los comportamientos significativos desde el punto de vista medioambiental, incluyendo las actitudes, los hábitos y las capacidades personales, además del género como variable moderadora. En base a la propuesta de Stern (2000), se formulan las siguientes hipótesis:

Hipótesis 6a (H6a). Las interacciones entre las capacidades personales y los hábitos orientados internamente pueden influir positivamente en las actitudes de los turistas de golf.

Hipótesis 6b (H6b). El género puede actuar como variable moderadora sobre la interacción entre las capacidades personales y los hábitos orientados internamente y la influencia en las actitudes de los turistas de golf.

Hipótesis 7a (H7a). Las interacciones entre las capacidades personales y los hábitos orientados externamente pueden influir positivamente en las actitudes de los turistas de golf.

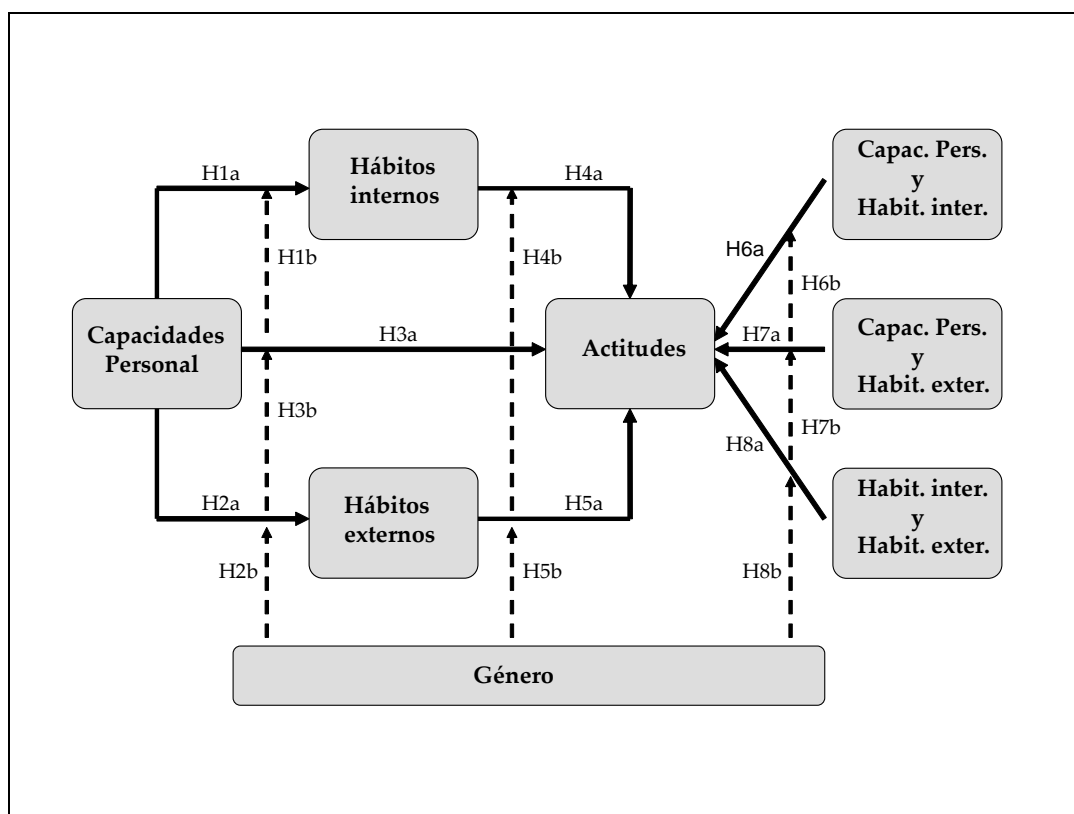
Hipótesis 7b (H7b). El género puede actuar como variable moderadora sobre la interacción entre las capacidades personales y los hábitos orientados externamente y la influencia en las actitudes de los turistas de golf.

Hipótesis 8a (H8a). Las interacciones entre hábitos orientados internamente y externamente pueden influir positivamente en las actitudes de los turistas de golf.

Hipótesis 8b (H8b). El género puede actuar como variable moderadora sobre la interacción entre los hábitos de orientación interna y externa y su influencia en las actitudes de los turistas de golf.

Al integrar todas estas hipótesis de investigación, proponemos para este estudio el modelo teórico que se muestra en la Figura 4.1.

Figura 4.1. Modelo de investigación propuesto



4.3. METODOLOGÍA

4.3.1. Participantes y recopilación de datos

Este estudio se basa en una muestra que se compone de turistas de golf. Todos los encuestados informaron que jugar al golf suponía una de las motivaciones principales de su viaje. Además, tenían una experiencia significativa como jugadores de golf, con un promedio de 14,8 años de edad desde que están practicando esta actividad deportiva. El turismo de golf se lleva a cabo al aire libre y proporciona productos y servicios que están basados en el medio ambiente. Las preocupaciones medioambientales de los turistas de golf pueden tener un gran impacto en el atractivo y la competitividad de un destino turístico (López-Bonilla, Reyes-Rodríguez y López-Bonilla, 2018).

De este modo, una muestra formada por 347 turistas de golf europeos, procedentes de 16 países, completó un cuestionario sobre sus actitudes, hábitos y comportamientos medioambientales. Las características de la muestra se recogen en la tabla 4.1. Este estudio restringe la muestra únicamente a encuestados con un elevado nivel educativo, ya que investigaciones anteriores han sugerido que existe una fuerte relación entre el nivel de educación y el comportamiento proambiental (Martínez-Espiñeira, García-Valiñas y Nauges, 2014). Un mayor nivel de educación está correlacionado positivamente con la preocupación por los problemas medioambientales. Además, las investigaciones sobre el ámbito del golf identificaron que la mayoría de los jugadores tenían títulos académicos o títulos universitarios más avanzados (Han, Yoon y Woods, 2016; Lyu y Lee, 2018). Los encuestados fueron seleccionados utilizando el método de muestreo por conveniencia. Los turistas que participaron en el estudio estaban visitando el destino donde se ubicaba el campo de golf. La muestra es muy diversificada, especialmente con respecto a la edad y el género. Había 82 mujeres y 265 hombres.

Tabla 4.1. Características de la muestra (N = 347)

Características	N	%
Género		
Hombres	265	76,37
Mujeres	82	23,63
Edad		
18-29	16	4,61
30-39	48	13,83
40-49	88	25,36
50-59	83	23,92
60-69	90	25,94
70+	22	6,34
País		
España	210	60,52
Alemania	50	14,41
Reino Unido	36	10,37
Suecia	9	2,59
Irlanda	8	2,31
Bélgica	6	1,73
Finlandia	5	1,44
Italia	5	1,44
Holanda	4	1,15
Noruega	4	1,15
Dinamarca	2	0,58
Islandia	2	0,58
Luxemburgo	2	0,58
Suiza	2	0,58
Albania	1	0,29
Francia	1	0,29
Años de jugar al golf		
1-3	43	12,39
4-10	136	39,19
11-20	98	28,24
20+	70	20,17
Handicap actual		
1-10	38	10,95
10,1-20	147	42,36
20,1-30	113	32,56
30+	49	14,12

De hecho, podemos considerar que los turistas de golf son altamente educados y es más probable que gasten más dinero en el lugar de destino; por lo tanto, deberían estar más cerca de ser considerados como turistas responsables con el medio ambiente (Dolnicar, Crouch y Long, 2008). El cuestionario se entregó en varios campos de golf ubicados en la costa andaluza (España), debido a que esta zona recibe una gran afluencia de turistas internacionales. Un equipo de entrevistadores llevó a cabo la realización de las encuestas.

4.3.2. Medidas

Las variables tales como la edad, el nivel educativo, la raza y los ingresos pueden ser indicadores de las capacidades personales (Stern, 2000). Sin embargo, creemos que las capacidades personales de los turistas de golf pueden estar mejor representadas por sus hándicaps en el juego de golf. Un hándicap en el golf es una medida numérica de la habilidad o destreza de un jugador de golf: cuanto menor sea el número, mejor será el jugador (McHale, 2010; European Golf Association, 2019). Como indica McHale (2010), el hándicap es el número de golpes adicionales por encima del par del campo que el jugador realiza, de media, teniendo en cuenta el recorrido del campo. Por ejemplo, Schön, Ehrmann y Rost (2015) utilizan esta medida como indicador del esfuerzo adicional de los gerentes.

El cuestionario de este estudio incluye preguntas sobre el hándicap actual y el mayor hándicap alcanzado por un golfista. El hándicap se puede considerar como el resultado de la frecuencia con la que se juega al golf. También se ha preguntado los años de experiencia del jugador, ya que esto puede proporcionar información sobre la medida en que su comportamiento medioambiental reflejaría una mayor exposición con el medio exterior y al aire libre. Por ello, hemos desarrollado una escala de capacidades personales basándonos en tres indicadores. Los ítems de dicha escala son los siguientes: (1) el hándicap que el jugador tiene actualmente; (2) el mayor hándicap que ha alcanzado el jugador; (3) el hándicap actual dividido por los años de experiencia; y (4) el mayor hándicap dividido por los años de experiencia.

Los factores de actitud los hemos medido a través de la escala Breve Paradigma Ecológico (BEP), desarrollada por López-Bonilla y López-Bonilla (2016). Esta escala es una medida con un formulario breve que consta de cinco ítems y proporciona una medida equilibrada de las cuatro dimensiones identificadas en la escala Revisada NEP. Las escalas del Nuevo Paradigma ambiental (NEP) se han convertido en las medidas de preocupación medioambiental más utilizadas en el mundo (Dunlap, 2008). Las escalas del NEP se fundamentan en las actitudes generales con respecto a la relación que tiene el ser humano con el medio ambiente (López-Bonilla y López-Bonilla, 2012a). La escala BEP se midió utilizando una escala tipo Likert (desde 1 = totalmente en desacuerdo; hasta 5 = totalmente de acuerdo).

Los hábitos orientados internamente y externamente se midieron siguiendo el trabajo de Dolnicar y Leisch (2008), que incluye preguntas sobre el comportamiento respetuoso con el medio ambiente en el ámbito del hogar. Seleccionamos dos ítems para cada variable, es decir, hábitos internos y externos. Nosotros proponemos que estos hábitos ecológicos en el hogar se puedan dividir en dos categorías, dependiendo de si estos comportamientos usuales tienen un efecto directo dentro o fuera del hogar. Por ejemplo, es diferente ahorrar agua en el hogar que votar por un candidato político que ha expresado un alto grado de preocupación medioambiental. Hay una perspectiva individualista dentro del hogar y una perspectiva más colectivista fuera del hogar. Ambas escalas se midieron a través de una escala tipo Likert (desde 1 = totalmente en desacuerdo; hasta 5 = totalmente de acuerdo).

4.3.3. Procedimiento analítico

Para analizar las relaciones entre las hipótesis utilizamos un modelo de ecuaciones estructurales. En este contexto, se pueden distinguir modelos basados en covarianzas y varianzas. Las diferencias entre ambos tipos han sido examinadas en diversos estudios (López-Bonilla y López-Bonilla, 2006, 2011, 2017). En la presente investigación se utiliza el modelo de regresión de mínimos cuadrados parciales (PLS-PM), que se basa en las varianzas. PLS-PM se ha proporcionado como un software de código abierto y se incluye en el entorno de software libre R desarrollado por Sánchez (2013).

4.4. RESULTADOS

4.4.1. Análisis del Modelo de medida

4.4.1.1 Unidimensionalidad de los Indicadores

Conforme a la regla de alcanzar un alfa de Cronbach superior a 0,7 para que una escala sea considerada aceptable, las capacidades personales y las actitudes ambientales son buenos bloques o conjuntos de indicadores, pero los hábitos orientados interna y externamente no lo aparentan (ver tabla 4.2).

Tabla 4.2. Unidimensionalidad de los constructos.

Variabes	C.alpha	DG.rho	Eig.1st	Eig.2nd
Capacidades personales	0,959	0,970	3,56	0,389
Hábitos orientados internamente	0,453	0,785	1,29	0,707
Hábitos orientados externamente	0,614	0,838	1,44	0,557
Actitudes medioambientales	0,871	0,907	3,31	0,659

El índice rho de Dillon-Goldstein considera que un bloque de indicadores es unidimensional cuando es mayor que 0,7. Este índice se considera un mejor parámetro que el alfa de Cronbach. Si las cuatro variables latentes tienen valores superiores a 0,7, entonces explican adecuadamente sus bloques de indicadores.

La tercera métrica que se utiliza para contrastar la unidimensionalidad de los indicadores es la comparación de los valores propios primero y segundo de la matriz de correlación de cada conjunto de indicadores. Si los resultados muestran que el primer valor propio es mayor que 1, pero el segundo es menor, entonces se demuestra la unidimensionalidad de los indicadores.

4.4.1.2. Validez convergente

La tabla 4.3 indica que las cargas mayores que 0,7 y las comunalidades mayores que 0,5 son aceptables. Sin embargo, las cargas inferiores a 0,7 también son aceptables si son superiores a 0,5 y el resto de los indicadores del mismo constructo son superiores a 0,7 (Chin, 1998).

Tabla 4.3. Cargas y comunalidades

Variabes	Items	Peso	Cargas	Comunalidades
Capacidades personales	PC1	0,248	0,932	0,868
	PC2	0,289	0,944	0,891
	PC3	0,253	0,949	0,900
	PC4	0,271	0,948	0,898
Hábitos orientados internamente	IOH1	0,464	0,687	0,471
	IOH2	0,761	0,896	0,804

Hábitos orientados externamente	EOH1	0,207	0,602	0,362
	EOH2	0,891	0,983	0,966
Actitudes medioambientales	EA1	0,222	0,821	0,675
	EA2	0,248	0,732	0,535
	EA3	0,267	0,863	0,745
	EA4	0,272	0,872	0,760
	EA5	0,220	0,768	0,590

La tabla 4.4 detalla las otras dos medidas para comprobar la validez convergente. Por consiguiente, si la fiabilidad compuesta (CR) y la varianza extraída media (AVE) son mayores que 0,7, entonces el índice de validez convergente (cargas, CR y AVE) de las diferentes variables latentes se corrobora.

Tabla 4.4. Fiabilidad Compuesta (CR) y Varianza media extraída (AVE)

Variab les	Fiabilidad Compuesta (CR)	AVE
Capacidades personales	0,970	0,889
Hábitos orientados internamente	0,776	0,637
Hábitos orientados externamente	0,789	0,664
Actitudes medioambientales	0,907	0,661

4.4.1.3. Validez discriminante

La validez discriminante de los constructos del modelo de investigación se evalúa mediante el uso de la varianza extraída media (AVE), según lo propuesto por Fornell y Larcker (1981). Los resultados, que se presentan en la tabla 4.5, muestran que todas las correlaciones son menores que las varianzas y, por lo tanto, que existe validez discriminante. La correlación entre las variables latentes se representa debajo de la diagonal de la tabla, mientras que la raíz cuadrada del AVE se encuentra en la diagonal.

Tabla 4.5. Validez discriminante.

VARIABLES	Capacidades personales	Hábitos orientados internamente	Hábitos orientados externamente	Actitudes medioambientales
Capacidades personales	0,9428			
Hábitos orientados internamente	0,1155	0,7981		
Hábitos orientados externamente	0,0858	0,2936	0,8148	
Actitudes medioambientales	-0,0038	-0,1860	0,2271	0,8130

Los análisis convergentes y discriminantes demuestran la validez del modelo de medida.

4.4.2. Análisis del Modelo Estructural

Para contrastar la precisión del parámetro que estima la diferente relación entre las variables latentes en los grupos de hombres y mujeres, se utilizó bootstrapping con una muestra de un millar. Los resultados se exponen en la tabla 4.6. Esta tabla muestra las relaciones e interacciones que se corroboran con un nivel de significación del 5%. Por lo tanto, las hipótesis H1a, H2a y H4a se confirman en ambos sexos; las hipótesis H5a y H7a se confirman solo en hombres; y las hipótesis H3a, H6a y H8a son rechazadas en ambos sexos.

Tabla 4.6. Grupos de hombres y mujeres (Paths)

Relaciones/Interacciones	G	Original	Mean.Boot	Std.Error	Perc.025	Perc.975	Sig.
Capacidades personales → Hábitos orientados intern.	H	0,0900	0,0873	0,0482	0,00187	0,1868	Sí
	M	0,0853	0,0798	0,125	-0,1618	0,327	Sí
Capacidades personales → Hábitos orientados extern.	H	0,1111	0,1089	0,0441	0,01896	0,1961	Sí
	M	0,2241	0,2243	0,103	0,0232	0,421	Sí
Capacidades personales → Actitudes medioambient.	H	-0,0838	-0,0912	0,0913	-0,29168	0,0655	No
	M	-0,0838	-0,0912	0,0913	-,29168	0,0655	No
Hábitos orientados intern. → Actitudes medioambient.	H	0,2468	0,2393	0,0718	0,10014	0,3717	Sí
	M	0,3737	0,3569	0,141	0,0463	0,613	Sí

Hábitos orientad. extern. → Actitudes medioambient.	H	-0,2708	-0,2700	0,0645	-0,39320	-0,1499	Sí
	M	-0,1360	-0,1494	0,126	-0,4024	0,106	No
Capacidades personales y Hábitos orientados intern. → Actitudes medioambient.	M	-0,1302	-0,1384	0,0790	-0,29931	0,0222	No
	W	0,1315	0,1334	0,138	-0,1628	0,382	No
Capacidades personales y Hábitos orientad. extern. → Actitudes medioambient.	M	0,1597	0,1816	0,0981	0,02649	0,3910	Sí
	W	-0,0234	-0,0406	0,137	-0,3469	0,207	No
Hábitos orientados intern. y Hábitos orientad. extern. → Actitudes medioambient.	M	-0,0325	-0,0344	0,0681	-0,16585	0,0997	No
	W	0,0487	0,0330	0,163	-0,3287	0,317	No

Comparación entre ambos grupos

Para investigar el efecto moderador del sexo es necesario realizar un análisis multigrupo. En nuestro estudio, utilizamos el método bootstrapping para analizar posibles diferencias en los paths entre jugadores de golf masculinos y femeninos, ya que es un método aceptado dentro de la comunidad científica que utilizan PLS (Sarstedt, Henseler y Ringle, 2011). Las comparaciones de paths muestran pocas diferencias significativas entre mujeres y hombres. Por lo tanto, solo se confirma la hipótesis H7b. Estos resultados se recogen en la tabla 4.7.

Tabla 4.7. Comparación entre hombres y mujeres (Paths)

Relaciones/Interacciones	Global	Hombre	Mujer	diff.abs	t.stat	dg.fr	p.value	Sig.
Capacidades personales → Hábitos orientados extern.	0,1155	0,1111	0,2241	0,1130	1,1584	345	0,1238	No
Capacidades personales → Hábitos orientados intern.	0,0858	0,0900	0,0853	0,0046	0,0511	345	0,4796	No
Capacidades personales → Actitudes medioambient.	-0,0030	-0,0838	0,2133	0,2972	1,4948	345	0,0679	No
Hábitos orientad. extern. → Actitudes medioambient.	-0,2773	-0,2708	-0,1360	0,1348	0,9596	345	0,1690	No
Hábitos orientad. intern. → Actitudes medioambient.	0,3036	0,2468	0,3737	0,1269	0,8380	345	0,2013	No
Capacidades personales y Hábitos orientad. extern. → Actitudes medioambient.	0,0381	0,1597	-0,0234	0,1831	1,1337	345	0,1289	No
Capacidades personales y Hábitos orientad. intern. → Actitudes medioambient.	-0,0415	-0,1302	0,1315	0,2616	1,7351	345	0,0418	Sí
Hábitos orientados intern. y Hábitos orientad. extern. → Actitudes medioambient.	-0,0362	-0,0325	0,0487	0,0812	0,5235	345	0,3005	No

La Tabla 4.8 detalla la varianza explicada (R^2) de las variables endógenas. Las actitudes ambientales se explican por el 21.6% de la varianza en el grupo de jugadoras femeninas y por el 13.13% de la varianza en el grupo de jugadores masculinos. Los resultados exceden el valor mínimo recomendado por Falk y Miller (1992), es decir, un valor R^2 igual o superior al 10%.

Tabla 4.8. Varianza explicada de las variables endógenas.

Variables	R ² Global	R ² Hombres	R ² Mujeres
Hábitos orientados internamente	0,00736	0,00809	0,00728
Hábitos orientados externamente	0,01333	0,01235	0,05021
Actitudes medioambientales	0,12425	0,13131	0,21599

4.5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La investigación sobre la sostenibilidad y el golf ha incrementado en los últimos años. Sin embargo, la gran mayoría de los estudios se han centrado en la perspectiva sostenible de los campos de golf, mientras que la investigación sobre la sostenibilidad del golf desde el punto de vista del usuario ha sido escasa (López-Bonilla y López-Bonilla, 2016). Por esta razón, el presente trabajo tiene como objetivo contribuir a la literatura sobre la sostenibilidad y el golf desde el punto de vista turístico.

El golf proporciona una ampliación del contacto con el entorno físico. Aunque los campos de golf son muy cuestionados en términos ambientales (Briassoulis, 2010), el "entorno natural" es un factor determinante esencial para atraer a los turistas de golf (Kim y Ritchie, 2012). Por lo tanto, es necesario comprender los patrones de comportamiento y los procesos que motivan la elección de los turistas de golf con idea de facilitar la labor de los gerentes de los campos de golf. Los jugadores de golf pueden ser un elemento clave para promover y apoyar el comportamiento proambiental (López-Bonilla, Reyes-Rodríguez y López-Bonilla, 2018).

En general, los datos descriptivos muestran sólo escasas diferencias de género en los turistas de golf. Los resultados indican que, en promedio, las mujeres obtienen unas

puntuaciones mayores que los hombres en hábitos orientados interna y externamente. Estos resultados son acordes con otros estudios académicos (Martínez-Espiñeira, García-Valiñas y Nauges, 2014; Olli, Grendstad y Wollebaek, 2001; Roberts y Bacon, 1997), que han encontrado que las mujeres generalmente presentan más actitudes y comportamientos pro-ambientales que los hombres. Sin embargo, a diferencia de los hallazgos anteriores, los hombres tienen puntuaciones más altas que las mujeres en actitudes ambientales. Con respecto a las capacidades personales de los turistas de golf, los hombres alcanzaron un mejor hándicap que las mujeres, ya que éstas últimas tienen un menor número de años de experiencia que los primeros. McGinnis, Gentry y Haltom (2019, p. 4) indicaron recientemente que "las mujeres no disponen del tiempo necesario para desarrollar sus destrezas para jugar al golf".

El presente trabajo tiene varias implicaciones teóricas y, por lo tanto, va a enriquecer nuestro conocimiento de las relaciones entre los factores pro-ambientales. Creemos que este trabajo es el primero que se centra en el ámbito del turismo y la hospitalidad y que integra en un único modelo las capacidades personales, los hábitos y las actitudes ambientales. Además, es posible que nuestro estudio sea el primero en analizar las interacciones y las relaciones entre los factores causales que influyen en los comportamientos medioambientales, como ha propuesto Stern (2000).

Con respecto a las interacciones entre los factores personales de los turistas de golf, no se encontraron diferencias de género. Únicamente, las interacciones entre las capacidades personales y los hábitos orientados externamente tuvieron un efecto positivo en las actitudes ambientales para el caso de los hombres. Los resultados de este estudio pueden ser más interesantes con respecto a las relaciones entre las capacidades personales, los hábitos ecológicos y las actitudes ambientales. De este modo, las relaciones entre los factores personales en nuestro modelo de investigación fueron diferentes entre hombres y mujeres.

Nuestros resultados son consistentes con los obtenidos por Miller, Merrilees y Coghlan (2015), los cuales sostienen la idea de que los hábitos se muestran como el antecedente dominante (y consecuencia) en el estudio. En general, los hábitos orientados internamente y externamente afectan a las actitudes ambientales de los turistas de golf, cuyo hecho coincide con las conclusiones de estudios anteriores Bamberg y Schmidt, 2003;

Verplanken et al., 1998). Sin embargo, encontramos diferencias de género en nuestro estudio. Así, las capacidades personales influyen en los hábitos orientados externamente en ambos sexos, pero sólo afectan los hábitos orientados internamente en los hombres. Además, los hábitos orientados internamente tienen una influencia positiva en las actitudes ambientales en las mujeres, mientras que los hábitos orientados externamente sólo afectan positivamente a las actitudes medioambientales en los hombres. Siguiendo a Matthies, Kuhn y Klöckner (2002), las mujeres pueden tener un patrón de comportamiento proambiental diferente que los hombres. Por un lado, las mujeres son más activas sólo en el ámbito privado, según Dietz, Stern y Guagnano (1998), favorecen un comportamiento proambiental (por ejemplo, reciclar y comprar productos ecológicos), pero esto no ocurre en otros ámbitos más públicos (por ejemplo, utilizar el transporte público y votar a un candidato más ecologista). El ámbito privado tiene un impacto ambiental directo, mientras que el público tiene un impacto indirecto. El hecho de que sólo los hábitos internos en las mujeres tengan un efecto significativo en las actitudes medioambientales coincide con los resultados de algunos estudios previos, los cuales han sugerido que las mujeres generalmente muestran más preocupación medioambiental, pero son menos activistas que los hombres (Hunter, Hatch y Johnson, 2004; Johnson, Bowker y Cordell, 2004; Olli, Grendstad y Wollebaek, 2001; Zelezny, Chua y Aldrich, 2000).

Por otro lado, se observa que las actuaciones medioambientales relacionadas con el ámbito público están más dominadas por los hombres. Sin embargo, nosotros hemos encontrado un significativo efecto negativo de los hábitos orientados externamente en las actitudes ambientales de los hombres. Como sugieren Jansson, Marell y Nordlund (2010), estos hallazgos indican que los hábitos formados previamente pueden actuar como un obstáculo para desempeñar comportamientos ambientales que requieren más implicación. Así, por ejemplo, Moller y Thogersen (2008) señalaron que los hábitos de utilizar el coche actúan como un obstáculo que modifican la intención de desplazarse en transporte público. En este sentido, las mujeres pueden fomentar una mayor utilización del transporte público que los hombres, porque posiblemente son las que viajan con menor frecuencia en coche (Matthies, Kuhn y Klöckner, 2002).

Este estudio es una de las pocas investigaciones que analiza las capacidades personales, mediante el conocimiento y las habilidades, de acuerdo con la definición proporcionada por Stern (2000), y no a través de las variables demográficas, como lo han hecho la gran

mayoría de las investigaciones anteriores (Clark y Finley, 2007; Gilg y Barr, 2006; Lam, 2006; Testa, 2011; Sardianou, 2007; Testa, Cosic e Iraldo, 2016). Es posible que el conocimiento y las habilidades tengan un mayor poder explicativo para muchos comportamientos medioambientales. Sin embargo, como Miao y Wei (2013) encontraron en un contexto hotelero, el aumento en los conocimientos no necesariamente conduce a mayores muestras de comportamiento ecológico. Gungor et al. (2018) sugirieron que el conocimiento medioambiental juega un importante papel en el comportamiento proambiental, pero no se encontró una relación significativa en términos de género. Nuestros resultados muestran que las capacidades personales de los turistas de golf sólo influyen significativamente en los hábitos orientados interna y externamente en los hombres. Es posible que el aumento de los conocimientos y habilidades induzca a un comportamiento proambiental en los hombres. Esto también significa que los jugadores masculinos necesitan más conocimientos y habilidades que las jugadoras para adoptar hábitos ambientales. Una posible explicación de esta diferencia en el género se basa generalmente en la teoría de la socialización y los diferentes roles desempeñados por los hombres y las mujeres. Este enfoque fomenta el papel de cuidadoras que pueden desempeñar las mujeres (Braun, Cottrell y Dierkes, 2018; Gilligan, 1982; Vicente-Molina, Fernández-Sainz y Izagirre-Olaizola, 2018; Xiao y Hong, 2018).

Como sugieren Eom et al. (2016), es posible que la preocupación por el medio ambiente se vea afectada por los valores culturales. Varios estudios encontraron que los diferentes factores en culturas individualistas y colectivistas son determinantes de la formación de un comportamiento proambiental. Por ejemplo, tanto estudios más antiguos como más recientes han confirmado que la orientación colectivista tiene un efecto importante en la actitud hacia el reciclaje (McCarty y Shrum, 2001), el compromiso medioambiental (Ling-Yee, 1997) y en las actitudes hacia las tecnologías de energía renovable (Higuera-Castillo et al., 2019; Higuera-Castillo, Muñoz-Leiva y Liebana-Cabanillas, 2019). Por lo tanto, sociedades colectivistas desarrollan comportamientos ecológicos más fuertes. Sin embargo, la literatura señala que la mayoría de los países occidentales están asociados con elevados niveles de individualismo (Cho et al., 2013; Sivadas, Bruvold y Nelson, 2008).

Estos resultados también tienen implicaciones prácticas para promover actitudes y acciones medioambientalmente sostenibles. Las variables personales son de especial interés para los

responsables políticos y para los gestores de marketing, cuando las fuerzas situacionales no se puedan cambiar, y las influencias personales puedan proporcionar los únicos factores que afectan el comportamiento medioambiental (Claudy, Peterson y O'Driscoll, 2003). En este sentido, los hábitos se identifican como uno de los determinantes esenciales de las actitudes y comportamientos proambientales (Stern, 2000; Lyu y Lee, 2018) y, por lo tanto, los hábitos proambientales de los turistas de golf son relativamente bajos. En este caso, una escasez de hábitos pueden abordarse desde el punto de vista del marketing (enfocado en el comportamiento del individuo), aunque el desarrollo de comportamientos de consumo sostenible derivados del sistema requiera de la creación de nuevos hábitos y prácticas sociales (Hall 2016). Sin embargo, como indican Dahlstrand y Biel (1997), la preocupación medioambiental es más influyente cuando los hábitos son escasos. Por lo tanto, los gestores de campos de golf pueden incluir reglas de comportamiento medioambiental que fomenten los hábitos del usuario. Los campos de golf también podrían adoptar prácticas de marketing social para promover normas, con el objetivo de implicar a los jugadores en sus programas de cambios medioambientales. El marketing social puede ser útil para ayudar a lograr cambios en el comportamiento del turismo sostenible (Truong y Hall, 2013, 2017).

La publicidad verde y el marketing ecológico, en general, son cada vez más importantes; sin embargo, la efectividad de estas estrategias es cuestionable (Chan y Hsu, 2016). A diferencia de muchas investigaciones en el ámbito del comportamiento del consumidor ecológico (Stern, 2000; Dietz, Stern y Guagnano, 1998; Testa et al., 2015), hemos encontrado que el género es útil para elaborar el perfil de los turistas de golf. Para aumentar la competitividad, los gerentes de campos de golf deben añadir diseños respetuosos con el medio ambiente y políticas de gestión para enfatizar distintos tipos de información para segmentos diferentes, distinguiendo especialmente a los hombres y a las mujeres.

Es importante comentar algunas limitaciones de este estudio y algunas oportunidades fundamentales para futuras investigaciones. Primero, nuestros resultados deben considerarse con precaución y teniendo en cuenta las limitaciones de la muestra. En este sentido, el método de muestreo por conveniencia puede crear algunos problemas para generalizar los resultados. Sin embargo, como sugirieron Calder, Phillips y Tybout (1981), los datos que hemos utilizado no son inapropiados para probar una teoría.

En segundo lugar, la muestra estuvo dominada por encuestados de sexo masculino. Este predominio de hombres en la encuesta no es sorprendente, dada la demografía de los jugadores de golf en todo el mundo (Jun y Kyle, 2012; Kitching, Grix y Phillipotts, 2017; Reis y Correia, 2013). En futuros estudios se debería ampliar la muestra femenina y, también, habría que considerar a los turistas de culturas orientales. Por ejemplo, varios estudios han indicado que las culturas asiáticas tienen mayores niveles de preocupación medioambiental y actitudes de conservación (Chan, 1999; Franzen, 2000; Kang y Moscardo, 2006). En este sentido, en futuras investigaciones se podría comparar turistas con perfiles individualistas y colectivistas, examinando la influencia de las orientaciones culturales como antecedentes de las actitudes y hábitos medioambientales.

En tercer lugar, el constructo del hábito es difícil de medir (Knussen, C.; Yule, 2008; Eagly, A. H.; Chaiken, 1993; Verplanken, 2006). El número de ítems utilizados para evaluar los hábitos ecológicos podría contribuir a reducir, en cierta medida, las asociaciones con las actitudes ambientales observadas en esta investigación. Por lo tanto, puede ser necesario el uso de medidas más refinadas para examinar con mayor precisión la relación entre los hábitos y actitudes medioambientales. Por un lado, por ejemplo, el ítem 1, que está relacionado con el uso del transporte público, puede estar influido por la edad. Como señala Lynn (2014), los adultos jóvenes son los más respetuosos con el medio ambiente en su comportamiento hacia el uso del transporte. Sin embargo, la edad de la muestra de los turistas de golf es alta, con un promedio de más de 50 años. En este caso, una ampliación interesante de este estudio sería examinar nuestro modelo en un amplio rango de grupos de edades.

Por otro lado, es posible que el ítem 4, que está relacionado con votar a un candidato más ecologista, no sea una buena opción para incluirlo en la escala de hábitos orientados externamente. Como indican Kurtz et al. (2015), los hábitos requieren repetición y una mínima conciencia para controlarlos. Sin embargo, las elecciones políticas suelen ser cada cuatro o cinco años y no se celebran con frecuencia. Esto motiva a un individuo o votante a comprometerse a tomar una decisión más deliberada. Además, los hábitos dependen del contexto o situación de que se trate. Así, en algunos países, como Alemania, existe un partido político ecologista consolidado por todo el territorio nacional. Sin embargo, en otros países, como España, todavía no se ha desarrollado esta tendencia política. En este sentido, una futura investigación debería considerar el papel de la identidad local como

moderador de los hábitos, actitudes y comportamientos medioambientales de los turistas. Como sugieren Chubchuwong, Beise-Zee y Speece (2015), el apego a un destino es más fuerte si los turistas son cuasi-residentes de la localidad que visitan.

TERCERA PARTE:

CONCLUSIONES

Capítulo 5

Conclusiones generales

5.1. INTRODUCCIÓN

El turismo de golf desempeña un papel muy importante en el sector turístico a nivel mundial relacionado con actividades deportivas. En general, las cifras de turistas de golf han crecido en las últimas décadas, aunque parece haberse estancado ligeramente en años recientes. Esto puede ser debido al cambio generacional de los practicantes de este deporte, que pueden orientarse hacia otro tipo de motivaciones en relación con su entorno. El turismo de golf ofrece una rentabilidad elevada, comparado con otras tipologías de turismo, porque suele estar vinculado a un turismo de calidad, que conlleva una estancia media y un gasto medio por persona superiores a la mayoría de actividades turísticas. En este marco de referencia, España goza de una posición privilegiada en Europa como destino turístico de golf, con una oferta de campos de golf muy amplia y diversa. En concreto, Andalucía es la región líder en nuestro país, con más de un centenar de campos de golf, que representan casi una cuarta parte del total nacional, a los que acuden más de medio millón de visitantes, de los cuales se hallan aproximadamente un 70% de turistas extranjeros.

Basándonos en los objetivos específicos propuestos, este último capítulo de la tesis doctoral pretende sintetizar las conclusiones más relevantes que han resultado de la misma. Dichas conclusiones las presentamos agrupadas en los apartados que se desarrollan a continuación.

5.2. IMPLICACIONES TEÓRICAS

Es necesario diferenciar las investigaciones realizadas sobre la sostenibilidad de los campos de golf, las cuales son más numerosas que las llevadas a cabo en el contexto del turismo de golf, que resultan más escasas y actuales. Mientras que las primeras se concentran en cuestiones medioambientales, las segundas (turismo de golf) abordan una

mayor variedad de perspectivas sostenibles. La revisión bibliográfica realizada sobre estudios publicados en revistas científicas, desde 1998 hasta principios de 2020, nos ha permitido encontrar 46 artículos publicados.

Los artículos publicados se reducen geográficamente en el Sur de Europa (España, Grecia y Portugal). Los dos países europeos líderes en turismo de golf son España y Portugal, lo que hace que los académicos muestren un gran interés por investigar sobre este tema en la región del Algarve, en Portugal, y en mayor medida en Andalucía (España).

Las investigaciones realizadas al respecto proceden de la Universidad de Sevilla y la Universidad de Huelva, en España, y de la Universidad del Algarve, en Portugal. Los investigadores más notorios en el análisis gráfico realizado son A. Vargas-Sánchez (Universidad de Huelva) y los hermanos López-Bonilla (Universidad de Sevilla), que lideran claramente distintos clústers. Además, H. Briassoulis (Universidad de Aegean) es otro autor destacado que actúa como eje central entre las conexiones de redes entre investigadores. Es importante también mencionar al profesor Butler, uno de los principales investigadores en el ámbito de la sostenibilidad y el turismo en general, como se observa en el ranking de autores sugerido por Niñerola, Sánchez-Rebull y Hernández-Lara (2019).

En lo que se refiere a la relación entre las actitudes y comportamientos medioambientales de los turistas de golf, hay que destacar que existen muy pocos estudios que hayan investigado tal relación. Por ello, hemos planteado analizar las actitudes y comportamientos ambientales de turistas de golf de diferentes nacionalidades que visitan Andalucía (España). Para realizar este análisis comparativo, nos centramos en los turistas de golf alemanes, británicos y españoles, ya que son los que en mayor medida frecuentan Andalucía. Ello nos permitió diferenciar claramente tres culturas europeas.

Para tal fin, hemos utilizado dos escalas de medida adaptadas, como son: la escala BEP (con cinco ítems), que nos permitió evaluar la actitud medioambiental del visitante, y la escala RTEO (con cuatro ítems) para estudiar la intención de utilizar un campo de golf sostenible o respetuoso con el medio ambiente. La escala BEP obtuvo mayores puntuaciones que la RTEO. Esto nos indica que la intención medioambiental está más cerca del comportamiento real del individuo y que las actitudes medioambientales se basan en una perspectiva más idealizada. A pesar de ello, los turistas alemanes obtuvieron

puntuaciones muy parecidas en ambas escalas, lo que puede indicar que existe una relación muy estrecha entre los aspectos emocionales y conativos en los mismos.

Para el caso de los turistas españoles, los resultados mostraron las mayores puntuaciones en la escala BEP, seguidos por los británicos y, también, las puntuaciones más altas en la escala RTEO, seguidos esta vez por los turistas alemanes. Estos resultados son coherentes con el estudio de Carrus, Bonaiuto y Bonnes (2005) y nos indican que los turistas españoles tienen una mayor responsabilidad ambiental en los campos de golf por razones de cultura y tradición, ya que se sienten más identificados con su país y con la política medioambiental de las administraciones públicas para los campos de golf.

La relación de hipótesis planteadas en el primer estudio empírico de la tesis doctoral, basada en un análisis cross-cultural, se puede observar en la tabla 5.1. Hemos confirmado la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento para las tres submuestras de nacionalidades, lo que es coherente con otros estudios previos (Choi et al., 2016; Kim et al., 2011; Lee et al., 2015; Li et al., 2017; Ong et al., 2011).

Tabla 5.1. Hipótesis contrastadas en el primer modelo de investigación

Las actitudes y comportamientos ambientales de los turistas de golf europeos	
H1: Las actitudes ambientales pueden influir en las intenciones de comportamiento medioambiental en los turistas de golf.	Confirmada
H1a: Las actitudes medioambientales influyen directamente en las intenciones de comportamiento medioambiental en los turistas de golf británicos.	Confirmada
H1b: Las actitudes medioambientales influyen directamente en las intenciones de comportamiento medioambiental en los turistas de golf alemanes.	Confirmada
H1c: Las actitudes medioambientales influyen directamente en las intenciones de comportamiento medioambiental en los turistas de golf españoles.	Confirmada
H2: La cultura nacional puede actuar como moderador en la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento medioambiental en los turistas de golf.	Rechazada
H2a: Las diferencias culturales entre los turistas de golf británicos y alemanes moderan la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento.	Rechazada
H2b: Las diferencias culturales entre los turistas de golf británicos y españoles moderan la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento.	Rechazada
H2c: Las diferencias culturales entre los turistas de golf alemanes y españoles moderan la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento.	Rechazada

Por otro lado, a diferencia con otros estudios en el área de turismo (Kang y Moscardo, 2006; Hudson y Ritchie, 2001), nosotros no observamos diferencias culturales entre los turistas de golf europeos. Ello puede deberse a que estos turistas suelen tener un nivel educativo y de ingresos superior que el promedio de la población, lo cual concuerda con el trabajo de Dolnicar, Crouch y Long (2008). Aunque estos resultados también podrían significar que la cultura europea es cada vez más semejante en aspectos como las actitudes y comportamientos medioambientales. Respecto a esto, Venaik y Brewer (2015) propusieron un modelo de cultura universal que se basa en las similitudes entre las personas de distintas naciones.

En este estudio hemos tratado de aportar a la literatura un mayor conocimiento sobre la sostenibilidad y el golf desde el punto de vista turístico. La gran mayoría de los estudios se han centrado en la perspectiva sostenible de los campos de golf, mientras que la investigación sobre la sostenibilidad del golf desde el punto de vista del usuario ha sido escasa (López-Bonilla y López-Bonilla, 2016). Además, los jugadores de golf pueden ser un elemento clave para promover y apoyar el comportamiento proambiental (López-Bonilla, Reyes-Rodríguez y López-Bonilla, 2018). Ello nos ha llevado a examinar los factores personales que influyen en el comportamiento turístico proambiental desde una perspectiva de género. En concreto, hemos analizado tanto las relaciones como las interacciones entre las actitudes medioambientales, los hábitos y las capacidades personales en el contexto turístico de golf, observando el efecto moderador del género.

Sospechamos que este estudio es el primero que se orienta en el ámbito del turismo y la gestión de la hospitalidad y que reúne en un solo modelo las capacidades personales, los hábitos y las actitudes medioambientales. Asimismo, como propuso teóricamente Stern (2000), es posible que también sea el primero en analizar las interacciones y las relaciones entre los factores causales que influyen en los comportamientos ambientalmente significativos. Las hipótesis planteadas en este segundo estudio empírico de la tesis doctoral se detallan en la tabla 5.2.

Los datos descriptivos han mostrado muy pocas diferencias de género en los turistas de golf. Mientras que las mujeres alcanzan más puntuaciones en hábitos orientados interna y externamente, lo que es coherente con otros estudios académicos (Martínez-Espiñeira, García-Valiñas y Nauges, 2014; Olli, Grendstad y Wollebaek, 2001; Roberts y Bacon,

1997), los hombres tienen puntuaciones más altas en actitudes medioambientales. En cuanto a las capacidades personales de los turistas de golf, los hombres obtienen un mejor hándicap que las mujeres, debido a que las mujeres tienen menos años de experiencia.

Tabla 5.2. Hipótesis contrastadas en el segundo modelo de investigación

Interacciones y relaciones entre los factores personales que influyen en el comportamiento proambiental del turista de golf: un análisis de género		
H1a: Las capacidades personales pueden influir positivamente en los hábitos orientados internamente de los turistas de golf.	Hombre	Confirmada
	Mujer	Confirmada
H1b: El género puede actuar como variable moderadora en la relación entre las capacidades personales y los hábitos orientados internamente de los turistas de golf.	Rechazada	
H2a: Las capacidades personales pueden influir positivamente en los hábitos orientados externamente de los turistas de golf.	Hombre	Confirmada
	Mujer	Confirmada
H2b: El género puede actuar como variable moderadora en la relación entre las capacidades personales y los hábitos orientados externamente de los turistas de golf.	Rechazada	
H3a: Las capacidades personales pueden influir positivamente en las actitudes de los turistas de golf.	Hombre	Rechazada
	Mujer	Rechazada
H3b: El género puede actuar como variable moderadora en la relación entre las capacidades personales y las actitudes de los turistas de golf.	Rechazada	
H4a: Los hábitos orientados internamente pueden influir positivamente en las actitudes de los turistas de golf.	Hombre	Confirmada
	Mujer	Confirmada
H4b: El género puede actuar como variable moderadora en la relación entre los hábitos orientados internamente y las actitudes de los turistas de golf.	Rechazada	
H5a: Los hábitos orientados externamente pueden influir positivamente en las actitudes de los turistas de golf.	Hombre	Confirmada
	Mujer	Rechazada
H5b: El género puede actuar como variable moderadora en la relación entre los hábitos orientados externamente y las actitudes de los turistas de golf.	Rechazada	
H6a: Las interacciones entre las capacidades personales y los hábitos orientados internamente, pueden influir positivamente en las actitudes de los turistas de golf.	Hombre	Rechazada
	Mujer	Rechazada
H6b: El género puede actuar como variable moderadora en la interacción entre las capacidades personales y los hábitos orientados internamente y, la influencia en las actitudes de los turistas de golf.	Confirmada	
H7a: Las interacciones entre las capacidades personales y los hábitos orientados externamente pueden influir positivamente en las actitudes de los turistas de golf.	Hombre	Confirmada
	Mujer	Rechazada
H7b: El género puede actuar como variable moderadora en la interacción entre las capacidades personales y los hábitos orientados externamente y, la influencia en las actitudes de los turistas de golf.	Rechazada	
H8a: Las interacciones entre hábitos orientados internamente y externamente pueden influir positivamente en las actitudes de los turistas de golf.	Hombre	Rechazada
	Mujer	Rechazada
H8b: El género puede actuar como variable moderadora en la interacción entre los hábitos de orientación interna y externa y, su influencia en las actitudes de los turistas de golf.	Rechazada	

Se encontraron diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a las relaciones entre los factores personales. Pero sólo en los hombres, las interacciones entre las capacidades personales y los hábitos orientados externamente tuvieron un efecto positivo en las actitudes medioambientales. Por lo que este estudio es más interesante con respecto a las relaciones entre las capacidades personales, los hábitos ecológicos y las actitudes medioambientales.

En cuanto a las capacidades personales, encontramos diferencias de género. Es decir, las capacidades personales influyeron en los hábitos orientados externamente en ambos sexos, pero sólo afectaron a los hábitos orientados internamente en los hombres. También, los hábitos orientados internamente tuvieron una influencia positiva en las actitudes ambientales en las mujeres, mientras que los hábitos orientados externamente sólo afectaron positivamente a las actitudes medioambientales en los hombres. Por tanto, nuestros resultados coinciden con otros estudios anteriores en la medida en que las mujeres generalmente muestran más preocupación medioambiental, pero son menos activistas que los hombres (Hunter, Hatch y Johnson, 2004; Johnson, Bowker y Cordell, 2004; Olli, Grendstad y Wollebaek, 2001; Zelezny, Chua y Aldrich, 2000).

Según lo anterior, las actuaciones medioambientales relacionadas con el ámbito público están más dominadas por los hombres. Sin embargo, nosotros hemos encontrado un significativo efecto negativo de los hábitos orientados externamente en las actitudes ambientales de los hombres.

Nuestro estudio, a diferencia de la gran mayoría de investigaciones anteriores, es uno de los pocos que analiza las capacidades personales mediante el conocimiento y las habilidades, según la decisión propuesta por Stern (2000). Por lo que es probable, que el conocimiento y las habilidades tengan un mayor poder explicativo para muchos comportamientos medioambientales.

Los resultados obtenidos revelan que las capacidades personales de los turistas de golf sólo influyen significativamente en los hábitos orientados interna y externamente en los hombres. Es posible que el aumento de los conocimientos y habilidades induzca a un comportamiento proambiental en los hombres. Lo cual significa que los jugadores masculinos necesitan más conocimientos y habilidades que las jugadoras para adoptar

hábitos medioambientales. Una posible explicación de esta diferencia en el género se basa generalmente en la teoría de la socialización y los diferentes roles desempeñados por los hombres y las mujeres.

5.3. IMPLICACIONES PRÁCTICAS

En cuanto al carácter de los 46 estudios analizados en el análisis bibliométrico, existe un cierto equilibrio entre los que son cualitativos y cuantitativos. Sin embargo, hay muy pocos estudios que combinen las dos técnicas de análisis de datos. La mayoría de los estudios cuantitativos utilizaron muestras pequeñas, excepto algunos casos concretos, como el trabajo de Scott et al. (2018), contando con una muestra de 120 campos de golf en Ontario (Canadá), y el trabajo de López-Bonilla y López-Bonilla (2016), que usaron una muestra de 509 turistas de golf europeos. Por lo que, sería conveniente realizar estudios con muestras amplias y diversas.

El análisis de contenido realizado nos ha permitido identificar cinco líneas de investigación:

1. Impactos del turismo de golf: es la más extensa, catorce trabajos publicados.
2. Conflictos de intereses: diez artículos publicados
3. Gestión medioambiental: ocho trabajos publicados
4. Planificación y desarrollo sostenible: ocho trabajos publicados
5. Actitudes y comportamientos medioambientales de los turistas de golf: es la menos estudiada, seis artículos publicados.

Por otro lado, hemos analizado el segmento de consumidores formado por turistas de golf alemanes, británicos y españoles, los cuales estaban predispuestos a tomar decisiones de manera medioambiental. Por lo tanto, es posible que la conciencia ecológica de estos individuos refleje su comportamiento de compra.

A raíz de lo expuesto anteriormente, consideramos que para que un campo de golf sea más competitivo debe de estar gestionado de manera respetuosa con el medio ambiente, de manera que pueda ofrecer oportunidades placenteras a los jugadores de golf y a los turistas. De acuerdo con Roberts y Bacon (1997), es necesario que los gestores públicos y de marketing conozcan los antecedentes del comportamiento medioambiental para considerar

a los consumidores ecológicos entre sus mercados objetivos. Además, un hecho importante, tanto para los gestores de los campos de golf como para el gobierno de Andalucía o de otros territorios y destinos turísticos, es considerar la homogeneidad cultural entre los países europeos estudiados. Estas semejanzas culturales podrían ser una oportunidad para elaborar una estrategia de marketing más globalizada. No obstante, debería analizarse la probabilidad de que existan diferencias entre países no europeos.

Los responsables políticos, así como los gestores de marketing, en el contexto del turismo de golf deben tener presente que los factores personales pueden ser muy relevantes a la hora de comprender el comportamiento medioambiental y que los hábitos de las personas determinan las actitudes y los comportamientos pro-ambientales del turista de golf. Nuestro estudio ha encontrado que los hábitos pro-ambientales de los turistas de golf son relativamente bajos. De ahí, que pensamos que se deberían abordar desde el punto de vista del comportamiento del consumidor, debido a la importancia que tiene para las empresas el conocimiento del consumidor para tomar decisiones de marketing. En consecuencia, proponemos que los gestores de campos de golf incluyan reglas de comportamiento medioambiental que fomenten los hábitos de los usuarios. Además, si consideramos el comportamiento del individuo desde la orientación del marketing social, los campos de golf podrían promover normas, con la finalidad de implicar a los jugadores en sus programas de cambios medioambientales, contribuyendo de esta manera a un turismo de golf más sostenible.

Apoyándonos en uno de nuestros resultados, en el que el género es útil para elaborar el perfil de los turistas de golf, sugerimos a los gerentes de los campos de golf que si quieren ser más competitivos, incorporen políticas de gestión y diseño respetuosas con el medio ambiente, distinguiendo entre el segmento de las jugadoras y de los jugadores de golf.

5.4. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

El análisis bibliométrico se ha realizado utilizando únicamente las dos bases de datos internacionales más destacadas actualmente, ya que tienen una gran cobertura de revistas indexadas y el mayor reconocimiento académico. De este modo, no se usó ninguna otra fuente de información. Además, sólo nos hemos centrado en artículos publicados,

descartando otro tipo de publicaciones como capítulos de libros o ponencias de congresos. El número de artículos encontrados ha sido escaso, lo que nos ha facilitado el trabajo para poder clasificarlos. Aunque el estudio se ha basado en un análisis gráfico de tipo descriptivo, creemos que futuros estudios deben complementarse con otras técnicas de análisis para profundizar en los resultados.

En lo que se refiere al análisis de la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento, para tres submuestras de nacionalidades europeas: británica, alemana y española, pensamos que el tamaño muestral para los turistas alemanes y británicos ha sido relativamente pequeño, aunque son congruentes con la regla general recomendada por Hair et al. (2011) para su análisis. Sería importante tener en cuenta la desigualdad en la distribución de género de la muestra poblacional, ya que las mujeres suelen preocuparse más por temas medioambientales y tienen una actitud más positiva hacia el medio ambiente (Roberts y Bacon, 1997).

Nuestro estudio se ha centrado en las intenciones de comportamiento, más que en el comportamiento en sí. Pero, otros estudios empíricos han reconocido que la intención de comportamiento ecológico es un indicio significativo de comportamiento ecológico.

Por otra parte, es necesario acometer más estudios con tamaños muestrales mayores para poder confirmar que la identidad regional puede tener un papel importante en el comportamiento ecológico del turista de golf.

Asimismo, otra de las limitaciones que podemos destacar de esta tesis doctoral se refiere al método de selección de las muestras utilizadas, ya que nos hemos basado en un muestreo por conveniencia, lo cual puede dar problemas a la hora de generalizar los resultados obtenidos. Además, la muestra la forman mayoritariamente hombres, a pesar de que se corresponde con el reparto más habitual en otros estudios realizados con muestras de turistas de golf.

Con respecto al doble constructo de hábitos ecológicos, el número de indicadores utilizados para evaluarlo pueden reducir las asociaciones con las actitudes medioambientales. En este caso, sería necesario usar medidas más refinadas para conseguir una mejor relación entre los hábitos y las actitudes medioambientales. Por ello,

proponemos con respecto al ítem 1, estudiar el modelo en un amplio rango de grupos de edades. Además, pensamos que el ítem 4, no debería estar incluido en la escala de hábitos orientados externamente.

5.5. FUTUROS ESTUDIOS

A lo largo de este trabajo hemos mencionado la escasez de estudios sobre turismo de golf y sostenibilidad. Por este motivo, queremos sugerir algunos estudios para las distintas líneas de investigación que hemos detallado anteriormente, como son:

1. Impacto del turismo de golf: considerar los efectos del cambio climático, establecer una serie de indicadores de sostenibilidad para valorar sus niveles de importancia y generar un balance de efectos positivos y negativos.
2. Conflicto de intereses: analizar el equilibrio entre los stakeholders para potenciar la imagen local de las instalaciones de golf.
3. Gestión medioambiental: profundizar en las prácticas medioambientales de los gestores de instalaciones turísticas basadas en campos de golf.
4. Planificación y desarrollo sostenible: revisar los planes estratégicos de la administración pública que orienten el desarrollo sostenible de zonas geográficas enfocadas al turismo de golf.
5. Actitudes y comportamientos medioambientales de los turistas de golf: realizar una segmentación de los turistas de golf para identificar los perfiles ecológicos y sostenibles, analizar la equidad de género o estudiar la autenticidad de las instalaciones de turismo de golf respecto al entorno socio-cultural en el que están ubicadas.

También sería posible realizar un estudio transversal, en los que colaboren varias de las líneas de investigación especificadas anteriormente.

Consideramos que en futuras investigaciones se deberían de examinar la relación entre las actitudes medioambientales y las intenciones de comportamiento, entre otras culturas y nacionalidades diferentes a las estudiadas. Además, se podrían tener en cuenta otras dimensiones culturales de los países, como el individualismo, la masculinidad o la distancia de poder.

Creemos que sería importante estudiar a los turistas que visitan por primera vez un destino, frente a los turistas que vuelven a visitarlo. Es posible que los turistas que vuelven a visitar un destino estén estrechamente vinculados al mismo y presenten una mayor responsabilidad medioambiental en dicho lugar. Por último, se pueden examinar factores que pueden influir en la intención de comportamiento del turista de golf, como por ejemplo los valores medioambientales, normas sociales y el control percibido.

Ya que en nuestra muestra predominan los jugadores de golf, en futuros estudios debemos aumentar la muestra femenina. También, sería adecuado tener en cuenta a turistas procedentes de culturas orientales, ya que tienen mayores niveles de preocupación medioambiental y actitudes de conservación (Chan, 1999; Franzen, 2000; Kang y Moscardo, 2006). De modo que podríamos comparar turistas con perfiles individualistas y colectivistas, examinando la influencia de las orientaciones culturales como antecedentes de las actitudes y hábitos medioambientales.

Por último, si se considera que el apego a un destino turístico es más fuerte cuando los turistas son cuasi-residentes de la localidad que visitan (Chubchuwong et al., 2015), otra investigación propuesta para el futuro debería analizar el papel de la identidad local como moderador de los hábitos, actitudes y comportamientos medioambientales de los turistas.

BIBLIOGRAFÍA

- Agrusa, J.; Tanner, J. The economic significance of the 2000 Buy.Com golf tournament on the Lafayette, Louisiana area. *Journal of Sport Tourism* **2002**, 7, 6–24.
- Ajzen, I. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* **1991**, 50, 179–211.
- Ajzen, I.; Fishbein, M. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice Hall: Englewood Cliffs, NJ, USA, **1980**.
- Aksu, A.; Uçar, Ö.; Kiliçarslan, D. Golf tourism: A research profile and security perceptions in Belek, Anatalya, Turkey. *Tourismos* **2016**, 11, 152–169.
- Albacete, C.A.; Fuentes, M.M.; Haro-Domínguez, M.C. La investigación española en turismo con impacto internacional (1997-2011). Una perspectiva de la economía y la dirección de la empresa. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* **2013**, 16, 17–28.
- Anvar, M.; Venter, M. Attitudes and purchase behaviour of green products among Generation Y consumers in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences* **2014**, 5, 183–194.
- Araújo, N.; Paül, V.; Fraiz, J.A. El turismo activo o de aventura como componente destacado del turismo de naturaleza. Análisis de la oferta en Galicia. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas* **2011**, 4, 8-31.
- Asociación Europea de Golf, **2020**. Disponible en: www.ega-golf.ch
- Aymerich F.; Anabitarte, J. *El Impacto Económico del Golf en España (2016)*. Golf Business Partners, Málaga, 2016.
- Baird, T.; Hall, C.M.; Castka, C. New Zealand winegrowers attitudes and behaviours towards wine tourism and sustainable winegrowers. *Sustainability* **2018**, 10, 797.
- Baroudi, J.J.; Orlikowski, W.J. A short-form measure of user information satisfaction: A psychometric evaluation and notes on use. *Journal of Management Information Systems* **1988**, 4, 44–59.
- Bamberg, S.; Schmidt, P. Incentives, morality, or habit? Predicting students' car use for university routes with the models of Ajzen, Schwartz, and Triandis. *Environment and Behavior* **2003**, 35, 264–285.
- Baroudi, J.J.; Orlikowski, W.J. A short-form measure of user information satisfaction: A psychometric evaluation and notes on use. *Journal of Management Information Systems* **1988**, 4, 44–59.
- Bechtel, R.B.; Verdugo, V.C.; Pinheiro, J.Q. Environmental belief systems: United States, Brazil, and Mexico. *Journal of Cross-Cultural Psychology* **1999**, 30, 122–128.

- Bergin-Seers, S.; Mair, J. Emerging green tourists in Australia: Their behaviours and attitudes. *Tourism Hospitality Research* **2009**, *9*, 109–119.
- Boukas, N.; Ziakas, V. Exploring perceptions for Cyprus as a sustainable golf destination: Motivational and attitudinal orientations of golf tourists. *International Journal of Sport Management and Marketing* **2013**, *14*, 39–70.
- Bote, V. *Turismo en espacio rural*. Ed. Popular, Madrid, **1988**.
- Braun, T.; Cottrell, R.; Dierkes, P. Fostering changes in attitude, knowledge and behavior: demographic variation in environmental education effects. *Environmental Education Research* **2018**, *24*, 899–920.
- Briassoulis, H. Golf-centered development in Coastal Mediterranean Europe: A soft sustainability test. *Journal of Sustainable Tourism* **2007**, *15*, 441–462.
- Briassoulis, H. “Sorry golfers, this is not your spot!”: Exploring public opposition to golf development. *Journal of Sport Social Issues* **2010**, *34*, 288–311.
- Briassoulis, H. Opposition to golf-related tourism development: An interpretivist analysis of an online petition. *Journal of Sustainable Tourism* **2011**, *19*, 673–693.
- Butler, R.W. International Golf Congress: The present and the future of research. *Tourism Hospitality Research* **2006**, *6*, 167–169.
- Butler, R.W. Contributions of tourism to destination sustainability: Golf tourism in St Andrews, Scotland. *Tourism Review* **2019**, *74*, 235–245.
- Calder, B.J.; Phillips, L.W.; Tybout, A.M. Designing research for application. *Journal of Consumer Research* **1981**, *8*, 197–207.
- Cárdenas, F. *Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis del Mercado*. Tercera ed. Editorial Trillas, México, **2001**.
- Carmi, N.; Arnon, S.; Orion, N. Seeing the forest as well as the trees: General vs. specific predictors of environmental behavior. *Environmental Education Research* **2015**, *21*, 1011–1028.
- Carrus, G.; Bonaiuto, M.; Bonnes, M. Environmental concern, regional identity, and support for protected areas in Italy. *Environment and Behavior* **2005**, *37*, 237–257.
- Carvalho, P.G.; Lourenço, R. Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto* **2009**, *9*(2), 122–132.
- Chan, R.Y.K. Environmental attitudes and behavior of consumers in China: Survey findings and implications. *Journal of International Consumer Marketing* **1999**, *11*, 25–52.

- Chan, E.S.W.; Hsu, C.H.C. Environmental management research in hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* **2016**, *28*, 886–923.
- Chang, C.-M.; McAleer, M. Citations and impact of ISI tourism and hospitality journals. *Tourism Management Perspectives* **2012**, *1*, 2–8.
- Chen, C.C.; Chen, C.V.; Tung, Y.C. Exploring the consumer behavior of intention to purchase green products in belt and road countries: An empirical analysis. *Sustainability* **2018**, *10*, 854.
- Chen, C.H.; Liu, W.L.; Liaw, S.L. Integrated dynamic policy management methodology and system for strategic environmental assessment of golf course installation policy in Taiwan. *Environmental Impact Assessment Review* **2011**, *31*, 66–76.
- Chen, C.H.; Wu, R.S.; Liu, W.L.; Su, W.R.; Chang, Y.M. Development of a methodology for strategic environmental assessment: Application to the assessment of golf course installation policy in Taiwan. *Environmental Management* **2009**, *43*, 166–188.
- Chin, W.W. The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. En: *Modern Methods for Business Research* (pp. 295–336), G.A. Marcoulides (Ed.). Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ, USA, **1998**.
- Cho, Y.-N.; Thyroff, A.; Rapert, M.I.; Park, S.-Y.; Lee, H.J. To be or not to be green: Exploring individualism and collectivism as antecedents of environmental behaviour. *Journal of Business Research* **2013**, *66*, 1052–1059.
- Choi, A.S.; Fielding, K.S. Environmental attitudes as WTP predictors: A case study involving endangered species. *Ecological Economics* **2013**, *89*, 24–32.
- Choi, A.S.; Ritchie, B.W.; Fielding, K.S. A mediation model of air travelers' voluntary climate action. *Journal of Travel Research* **2016**, *55*, 709–723.
- Chubchuwong, M.; Beise-Zee, R.; Speece, M.W. The Effect of nature-based tourism, destination attachment and property ownership on environmental-friendliness of visitors: A study in Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* **2015**, *20*, 656–679.
- Chuvieco, E.; Burgui-Burgui, M.; Da Silva, E.V.; Hussein, K.; Alkaabi, K. Factors affecting environmental sustainability habits of university students: intercomparison analysis in three countries (Spain, Brazil and UAE). *Journal of Cleaner Production* **2018**, *198*, 1372–1380.
- Clark, W.A.; Finley, J.C. Determinants of water conservation intention in Blagoevgrad, Bulgaria. *Society and Natural Resources* **2007**, *20*, 613–627.
- Claudy, M.C.; Peterson, M.; O'Driscoll, A. Understanding the attitude-behavior gap for renewable energy systems using Behavioral Reasoning Theory. *Journal of Macromarketing* **2003**, *33*, 273–287.

- Cleveland, M.; Kalamas, M.; Laroche, M. "It's not easy being green": Exploring green creeds, green deeds, and internal environmental locus of control. *Psychology & Marketing* **2012**, 29, 293–305.
- Completo, F.; Gustavo, N. Golf Tourism destination management: Looking for a sustainable demand: The case of Portugal. *Journal of Management & Sustainability* **2014**, 4, 142–153.
- Confederación de Empresarios de Andalucía. *Nuevas tendencias en el turismo de golf. Visión/Horizonte 2020*. CEA, Sevilla, **2017**.
- Conserjería de Turismo y Deporte. *Turismo de Golf en Andalucía*. Junta de Andalucía, Sevilla, **2015**.
- Conserjería de Turismo y Deporte. *Turismo de Golf en Andalucía*. Junta de Andalucía, Sevilla, **2017**.
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Gilbert, D.; Wanhill, S. *Turismo. Principios y prácticas*. Ed. Diana, México, **1977**.
- Cordano, M.; Welkome, S.; Scherer, R.F.; Pradenas, N.; Parada, V. Understanding cultural differences in the antecedents of pro-environmental behavior: A comparative analysis of business students in the United State and Chile. *Journal of Environmental Education* **2010**, 41, 224–238.
- Correia, A.; Barros, C.P.; Silvestre, A.L. Golf tourism repeat choice behaviour in the Algarve: A mixed logit approach. *Tourism Economics* **2007**, 13, 111–127.
- Correia, A.; Oliveira, N.; Silva, F. Bridging perceived destination image and market segmentation—An application to golf tourism. *European Journal of Tourism Research* **2009**, 28, 41–69.
- Correia, A.; Pintassilgo, P. The golf player's motivation: The Algarve case. *Tourism Hospitality Research* **2006**, 6, 227–238.
- Correia, A.; Videira, N.; Alves, I.; Ramires, C.; Subtil, R.; Martins, M.V. Tourism golf scenarios: The Algarve case. *Tourism Hospitality Research* **2006**, 6, 179–196.
- Dahlstrand, U.; Biel, A. Pro-environmental habits: Propensity levels in behavioural change. *Journal of Applied Social Psychology* **1997**, 27, 588–601.
- Dai, Z.; Puyana, X.; Han, L. Using assessment of net ecosystem services to promote sustainability of golf course in China. *Ecological Indicators* **2016**, 63, 165–171.
- Deery, M.; Jago, L.; Fredline, L. Sport tourism or event tourism: are they one and the same? *Journal of Sport Tourism* **2004**, 9(3), 235-245.
- De Knop P. Sport tourism: A state of the art. *European Journal of Sport Management* **1999**, 5(2), 5-20.

- Del Campo, F.J.; Agulló, A.M.; Aparicio, J.; López, D.B.; Izquierdo, R. Perception about the application of environmental management systems at golf course in Spain. *Environmental Engineering Management Journal* **2018**, *17*, 53–62.
- Del Campo, F.J.; Molina, M.A.; Sales, J.M. Sustainable limits for golf course development in a tourist destination. *World Review of Science, Technology and Sustainable Development* **2006**, *3*, 197–210.
- Devitt, D.A.; Morris, R.L.; Kopec, D.; Henry, M. Golf course superintendents' and perceptions toward using reuse water for irrigation in the southwestern United States. *HortTechnology* **2004**, *14*, 577–583.
- Dietz, T.; Stern, P.C.; Guagnano, G.A. Social structural and social psychological bases of environmental concern. *Environment and Behavior* **1998**, *30*, 450–471.
- Dolnicar, S. Identifying tourists with smaller environmental footprints. *Journal of Sustainable Tourism* **2010**, *18*, 717–734.
- Dolnicar, S.; Crouch, G.I.; Long, P. Environmentally friendly tourists: What do we really know about them? *Journal of Sustainable Tourism* **2008**, *16*, 197–210.
- Dolnicar, S.; Leisch, F. Selective marketing for environmentally sustainable tourism. *Tourism Management* **2008**, *29*, 672–680.
- Domínguez-Gómez, J.A.; González-Gómez, T. Analysing stakeholders' perceptions of golf-course-based tourism: A proposal for developing sustainable tourism projects. *Tourism Management* **2017**, *63*, 135–143.
- Domínguez-Gómez, J.A.; Vargas-Sánchez, A. Discussing the socio-economic impacts of tourism development projects based on golf courses: The perspective of local stakeholders. *International Journal of Sustainable Development and Planning* **2016**, *11*, 365–374.
- Duerden, M.D.; Witt, P.A. The impact of direct and indirect experiences on the development of environmental knowledge, attitudes, and behavior. *Journal of Environmental Psychology* **2010**, *30*, 379–392.
- Dunlap, R.E. The New Environmental Paradigm Scale: From marginality to worldwide use. *Journal of Environmental Education* **2008**, *40*, 3–18.
- Dunlap, R.E.; Van Liere, K.D. The 'new environmental paradigm': A proposed instrument and preliminary results. *Journal of Environmental Education* **1978**, *9*, 10–19.
- Dunlap, R.E.; Van Liere, K.D.; Mertig, A.G.; Jones, R.E. Measuring endorsement of the New Ecological Paradigm: A revised NEP scale. *Journal of Social Issues* **2000**, *56*, 425–442.
- Eagly, A.H.; Chaiken, S. *The Psychology of Attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich: Fort Worth, TX, USA, **1993**.

- Eagles, P.F.J.; McCool, S.F. y Haynes, C.D.A. *Turismo sostenible en áreas protegidas. Directrices de planificación y gestión*. OMT, Madrid, **2003**.
- Ebreo, A.; Hershey, J.; Vining, J. Reducing solid waste: Linking recycling to environmentally responsible consumerism. *Environment and Behavior* **1999**, 31, 107–135.
- Eisler, A.D.; Eisler, H.; Yoshida, M. Perception of human ecology: Cross-cultural and gender comparisons. *Journal of Environmental Psychology* **2003**, 23, 89–101.
- Enz, C.A.; Canina, L. Competitive pricing in the golf industry. *Journal of Revenue Pricing Management* **2017**, 16, 139–153.
- Eom, K.; Kim, H.S.; Sherman, D.K.; Ishii, K. Cultural variability in the link between environmental concern and support for environmental action. *Psychological Science* **2016**, 27, 1331–1339.
- Espejo, C. Campos de golf y medio ambiente: Una interacción necesaria [Golf courses and the environment: A necessary interaction]. *Cuadernos de Turismo* **2004**, 14, 67–111.
- Etminani-Ghasrodashti, R.; Paydar, M.; Ardeshiri, A. Recreational cycling in a coastal city: Investigating lifestyle, attitudes and built environment in cycling behavior. *Sustainable Cities and Society* **2018**, 39, 241–251.
- European Golf Association (EGA). *Handicap System Manual*. **2020**. Disponible en: <http://www.ega-golf.ch/page/system-manual>.
- Falk, R.F.; Miller, N.B. *A Primer for Soft Modeling*; The University of Akron Press: Akron, OH, USA, **1992**.
- Festinger, L.A. *Theory of Cognitive Dissonance*; Stanford University Press: Stanford, CA, USA, **1957**.
- Fishbein, M.; Ajzen, I. *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley Publishing, Menlo Park, CA, USA, **1975**.
- Fishbein, M.; Ajzen, I. Predicting and understanding consumer behavior: Attitude-behavior correspondence. En: *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior* (pp. 148–172), I. Ajzen & M. Fishbein (Eds.). Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, USA, **1980**.
- Flores, A.; Vargas, E.E.; López, L.J. Developing golf tourism in Mexico: Environmental considerations. *International Journal of Sustainability in Economic, Social and Cultural Context* **2015**, 11, 35–48.
- Fornell, C.; Larcker, D. Evaluating Structural Equation Models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research* **1981**, 18, 39–50.

- Foro Económico Mundial. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Ginebra, Suiza, **2019**. Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>
- Franzen, A. Environmental attitudes in international comparison: An analysis of the ISSP Surveys 1993 and 2000. *Social Science Quarterly* **2003**, *84*, 297–308.
- Fox, S.-J.C.; Hockey, P.A.R. Impacts of a South African coastal golf estate on shrubland bird communities. *South African Journal of Science* **2007**, *103*, 27–34.
- Gamba, R.J.; Oskamp, S. Factors influencing community residents' participation in commingled curbside recycling programs. *Environment and Behavior* **1994**, *26*, 587–612.
- Gamborg, C.; Jensen, F.S. Attitudes towards recreational hunting: A quantitative survey of the general public in Denmark. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* **2017**, *17*, 20–28.
- Gammon, S.; Robinson, T. Sport and tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport Tourism* **1997**, *4*(3), 11-18.
- Gao, J.; Huang, Z.; Zhang, C. Tourists' perceptions of responsibility: An Application of Norm-Activation Theory. *Journal of Sustainable Tourism* **2017**, *25*, 276–291.
- Gao, Y.; Mattila, A.S.; Lee, S. A meta-analysis of behavioral intentions for environment-friendly initiatives in hospitality research. *International Journal of Hospitality Management* **2016**, *54*, 107–115.
- Garau-Vadell, J.B.; Borja-Solé, L. Golf in mass tourism destinations facing seasonality: A longitudinal study. *Tourism Review* **2008**, *63*, 16–24.
- García-Lillo, F.; Claver-Cortés, E.; Úbeda-García, M.; Marco-Lajara, B.; Zaragoza-Sáez, P.C. Mapping the “intellectual structure” of research on human resources in the “tourism and hospitality management scientific domain”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* **2018**, *30*, 1741–1768.
- Getz, D. Sport event tourism: planning, development and marketing. En: *Sport and Adventure Tourism* (pp. 49-88), S. Hudson (Ed.). The Haworth Hospitality Press, New York, **2003**.
- Gibson, H.J. Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review* **1998**, *1*, 45-76.
- Gibson, H.J.; Pennington-Gray, L. Insights from ole theory: Understanding golf tourism. *European Sport Management Quarterly* **2005**, *5*, 443–468.
- Gilg, A.; Barr, S. Behavioural attitudes towards water saving? Evidence from a study of environmental actions. *Ecological Economics* **2006**, *57*, 400–414.

- Gilligan, C. *In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development*; Harvard University Press, Cambridge, MA, USA, **1982**.
- Gobierno de Andalucía. Decreto 43/2008, de 12 de febrero, regulador de las condiciones de implantación y funcionamiento de campos de golf en Andalucía. *BOJA* **2008**, 41, 9–16.
- Gobierno de Andalucía. Decreto 309/2010, de 15 de junio, por el que se modifica el Decreto 43/2008, de 12 de febrero, regulador de las condiciones de implantación y funcionamiento de campos de golf en Andalucía. *BOJA* **2010**, 119, 9–11.
- Gobierno de Andalucía. Orden de 13 de marzo de 2012, por la que se desarrolla el procedimiento para obtener la declaración de campos de golf de interés turístico en Andalucía. *BOJA* **2012**, 57, 61–70.
- Goh, E.; Ritchie, B.; Wang, J. Non-compliance in national parks: An extension of the Theory of Planned Behaviour model with pro-environmental values. *Tourism Management* **2017**, 59, 123–127.
- González Molina, A. Rasgos caracterizadores del turismo activo y turismo deportivo e importancia económico-social y estructural de nuevas formas emergentes. *Acciónmotriz* **2008**, 1, 1-24.
- Górgolas, P. The regulation of golf courses in the community autonomous of Andalusia: Tourist interest or Business interest? *Cuadernos Geográficos* **2019**, 57, 283–304.
- Granero, A. Las actividades físico-deportivas en la naturaleza y la industria turística. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte* **2007**, 7 (26), 111-127.
- Gungor, B.S.; Chen, J.; Wu, S.R.; Zhou, P.; Shirkey, G. Does plant knowledge within urban forests and parks directly influence visitor pro-environmental behaviors. *Forests* **2018**, 9, 171.
- Guo, Y.; Jiang, J.; Li, S. A sustainable tourism policy research review. *Sustainability* **2019**, 11, 3187.
- Guzeller, C.O.; Celiker, N. Bibliometrical analysis of Asia Pacific Journal of Tourism Research. *Asia Pacific Journal of Tourism Resesearch* **2019**, 24, 108–120.
- Hair, J.F.; Ringle, C.M.; Sarstedt, M. PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice* **2011**, 19, 139–151.
- Hall, C.M. Adventure, sport and health tourism. En: *Special interest tourism* (pp. 141–158), B. Weiler & C.M. Hall (Eds.). Belhaven Press, London, **1992**.
- Hall, C.M. Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management* **2011**, 32, 16–27.

- Hall, C.M. Intervening in academic interventions: Framing social marketing's potential for successful sustainable tourism behavioural change. *Journal of Sustainable Tourism* **2016**, *24*, 350–375.
- Hall, C.M.; Dayal, N.; Majstorovi'c, D.; Mills, H.; Paul-Andrews, L.; Wallace, C.; Truong, V.D. Accommodation consumers and providers' attitudes, behaviours and practices for sustainability: A systematic review. *Sustainability* **2016**, *8*, 625.
- Hall, C.M.; Gössling, S.; Scott, D. (Eds.) *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*; Routledge: Abingdon, UK, **2015**.
- Han, H. Travelers' Pro-Environmental behavior in a green lodging context: Converging Value-Belief-Norm Theory and the Theory of Planned Behaviour. *Tourism Management* **2015**, *47*, 164–177.
- Han, H. The norm activation model and theory-broadening: Individuals' decision-making on environmentally-responsible convention attendance. *Journal of Environmental Psychology* **2014**, *40*, 462–471.
- Han, H.; Hwang, J.; Lee, M.J. The Value–Belief–Emotion–Norm Model: Investigating customers' eco-friendly behaviour. *Journal of Travel & Tourism Marketing* **2017**, *34*, 590–607.
- Han, H.; Yoon, H. Customer retention in the eco-friendly hotel sector: Examining the diverse processes of post-purchase decision-making. *Journal of Sustainable Tourism* **2015**, *23*, 1095–1113.
- Han, H.; Yoon, H.; Woods, D.P. Role of environmental consciousness in golfers' decision formation in the traditional and screen-golf industries. *Journal of Quality and Assurance in Hospitality & Tourism* **2016**, *17*, 290–310.
- Han, H.; Yu, J.; Kim, W. Investigating airline customers' decision-making process for emerging environmentally-responsible electric airplanes: Influence of gender and age. *Tourism Management* **2019**, *31*, 85–94.
- Herstein, R.; Jaffe, E.D. Sport hospitality as a business strategy. *Journal of Business Strategy* **2008**, *29*(6), 36–43.
- Higuera-Castillo, E.; Liebana-Cabanillas, F.J.; Muñoz-Leiva, F.; Molinillo, S. The role of collectivism in modeling the adoption of renewable energies: A cross-cultural approach. *International Journal of Environmental Science and Technology* **2019**, *16*, 2143–2160.
- Higuera-Castillo, E.; Muñoz-Leiva, F.; Liebana-Cabanillas, F.J. An examination of attributes and barriers to adopt biomass and solar technology. A cross-cultural approach. *Journal of Environmental Management* **2019**, *236*, 639–648.
- Hinch, T.D.; Higham, J.E.S. Sport tourism: A framework for research. *International Journal of Tourism Studies* **2001**, *3*(1), 45–58.

- Hudson, S.; Hudson, L. *Golf Tourism*. Goodfellow Publishing: Oxford, UK, **2010**.
- Hudson, S.; Ritchie, J.R.B. Cross-cultural tourist behavior: An analysis of tourist attitudes towards the environment. *Journal of Travel & Tourism Marketing* **2001**, *10*, 1–22.
- Humphreys, C. Travelling with golf clubs: The influence of baggage on the trip decision-making process. *Journal of Sport Tourism* **2017**, *21*, 49–63.
- Humphreys, C.J. Understanding how sporting characteristics and behaviours influence destination selection: A grounded theory study of golf tourism. *Journal of Sport Tourism* **2014**, *19*, 29–54.
- Hunter, L.M.; Hatch, A.; Johnson, A. cross-national gender variation in environmental behaviors. *Social Science Quarterly* **2004**, *85*, 677–694.
- Hutchinson, J.; Wang, Y.; Lai, F. The impact of satisfaction judgment on behavioral intentions: An investigation of golf travelers. *Journal of Vacation Marketing* **2010**, *16*, 45–59.
- Hwang, K.; Lee, J. Antecedents and consequences of ecotourism behavior: Independent and interdependent self-construals, ecological belief, willingness to pay for ecotourism services and satisfaction with life. *Sustainability* **2018**, *10*, 789.
- Iglesias Madrigal, M.A. El deporte del golf: análisis sectorial y aplicación del modelo EFQM a la gestión de campos de golf en Castilla y León. Tesis doctoral. Universidad de Valladolid, **2015**.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). *Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera. FRONTUR*. INE, Madrid, 2020. Disponible en: <https://www.ine.es>
- Jackson, S. Attitudes towards the environment and ecotourism of stakeholders in the UK tourism industry with particular reference to ornithological tour operators. *Journal of Ecotourism* **2007**, *6*, 34–66.
- Jamal, T.; Smith, B.; Watson, E. Ranking, rating and scoring of tourism journals: Interdisciplinary challenges and innovations. *Tourism Management* **2008**, *29*, 66–78.
- Jang, S.Y.; Chung, Y.; Kim, Y.G. Effects of environmentally friendly perceptions on customers' intentions to visit environmentally friendly restaurants: An Extended Theory of Planned Behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* **2015**, *20*, 599–618.
- Jansson, J.; Marell, A.; Nordlund, A. Green consumer behavior: Determinants of curtailment and eco-innovation adoption. *Journal of Consumer Marketing* **2010**, *27*, 358–370.
- Jiang, Y.; Ritchie, B.W.; Benckendorff, P. Bibliometric visualisation: An application in tourism crisis and disaster management research. *Current Issues in Tourism* **2019**, *22*, 1925–1957.

- Jiménez-García, M.; Ruiz-Chico, J.; Peña-Sánchez, A.R.; López-Sánchez, J.A. A bibliometric analysis of sports tourism and sustainability (2002-2019). *Sustainability* **2020**, *12*, 2840.
- Johnson, C.Y.; Bowker, J.M.; Cordell, H.K. Ethnic variation in environmental belief and behavior: An examination of the New Ecological Paradigm in a social psychological context. *Environment and Behavior* **2004**, *36*, 157–186.
- Jönsson, E. The nature of an upscale nature: Bro Hof Slott Golf Club and the political ecology of high-end golf. *Tourist Studies* **2016**, *16*, 315–336.
- Jönsson, E. Trump in Scotland: A study of power-topologies and golf topographies. *International Journal of Urban and Regional Research* **2016**, *40*, 559–577.
- Jugovic, A.; Grzinic, J.; Loncar, S. Macroeconomic legitimacy of investment in the development of golf tourism in Istria. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja* **2009**, *22*, 66–85.
- Jun, J.; Kyle, G.T. Gender identity, leisure identity, and leisure participation. *Journal of Leisure Research* **2012**, *44*, 353–378.
- Juvan, E.; Dolnicar, S. The attitude-behaviour gap in sustainable tourism. *Annals of Tourism Research* **2014**, *48*, 76–95.
- Juvan, E.; Dolnicar, S. Drivers of pro-environmental tourist behaviours are not universal. *Journal of Cleaner Production* **2017**, *166*, 879–890.
- Kaiser, F.J.; Wölfling, S.; Fuhrer, U. Environmental attitude and ecological behaviour. *Journal of Environmental Psychology* **1999**, *19*, 1–19.
- Kang, M.; Moscardo, G. Exploring cross-cultural differences in attitudes towards responsible tourist behaviour: A comparison of Korean, British and Australian Tourists. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* **2006**, *11*, 303–320.
- Kankaraš, M.; Moors, G. Cross-national and cross-ethnic differences in attitudes: A case of Luxembourg. *Cross-Cultural Research* **2012**, *46*, 224–254.
- Keil, M.; Tan, B.C.Y.; Wei, K.K.; Saarinen, T.; Tuunainen, V.; Wassenaar, A. A cross-cultural study scalation of commitment behavior in software projects. *MIS Quarterly* **2000**, *24*, 299–325.
- Khoo-Lattimore, C.; Mura, P.; Yung, R. The time has come: A systematic literature review of mixed methods research in tourism. *Current Issues in Tourism* **2019**, *22*, 1531–1550.
- Kiatkawsin, K.; Han, H. Young Travelers' Intention to behave pro-environmentally: Merging the Value-Belief-Norm Theory and the Expectancy Theory. *Tourism Management* **2017**, *59*, 76–88.

- Kil, N.; Holland, S.M.; Stein, T.V. Structural relationships between environmental attitudes, recreation motivations, and environmentally responsible behaviors. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* **2014**, 7–8, 16–25.
- Kim, A.K.; Airey, D.; Szivas, E. The multiple assessment of interpretation effectiveness: Promoting visitors' environmental attitudes and behavior. *Journal of Travel Research* **2011**, 50, 321–334.
- Kim, D.Y.; Wen, L.; Doh, K. Does cultural difference affect customer's response in a crowded restaurant environment? A comparison of American versus Chinese customers. *Journal of Hospitality and Tourism Research* **2010**, 34, 103–123.
- Kim, J.H.; Ritchie, B.W. Motivation-based typology: An empirical study of golf tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Research* **2012**, 36, 251–280.
- Kim, S.S.; Kim, J.H.; Ritchie, B.W. Segmenting overseas golf tourists by the concept of specialization. *Journal of Travel & Tourism Marketing* **2008**, 25, 199–217.
- Kim, D.; Yoon, J.; Yoo, J.; Kim, S.-J.; Yang, J.E. Status and management strategy of pesticide use in golf courses in Korea. *Journal of Applied Biological Chemistry* **2014**, 57, 267–277.
- Kimmm, J. Why do Korean golf travellers cross national borders to play golf? *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* **2020**, 9, 1–15.
- Kiss, R. The geographical position, system and modelling of golf tourism. *Hungarian Geographical Bulletin* **2014**, 63(2), 201–220.
- Kitching, N.; Grix, J.; Phillpotts, L. Shifting hegemony in 'a man's world': Incremental change for female golf professional employment. *Sport in Society* **2017**, 20, 1530–1547.
- Kinnear, T.C.; Taylor, J.R.; Ahmed, S.A. Ecologically concerned consumers: Who are they? *Journal of Marketing* **1974**, 38, 82–103.
- Klöckner, C.A. A comprehensive model of the psychology of environmental behaviour. A meta-analysis. *Global Environmental Change* **2013**, 23, 1028–1038.
- Klöckner, C.A.; Matthies, E. How Habits interfere with norm-directed behaviour: A normative decision-making model for travel mode choice. *Journal of Environmental Psychology* **2004**, 24, 319–327.
- Knussen, C.; Yule, F. "I'm not in the habit of recycling" the role of habitual behavior in the disposal of household waste. *Environment and Behavior* **2008**, 40, 683–702.
- Kollmuss, A.; Agyeman, J. Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research* **2002**, 8, 239–260.

- Koseoglu, M.A.; Rahimi, R.; Okumus, F.; Liu, J. Bibliometric studies in tourism. *Annals of Tourism Research* **2016**, *61*, 180–191.
- Koseoglu, M.A.; Sehitoglu, Y.; Parnell, J.A. A bibliometric analysis of scholarly work in leading tourism and hospitality journals: The case of Turkey. *Anatolia* **2015**, *26*, 359–371.
- Kotchen, M.J.; Reiling, S.D. Environmental attitudes, motivations, and contingent valuation of nonuse values: A case study involving endangered species. *Ecological Economics* **2000**, *32*, 93–107.
- Kozak, N.; Kozak, M.; Uysal, M. Rankings of tourism and hospitality departments: A case of Turkey. *Anatolia* **2007**, *18*, 299–318.
- Kraus, S.; Meier, F.; Eggers, F.; Bouncken, R.B.; Schuessler, F. Standardisation vs. adaption: A conjoint experiment on the influence of psychic, cultural and geographical distance on international marketing mix decisions. *European Journal International Management* **2016**, *10*, 127–156.
- Kurtzman, J. *Turismo, deporte y cultura. Primera conferencia mundial sobre deporte y turismo*. OMT & COI, Madrid, **2001**.
- Kurtzman, J.; Zauhar, J. A wave in time, the sport tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism* **1997**, *4*(2), 7-24.
- Kurz, T.; Gardner, B.; Verplanken, B.; Abraham, C. habitual behaviors or patterns of practice? Explaining and changing repetitive climate-relevant Actions. *WIREs Climate Change* **2015**, *6*, 113–128.
- Lagardera, F. Desarrollo sostenible en el deporte, el turismo y la educación física. *Apunts, Educación Física y Deportes* **2002**, *67*, 70-79.
- Laing, J.H.; Crouch, G.I. Extraordinary journeys: An exploratory cross-cultural study of tourists on the frontier. *Journal of Vacation Marketing* **2005**, *11*, 209–223.
- Lam, S.P. Predicting intention to save water: Theory of Planned Behavior, response efficacy, vulnerability, and perceived efficiency of alternative solutions. *Journal of Applied Social Psychology* **2006**, *36*, 2803–2824.
- Larson, L.R.; Stedman, R.C.; Cooper, C.B.; Decker, D.J. Understanding the multidimensional structure of pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology* **2015**, *43*, 112–124.
- Larson, L.R.; Usher, L.E.; Chapmon, T. Surfers as environmental stewards: Understanding plaie-protecting behavior at Cape Hatteras National Seashore. *Leisure Sciences* **2017**, 1–24.
- Larson, L.R.; Whiting, J.W.; Green, G.T. Exploring the influence of outdoor recreation participation on pro-environmental behaviour in a demographically diverse population. *Local Environment* **2011**, *16*, 67–86.

- Latiesa, M.; Paniza, J.L. Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis. *Revista Internacional de Sociología* **2006**, 64(44), 133-149.
- Latiesa, M.; Paniza, J.L.; Madrid, M. Turismo y deporte: algunas consideraciones sobre su conceptualización y taxonomía. En: *El turismo en la sociedad contemporánea, diversificación, competitividad y desarrollo* (pp. 5-14), M. Latiesa & A. Álvarez (Eds.). Editorial Urbano, Granada, **2000**.
- Law, R.; Leung, R.; Buhalis, D. An analysis of academic leadership in hospitality and tourism journals. *Journal of Hospitality and Tourism Research* **2010**, 34, 455–477.
- Lee, Y.K. A Comparative study of green purchase intention between Korean and Chinese consumers: The moderating role of collectivism. *Sustainability* **2017**, 9, 1930.
- Lee, T.H.; Jan, F.H. The influence of recreation experience and environmental attitude on the environmentally responsible behavior of community-based tourists in Taiwan. *Journal of Sustainable Tourism* **2015**, 23, 1063–1094.
- Lee, W.H.; Moscardo, G. Understanding the impact of ecotourism resort experiences on tourists' environmental attitudes and behavioural intentions. *Journal of Sustainable Tourism* **2005**, 13, 546–565.
- Li, M. Cross-cultural tourist research: A meta-analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Research* **2014**, 38, 40–77.
- Li, F.R.; Yang, S.P.; Yu, D.; Wang, H.M.; Chen, Y.; Peng, Y.N. Environmental pollution analysis and countermeasures of the golf course in Yangzonghai Area. *Advanced Materials Research* **2013**, 788, 283–287.
- Li, L.; Wang, L.Y. An empirical study on the effect of eco-tourism visitors' environmental attitudes on environmental behavior. *Applied Ecology and Environmental Research* **2017**, 15, 91–101.
- Lim, C.C.; Patterson, I. Sport tourism on the Islands: The impact of an international mega golf event. *Journal of Sport Tourism* **2008**, 13, 115–133.
- Ling-Yee, L. Effect of Collectivist orientation and ecological attitude on actual environmental commitment. *Journal of International Consumer Marketing* **1997**, 9, 31–53.
- Liu, H.; Liu, Y.; Wang, Y.; Pan, C. Hot topics and emerging trends in tourism forecasting research: A scientometric review. *Tourism Economics* **2019**, 25, 448–468.
- López-Bonilla, J.M.; López-Bonilla, L.M. Environmental orientation in tourism: The RTEO scale. *Current Issues in Tourism* **2012**, 15, 591–596.
- López-Bonilla, J.M.; López-Bonilla, L.M. Sensation-seeking profiles and personal innovativeness information technology. *Social Science Computer Review* **2012**, 30, 434–447.

- López-Bonilla, J.M.; López-Bonilla, L.M. *Manual de Investigación de Mercados Turísticos*. Ediciones Pirámide, Madrid, **2015**.
- López-Bonilla, J.M.; López-Bonilla, L.M. Leading disciplines in tourism and hospitality research: A bibliometric analysis in Spain. *Current Issues in Tourism* **2020**, Doi: 10.1080/13683500.2020.1760221
- López-Bonilla, J.M.; Granados-Perea, C.; López-Bonilla, L.M. Primera generación de autores con difusión internacional en la investigación turística española. *Revista Española de Documentación Científica* **2017**, *40*, 1–18.
- López-Bonilla, J.M.; Granados-Perea, C.; López-Bonilla, L.M. Producción científica española en turismo: Un análisis de autoría basado en revistas internacionales con alto impacto y visibilidad. *Cuadernos de Turismo* **2018a**, *41*, 343–367.
- López-Bonilla, J.M.; Granados-Perea, C.; López-Bonilla, L.M. Autores prolíficos líderes en la investigación turística española. *Transinformação* **2018b**, *30*, 39–50.
- López-Bonilla, J.M.; López-Bonilla, L.M.; Sanz-Altamira, B.; Reyes-Rodríguez, M.C. Comportamiento ecológico de los gestores de campos de golf en Andalucía (España). *Revista Brasileira de Ecoturismo* **2011**, *4*(1), 11-24.
- López-Bonilla, J.M.; Reyes-Rodríguez, M.C.; López-Bonilla, L.M. The environmental attitudes and behaviours of European golf tourists. *Sustainability* **2018**, *10*, 2214.
- López-Bonilla, J.M.; Reyes-Rodríguez, M.C.; López-Bonilla, L.M. Interactions and relationships between personal factors in pro-environmental golf tourist behaviour: A gender analysis. *Sustainability* **2020**, *12*, 332.
- López-Bonilla, L.M.; López-Bonilla, J.M. Estudio comparado de las estimaciones de dos versiones del Modelo de Aceptación de la Tecnología (TAM) mediante los programas AMOS y PLS. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* **2006**, *12*, 95–110.
- López-Bonilla, L.M.; López-Bonilla, J.M. From the New Environmental Paradigm to the Brief Ecological Paradigm: A revised scale in golf tourism. *Anatolia* **2016**, *27*, 227–236.
- López-Bonilla, L.M.; López-Bonilla, J.M. The role of attitude in the TAM: A theoretical unnecessary construct? *British Journal of Educational Technology* **2011**, *42*, 6, E160-E162.
- López-Bonilla, L.M.; López-Bonilla, J.M. Explaining the discrepancy in the mediating role of attitude in the TAM. *British Journal of Educational Technology* **2017**, *48*, 940–949.
- López-Bonilla, L.M.; Reyes-Rodríguez, M.C.; López-Bonilla, J.M. Golf tourism and sustainability: Content analysis and directions for future research. *Sustainability* **2020**, *12*, 3616.

- Lu, J.; Nepal, S.K. Sustainable Tourism Research: An analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism* **2009**, *17*, 5–16.
- Luque Gil, A.M. La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas en la naturaleza. *Cuadernos de Turismo* **2003**, *12*, 131-149.
- Lynn, P. *Distinguishing Dimensions of Pro-Environmental Behaviour*; ISER Working Paper Series, No. 2014-19; University of Essex, Institute for Social and Economic Research (ISER): Colchester, UK, **2014**. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10419/123804>.
- Lyu, S.O.; Lee, Y. How do golf tourists manage golfing constraints? A choice modeling approach. *Journal of Hospitality and Tourism Research* **2018**, *42*, 295–318.
- Marcoulides, G.A.; Saunders, C. PLS: A silver bullet? *MIS Quarterly* **2006**, *30*, 3–4.
- Mackey, M.J.; Connette, G.M.; Peterman, W.E.; Semlitsch, R.D. Do Golf courses reduce the ecological value of headwater streams for salamanders in the Southern Appalachian Mountains? *Landscape and Urban Planning* **2014**, *125*, 17–27.
- Markwick, M.C. Golf tourism development, stakeholders, differing discourses and alternative agendas: The case of Malta. *Tourism Management* **2000**, *21*, 515–524.
- Martínez-Espiñeira, R.; García-Valiñas, M.A.; Nauges, C. Households' Pro-environmental Habits and Investments in Water and Energy Consumption: Determinants and Relationships. *Journal of Environmental Management* **2014**, *133*, 174–183.
- März, S. Beyond economics-understanding the decision-making of German small private landlords in terms of energy efficiency investment. *Energy Efficiency*. **2018**, *11*, 1721–1743.
- Mason, M.C.; Moretti, A. Antecedents and moderators of golf tourists' behavioural intentions. An empirical study in a Mediterranean destination. *EuroMed Journal of Business* **2015**, *10*, 338–359.
- Matthies, E.; Kuhn, S.; Klöckner, C.A. Travel Mode Choice of Women. The Result of Limitation, Ecological Norm, or Weak Habit? *Environment and Behavior* **2002**, *34*, 163–177.
- McCarty, J.A.; Shrum, L.J. The influence of individualism, collectivism, and locus of control on environmental beliefs and behavior. *Journal of Public Policy Marketing* **2001**, *20*, 93–104.
- McDonald, S.; Oates, C.J.; Alevizou, P.J.; Young, C.W.; Hwang, K. Individual strategies for sustainable consumption. *Journal of Marketing Management* **2012**, *28*, 445–468.
- McGinnis, L.P.; Gentry, J.W.; Haltom, T.M. Gender, millennials, and leisure constraints: exploring golf's participation decline. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events* **2019**. Doi:10.1080/19407963.2019.1662427.

- McGinnis, L.P.; Gentry, J.W.; McQuillan, J. Ritual-based behavior that reinforces hegemonic masculinity in golf: Variations in women golfers' responses. *Leisure Sciences* **2008**, *31*, 19–36.
- McHale, I.G. Assessing the fairness of the golf handicapping system in the UK. *Journal of Sports Sciences* **2010**, *28*, 1033–1041.
- McIntosh, R.W.; Goeldnert, C.; Ritchie, J.R.. *Turismo. Planeación, Administración y Perspectivas*. Ed. Limusa Wiley, México, **1995**.
- McKercher, B. An analysis of prolific authors. *Journal of Hospitality & Tourism Education* **2007**, *19*, 23–30.
- McKercher, B.; Tse, T.S. Is intention to return a valid proxy for actual repeat visitation? *Journal of Travel Research* **2012**, *51*, 671–686.
- Mehmetoglu, M. Factors influencing the willingness to behave environmentally friendly at home and holiday settings. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* **2010**, *10*, 430–447.
- Miao, L.; Wei, W. Consumers' Pro-environmental behavior and the underlying motivations: A comparison between household and hotel settings. *International Journal of Hospitality Management* **2013**, *32*, 102–112.
- Miller, D.; Merrilees, B.; Coghlan, A. Sustainable urban tourism: understanding and developing visitor pro-environmental behaviours. *Journal of Sustainable Tourism* **2015**, *23*, 26–46.
- Millington, R.; Darnell, S.C.; Millington, B. Ecological modernization and the Olympics: The case of golf and Rio's "green" games. *Sociology of Sport Journal* **2018**, *35*, 8–16.
- Minkov, M.; Hofstede, G. Clustering of 316 European regions on measures of values: Do Europe's countries have national cultures? *Cross-Cultural Research* **2014**, *48*, 144–176.
- Minoli, D.M.; Goode, M.M.H.; Metcalfe, A.W. Are sport tourists of an environmental mindset to drive the green? The case of golfers. *Tourism Management Perspectives* **2018**, *25*, 71–79.
- Minoli, D.M.; Goode, M.M.H.; Smith, M.T. Are eco labels profitably employed in sustainable tourism? A case study on Audubon Certified Golf Resorts. *Tourism Management Perspectives* **2015**, *16*, 207–216.
- Minoli, D.M.; Smith, M.T. An exploration of golf and voluntary environmental programmes. *Journal of Environmental Planning and Management* **2011**, *54*, 871–889.

- Miranda, J.; Lacasa, E.; Muro, I. Actividades físicas en la naturaleza: un objeto a investigar. Dimensiones científicas. *Apunts: Educación Física i Sports* **1995**, 41, 108-123.
- Ministerio de Cultura y Deporte. *Anuario de Estadísticas Deportivas 2020*. Secretaría General Técnica Subdirección General de Atención al ciudadano, Documentación y Publicaciones, Madrid, **2020**.
- Moital, M.; Dias, N.R.; Machado, D.F.C. A cross national study of golf tourists' satisfaction. *Journal of Destination Marketing & Management* **2013**, 2, 39–45.
- Molina, M.A.; del Campo, F.J.; López, D.B.; Agulló, A.M. Analysis of the opinion about economic and social impacts of golf courses in a tourist destination. *World Journal of Entrepreneurship Management and Sustainable Development* **2010**, 6, 103–117.
- Moller, B.; Thogersen, J. Car Use Habits: An obstacle to the use of public transportation? En: *Road Pricing, the Economy and the Environment* (pp. 301–313). C. Jensen-Butler et al. (Eds.). Springer, Berlin/Heidelberg, **2008**.
- Moraes, C.; Carrigan, M.; Szmigin, I. The coherence of inconsistencies: attitude-behaviour gaps and new consumption communities. *Journal of Marketing Management* **2012**, 28, 103–128.
- Myung, E.; McLaren, A.; Li, L. Environmentally related research in scholarly hospitality journals: Current status and future Opportunities. *International Journal of Hospitality Management* **2012**, 31, 1264–1275.
- Nasser, D. Deporte y turismo activo: una reflexión sociológica. Actas del I Congreso de Turismo Rural y Turismo Activo (pp. 481-499). Junta de Castilla y León, Consejería de Industria, Turismo y Comercio, Ávila, **1995**.
- Neo, H. Sustaining the unsustainable? Golf in urban Singapore. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology* **2001**, 8, 191–202.
- Nguyen, T.N.; Lobo, A.; Greenland, S. Energy efficient household appliances in emerging markets: The influence of consumers' values and knowledge on their attitudes and purchase behaviour. *International Journal of Consumer Studies* **2017**, 41, 167–177.
- Niñerola, A.; Sánchez-Rebull, M.V.; Hernández-Lara, A.B. Tourism research on sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability* **2019**, 11, 1377.
- Nunkoo, R.; Hall, C.M.; Rughoobur-Seetahc, S.; Teeroovengadum, V. Citation practices in tourism research: Toward a gender conscientious engagement. *Annals of Tourism Research* **2019**, 79, doi:10.1016/j.annals.2019.102755.
- Olli, E.; Grendstad, G.; Wollebaek, D. Correlates of environmental behaviours. bringing back social context. *Environment and Behavior* **2001**, 33, 181–208.
- Ong, F.; Musa, G. An examination of recreational divers' underwater behaviour by attitude-behaviour theories. *Current Issues in Tourism* **2011**, 14, 779–795.

- Organización Mundial del Turismo (OMT). *The role of recreation management in the development of active holidays and especial interest tourism and consequent enrichment of the holiday experience*. UNWTO, Madrid, **1985**.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). *International Tourism highlights. Edition 2019*. UNWTO, Madrid, **2019a**. Disponible en: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). *Definiciones de turismo de la OMT*. UNWTO, Madrid, **2019b**. Disponible en: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). World Tourism Barometer N°18 January 2020. UNWTO, Madrid, **2020a**. Disponible en: <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). UNWTO Reports. UNWTO, Madrid, **2020b**. Disponible en: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>
- Oskamp, S.; Harrington, M.J.; Edwards, T.C.; Sherwood, D.L.; Okuda, S.M.; Swanson, D.C. Factors influencing household recycling behavior. *Environment and Behavior* **1991**, 23, 494–519.
- Paço, A.; Lavrador, T. Environmental knowledge and attitudes and behaviours towards energy consumption. *Journal of Environmental Management* **2017**, 197, 384–392.
- Paniza, José L *La percepción social del golf*. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Sevilla, **2005**.
- Park, J.; Morrison, A.M.; Wu, B.; Kong, Y. Korean golf tourism in China: Place, perception and narratives. *Sustainability* **2018**, 10, 1055.
- Park, K.; Phillips, W.J.; Canter, D.D.; Abbott, J. Hospitality and tourism research rankings by authors, university, and country using six major journals: The first decade of the new millennium. *Journal of Hospitality and Tourism Research* **2011**, 35, 381–416.
- Parnwell, M.J.G. Tourism, globalisation and critical security in Myanmar and Thailand. *Singapore Journal of Tropical Geography* **1998**, 19, 212–231.
- Pastor, J.T.; Del Campo, F.J.; Vidal, F.; Pastor, D.; Agulló, A. Analysis of the efficiency of golf tourism via the Internet. Application to the Mediterranean countries. *Current Issues in Tourism* **2015**, 18, 595–608.
- Pechlaner, H.; Zehrer, A.; Matzler, K.; Abfalter, D. A ranking of international tourism and hospitality journals. *Journal of Travel Research* **2004**, 42, 328–332.
- Pérez de las Heras, M., *La guía del ecoturismo, o cómo conservar la naturaleza a través del Turismo*. Ed. Mundi-Prensa, Madrid, **1999**.

- Peter, J. Reliability: A review of psychometric basics and recent marketing practices. *Journal of Marketing Research* **1979**, 16, 6–17.
- Peterson, M.F.; Smith, P.B. Social structures and processes in cross-cultural management. En: *The Handbook of Cross-Cultural Management Research* (pp. 35–58). P.B. Smith, P.B., M.F. Peterson & D.C. Thomas (Eds.). Sage, Thousand Oaks, CA, USA, **2008**.
- Petrick, J.F.; Backman, S.J.; Bixler, R.; Norman, W. Analysis of golfer motivation and constraints by experience. *Journal of Leisure Research* **2001**, 33, 56–70.
- Petrick, J.F.; Backman, S.J. An examination of determinants of golf travelers' satisfaction. *Journal of Travel Research* **2002**, 40, 252–258.
- Petrick, J.F.; Backman, S.J. An examination of the construct of perceived value for the prediction of golf travelers' intentions to revisit. *Journal of Travel Research* **2002**, 41, 38–45.
- Petrosillo, I.; Valente, D.; Pasimeni, M.R.; Aretano, R.; Semeraro, T.; Zurlini, G. Can a golf course support biodiversity and ecosystem services? The landscape context matter. *Landscape Ecology* **2019**, 34, 2213–2228.
- Petty, R.E.; Cacioppo, J.T. *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*. Brown Shoe Fit Co., Dubuque, IA, USA, **1981**.
- Pigeassou, C.; Bui-Xuan, G.; Gleyse, Epistemological issues on sport tourism: Challenge for a new scientific field. *Journal of Sport Tourism* **2003**, 8(1), 27–34.
- Portugal, M.N.; do Carmo, M.; Correia, A. Why do the young generations not play golf? *Tourism Analysis* **2020**, doi:10.3727/108354220X15758301241819.
- Poudel, S.; Nyaupane, G.P. Understanding environmentally responsible behaviour of ecotourists: The Reasoned Action Approach. *Tourism Planning & Development* **2017**, 14, 337–352.
- Priestly, G.K. Planning implications of golf tourism. *Tourism Hospitality Research* **2006**, 6, 170–178.
- Prillwitz, J.; Barr, S. Moving towards sustainability? Mobility styles, attitudes and individual travel behaviour. *Journal of Transport Geography* **2011**, 19, 1590–1600.
- Pronello, C.; Gaborieau, J.B. Engaging in pro-environment travel behaviour research from a psycho-social perspective: A review of behavioural variables and theories. *Sustainability* **2018**, 10, 2412.
- Puertas, X. *Gestión del ocio en el ámbito turístico*. Síntesis Editorial, Madrid, **2007**.
- Qiao, G.; Gao, J. Chinese tourists' perceptions of climate change and mitigation behavior: An application of Norm Activation Theory. *Sustainability* **2017**, 9, 1322.

- Qian, J.; Shen, H.; Law, R. Research in sustainable tourism: A longitudinal study of articles between 2008 and 2017. *Sustainability* **2018**, *10*, 590.
- Ramírez-Hurtado, J.M.; Berbel-Pineda, J.M. Identification of segments for overseas tourists playing golf in Spain: A latent class approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management* **2015**, *24*, 652–680.
- Real Federación Española de Golf. **2012**. *Libro Verde RFEG*. Disponible en: <https://rfga.org/es/libro-verde>
- Real Federación Española de Golf. **2020**. Disponible en: www.rfegolf.es
- Reis, H.; Correia, A. Gender asymmetries in golf participation. *Journal of Hospitality Marketing & Management* **2013**, *22*, 67–91.
- Rice, P.J.; Horgan, B.P.; Hamlin, J.L. Evaluation of individual and combined management practices to reduce the off-site transport of pesticides from golf course turf. *Science of the Total Environment* **2017**, *583*, 72–80.
- Riquel-Ligero, F.; Vargas-Sánchez, A. Environmental institutional pressures: An application to golf courses. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* **2013**, *22*, 29–38.
- Riquel-Ligero, F.; Vargas-Sánchez, A. La legitimidad social de los campos de golf andaluces mediante prácticas ambientales y su relación con el desempeño: Un estudio longitudinal. *Revista Galega de Economía* **2014**, *23*, 5–26.
- Ritchie, B; Adair, D. *Sport tourism. Interrelationships, impacts and issues*. Channel View Publications, Clevedon, **2004**.
- Rivera Mateo, M. *Turismo activo en la naturaleza y espacios de ocio en Andalucía: aspectos territoriales, políticas públicas y estrategias de planificación*. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Sevilla, **2010**.
- Roberts, J.A. Profiling levels of socially responsible consumer behavior: A cluster analytic approach and its implications for marketing. *Journal of Marketing Theory and Practice* **1995**, *3*, 97–117.
- Roberts, J.A. Green consumers in the 1990s: Profile and implications for advertising. *Journal of Business Research* **1996**, *36*, 217–231.
- Roberts, J.A.; Bacon, D.R. Exploring the subtle relationships between environmental concern and ecologically conscious consumer behavior. *Journal of Business Research* **1997**, *40*, 79–89.
- Rodríguez, J.A.; Knox, J.W.; Weatherhead, E.K. Competing demands for irrigation water: Golf and agriculture in Spain. *Irrigation and Drainage* **2007**, *56*, 541–549.

- Rodríguez-López, N.; Diéguez-Castrillón, M.I.; Gueimonde-Canto, A. Sustainability and tourism competitiveness in protected areas: State of art and future lines of research. *Sustainability* **2019**, *11*, 6296.
- Russell, S.; Fielding, K. Water demand management research: A psychological perspective. *Water Resources Research* **2010**, *46*, W05302.
- Salgot, M.; Tapias, J.C. Golf courses: Environmental impacts. *Tourism Hospitality Research* **2006**, *6*, 218–226.
- Sanchez, G. *PLS Path Modeling with R*; Trowchez Editions: Berkeley, CA, USA, **2013**.
- Sánchez, M.; López-Mosquera, N.; Lera-López, F. Improving pro-environmental behaviours in Spain. The role of attitudes and sociodemographic and political factors. *Journal of Environmental Policy & Planning* **2016**, *18*, 47–66.
- Sardianou, E. Estimating energy conservation patterns of Greek households. *Energy Policy* **2007**, *35*, 3778–3791.
- Sarstedt, M.; Henseler, J.; Ringle, C. Multigroup analysis in Partial Least Squares (PLS) Path Modeling: Alternative methods and empirical results. En: *Measurement and Research Methods in International Marketing* (Vol. 22, pp. 195–218). M. Sarstedt, M. Schwaiger & C. Taylor (Eds.). Emerald Group Publishing Limited, Bingley, UK, **2011**.
- Schill, M.; Shaw, D. Recycling today, sustainability tomorrow: Effects of psychological distance on behavioural practice. *European Management Journal* **2016**, *34*, 349–362.
- Schön, C.; Ehrmann, T.; Rost, K. Ownership, visibility and effort: Golf handicaps as proxies for top managers' extra effort. *KYKLOS* **2015**, *68*, 255–274.
- Schmitt, T. Quality tourism—A sustainable alternative to the development of tourism on Mallorca? *Geographische Zeitschrift* **2000**, *88*, 53–65.
- Schwartz, S.H.; Howard, J.A. A normative decision-making model of altruism. En: *Altruism and Helping Behavior* (pp. 89–211). J.P. Rushton & R.M. Sorrentino (Eds.). Lawrence Erlbaum, Hillsdale, NJ, USA, **1981**.
- Scott, A.; Oates, C.; Young, W. A conceptual framework of the adoption and practice of environmental actions in households. *Sustainability* **2015**, *7*, 5793–5818.
- Scott, D.; Ruddy, M.; Peister, C. Climate variability and water use on golf courses: Optimization opportunities for a warmer future. *Journal of Sustainable Tourism* **2018**, *26*, 1453–1467.
- Shani, A.; Wang, Y.; Hutchinson, J.; Lai, F. Applying expenditure-based segmentation on special-interest tourists: The case of golf travelers. *Journal of Travel Research* **2010**, *49*, 337–350.

- Sivadas, E.; Bruvold, N.T.; Nelson, M.R. A reduced version of the horizontal and vertical individualism and collectivism scale: A four-country assessment. *Journal of Business Research* **2008**, *62*, 201–210.
- Smith, P.B. Nations, cultures and individuals: New perspectives and old dilemmas. *Journal of Cross-Cultural Psychology* **2004**, *35*, 6–12.
- Sopha, B.M.; Klöckner, C.A. Psychological factors in the diffusion of sustainable technology: A study of Norwegian households' adoption of wood pellet heating. *Renewable and Sustainable Energy Reviews* **2011**, *15*, 2756–2765.
- Song, H.; Chen, J.M.; Chen, Y. Mediating and moderating effects in golf tourism: Evidence from Hainan Island. *Tourism Economics* **2020**, 1–17, doi:10.1177/1354816620902331.
- Standeven, J.; De Knop, P. *Sport Tourism, Human Kinetics*. Champaign, IL, **1999**.
- Steg, L.; Vlek, C. Encouraging pro-environmental behaviour: An integrative review and research agenda. *Journal Environmental Psychology* **2009**, *29*, 309–317.
- Stern, P.C.; Oskamp, S. Managing scarce environmental resources. En: *Handbook of Environmental Psychology* (pp. 1043–1088). D. Stokols & I. Altman (Eds.). Wiley, New York, NY, USA, **1987**.
- Stern, P.C. Toward a coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. *Journal of Social Issues* **2000**, *56*, 407–424.
- Stern, P.C.; Dietz, T.; Abel, T.D.; Guagnano, G.; Kalof, L. *A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism*; Huxley College on the Peninsulas Publications, Bellingham, WA, USA, **1999**. Disponible en: https://cedar.wvu.edu/hcop_facpubs/1
- Stodolska, M. Implications of the conditioned attitude model of individual discriminatory behaviour for discrimination in leisure settings. *Leisure Sciences* **2005**, *27*, 59–74.
- Stryker, S. Identity salience and role performance: The importance of Symbolic Interaction Theory for family research. *Journal of Marriage and the Family* **1968**, *30*, 558–564.
- Sudbury-Riley, L.; Hofmeister-Toth, A.; Kohlbacher, F. A cross-national study of the ecological worldview of senior consumers. *International Journal of Consumer Studies* **2014**, *38*, 500–509.
- Sullivan-Sealey, K.; Cushion, N. Efforts, resources and costs required for long term environmental management of a resort development: The case of Baker's Bay Golf and Ocean Club, The Bahamas, *Journal of Sustainable Tourism* **2009**, *17*, 375–395.
- Tapias, J.C.; Salgot, M. Management of soil-water resources in golf courses. *Tourism Hospitality Research* **2006**, *6*, 197–203.

- Tassiopoulos, D.; Haydam, N. Golf tourists in South Africa: A demand-side study of a niche market in sports tourism. *Tourism Management* **2008**, *29*, 870–882.
- Testa, F.; Cosic, A.; Iraldo, F. Determining factors of curtailment and purchasing energy related behaviours. *Journal Cleaner Production* **2016**, *112*, 3810–3819.
- Testa, F.; Iraldo, F.; Tessitore, S.; Frey, M. Strategies and approaches green advertising: an empirical analysis of the Italian context. *International Journal of Environmental and Sustainable Development* **2011**, *10*, 375–395.
- Testa, F.; Iraldo, F.; Vaccari, A.; Ferrari, E. Why eco-labels can be effective marketing tools: evidence from a study on Italian consumers. *Business Strategy and the Environment* **2015**, *24*, 252–265.
- Tölkes, C. The role of sustainability communication in the attitude–behaviour gap of sustainable tourism. *Tourism Hospitality Research* **2018**, doi:10.1177/1467358418820085.
- Triandis, H.C. Values, attitudes, and interpersonal behavior. En: *Nebraska Symposium on Motivation 1979: Beliefs, Attitudes, and Values*; M.M. Page (Ed.). University of Nebraska Press, Lincoln, NE, USA, **1980**.
- Truong, V.D.; Hall, C.M. Social marketing and tourism: What is the evidence? *Social Marketing Quarterly* **2013**, *19*, 110–135.
- Truong, V.D.; Hall, C.M. Corporate social marketing in tourism: To sleep or not to sleep with the enemy? *Journal of Sustainable Tourism* **2017**, *25*, 884–902.
- Tsang, N.K.F.; Hsu, C.H.C. Thirty years of research on tourism and hospitality management in China: A review and analysis of journal publications. *International Journal of Hospitality Management* **2011**, *30*, 886–896.
- Uriely, N.; Reichel, A.; Shani, A. Ecological orientation of tourists: An empirical investigation. *Tourism Hospitality Research* **2007**, *7*, 161–175.
- Utrero-González, N.; Callado-Muñoz, F.J. Competing for water: Golf courses in semiarid regions. The case in Spain. *Water Supply* **2014**, *14*, 886–897.
- van Eck, N.J.; Waltman, L. *Vosviewer software, version 1.6.14*; Centre for Science and Technology Studies: Leiden, The Netherlands, **2020**.
- van Raan, A.F.J. For your citations only? Hot topics in bibliometric analysis. *Measurement: Interdisciplinary Research and Perspectives* **2005**, *3*, 50–62.
- Vargas-Sánchez, A.; Riquel-Ligero, F. A theoretical approach to the institutional context of the environmental management policies of Andalusian golf courses. *Tourism. Management Studies* **2009**, *5*, 78–94.

- Vargas-Sánchez, A.; Riquel-Ligero, F. Influence of the institutional context on the performance of golf courses, considering the natural environment. *Environmental Engineering Management Journal* **2012**, *11*, 2001–2012.
- Vargas-Sánchez, A.; Riquel-Ligero, F. Golf tourism, its institutional setting, and environmental management: A longitudinal analysis. *European Journal of Tourism Resesearch* **2015**, *9*, 41–56.
- Venaik, S.; Brewer, P. The common threads of national cultures. *Australasian Marketing Journal* **2015**, *23*, 75–85.
- Verplanken, B. Beyond frequency: Habit as mental construct. *British Journal of Social Psychology* **2006**, *45*, 639–656.
- Verplanken, B.; Aarts, H. Habit, attitude, and planned behaviour: Is habit an empty construct or an interesting case of goal-directed automaticity? *European Review of Social Psychology* **1999**, *10*, 101–134.
- Verplanken, B.; Aarts, H.; van Knippenberg, A.; Moonen, A. habit versus planned behaviour: A field experiment. *British Journal of Social Psychology* **1998**, *37*, 111–128.
- Vicente-Molina, M.A.; Fernández-Sainz, A.; Izagirre-Olaizola, J. Does gender make a difference in pro-environmental behavior? The case of the Basque country university students. *Journal of Cleaner Production* **2018**, *176*, 89–98.
- Videira, N.; Correia, A.; Alves, I.; Ramires, C.; Subtil, R.; Martins, V. Environmental and economic tools to support sustainable golf tourism: The Algarve experience, Portugal. *Tourism Hospitality Research* **2006**, *6*, 204–217.
- Villar Lama, A. *Territorio, turismo y paisaje: el proceso de urbanización en el litoral de Andalucía. El papel de los campos de golf*. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, Sevilla, **2011**.
- Villar-Lama, A. Marketization of Mediterranean coastal landscape in Andalusia: The paradigmatic case of Costa del Sol and golf courses. *Revista de Estudios Regionales* **2013**, *96*, 215–242.
- Villar-Lama, A.; Fernández-Tabales, A. Diagnóstico y perspectiva territorial del golf en Andalucía: Entre la cualificación turística y el desarrollismo inmobiliario. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* **2013**, *62*, 357–378.
- Vorkinn, M.; Riese, H. Environmental concern in a local context: The significance of place attachment. *Environment and Behavior* **2001**, *33*, 249–263.
- Warnken, J.; Thompson, D.; Zakus, D. Golf course development in a major tourist destination: Implications for planning and management. *Environmental Management* **2001**, *27*, 681–696.

- Wati, Y.; Koo, C.; Chung, N. Intention to use green IT/IS: A model of multiple factors. Proceedings of the 2011 IEEE 13th Conference on Commerce and Enterprise Computing, Luxembourg, 5–7 September 2011; pp. 428–435.
- Watson, P.; Davies, S.; Thilmany, D. Determining economic contributions in a recreational industry: An application to Colorado's golf industry. *Journal of Sports Economics* 2008, 9, 571–591.
- Wilhelm-Richmann, A.; Cowling, R.M.; Difford, M. Responses of South African land-use planning stakeholders to the New Ecological Paradigm and the Inclusion of Nature in Self scales: Assessment of their potential as components of social assessments. *Biological Conservation* 2014, 180, 206–213.
- Wilson, J.; Thilmany, D. Golfers in Colorado: The role of golf in recreational and tourism lifestyles and expenditures. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 2006, 20, 127–144.
- Wilson, E.; Mura, P.; Sharif, S.P.; Wijesinghe, S.N.R. Beyond the third moment? Mapping the state of qualitative tourism research. *Current Issues in Tourism* 2019, doi:10.1080/13683500.2019.1568971.
- Wolf-Watz, D.; Sandell, K.; Fredman, P. Environmentalism and tourism preferences: A study of outdoor recreationists in Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 2011, 11, 190–204.
- Wood, L.; Danylchuk, K. Playing our way: Contributions of social groups to women's continued participation in golf. *Leisure Sciences* 2011, 33, 366–381.
- Woodside, A.G. Applying systems thinking to sustainable golf tourism. *Journal of Travel Research* 2009, 48, 205–215.
- Wu, K.S.; Huang, D.M.; Teng, Y.M. Environmental concerns, attitudes and behavior intention toward patronize green restaurant. *Life Science Journal* 2013, 10, 2329–2340.
- Wurl, J. Competition for water: Consumption of golf courses in the tourist corridor of Los Cabos, BCS, Mexico. *Environmental Earth Sciences* 2019, 78, 674.
- Wyllie, R.W. Hana revisited: Development and controversy in a Hawaiian tourism community. *Tourism Management* 1998, 19, 171–178.
- Wyllie, R.W. Not in our backyard. Opposition to tourism development in a Hawaiian community. *Tourism Recreation Research* 1998, 23, 55–64.
- Xiao, C.; Hong, D. Gender Differences in Environmental Behaviors among the Chinese Public: Model of Mediation and Moderation. *Environment and Behavior* 2018, 50, 975–996.
- Zelezny, L.C.; Chua, P.P.; Aldrich, C. Elaborating on gender differences in environmentalism. *Journal of Social Issues* 2000, 56, 443–457.

- Zhang, X.; Chen, H.; Wang, W.; Ordóñez, P. What is the role of IT in innovation? A bibliometric analysis of research development in IT innovation. *Behaviour & Information Technology* **2016**, *35*, 1130–1143.
- Zhao, W.; Ritchie, J.R.B. An investigation of academic leadership in tourism research: 1985-2004. *Tourism Management* **2007**, *28*, 476–490.
- Zimmer, M.R.; Stafford, T.F.; Stafford, M.R. Green issues: Dimensions of environmental concern. *Journal of Business Research* **1994**, *30*, 63–74.

ANEXOS

ANEXO 1

Artículo publicado

Golf tourism and sustainability: Content analysis and directions for future research.

Sustainability, 2020, 12 (9), 3616.

Article

Golf Tourism and Sustainability: Content Analysis and Directions for Future Research

Luis Miguel López-Bonilla, María del Carmen Reyes-Rodríguez and Jesús Manuel López-Bonilla *

Department of Business Administration and Marketing, Universidad de Sevilla, 41018 Sevilla, Spain

* Correspondence: lopezbon@us.es; Tel.: +34-954-554-438

Received: 2 April 2020; Accepted: 28 April 2020; Published: 30 April 2020



Abstract: Golf tourism is an important sector in the tourism industry, in terms of average daily expenditure per visitor. However, golf tourism also generates social and political controversies, mainly due to its impact on the environment. The main objective of this paper is to observe the progress of research on golf tourism from the perspective of sustainability. For this, the study is based on identifying the scientific production on the subject from the Scopus and Web of Science databases. Thus, we have detected 46 articles published in scientific journals in the last 22 years. The findings indicate five lines of research, such as environmental impacts, environmental management, environmental attitudes and behaviors, conflict of interests, and sustainable management and planning. Environmental impact is the most prolific content, while environmental attitudes and behaviors are the least frequent, but the latter is the most current line of research.

Keywords: bibliometric; golf tourism; research trends; scientific production; sustainability

1. Introduction

Golf is a sports activity that is acquiring a higher boom and diffusion in recent years, due to the boost it has received due to its inclusion in the Rio de Janeiro Olympic Games in 2016 [1,2], as well as at the next Tokyo Olympics in 2021. Golf is currently considered as the primary sport in the world in terms of financial expenses [3]. Golf and tourism are closely related, so their combination constitutes one of the most critical sectors for the tourism industry [4–10]. However, younger generations do not seem to be as interested in playing golf as previous generations [11,12].

Golf is both a sport and a leisure activity, encompassing aspects related to tourism, hospitality and real estate [13]. Tassiopoulos and Haydam [14] consider that the definition of the golf tourist is more complicated than that of the concept of golf tourism, and this is because different classifications of the golf tourist have been made [15–17]. However, it can be clearly stated that the golf tourist is the person who travels and stays away from home to participate in or attend the practice of the sport of golf. Hudson and Hudson [16] provide one of the most accurate and broad classifications of the golf tourist, establishing three categories: (a) tourists whose primary motivation for travel is to play golf; (b) tourists who play golf as a secondary activity on their vacation or business trips; and (c) tourists who attend golf tournaments as spectators, or visit golf-related attractions. In short, we can find active and passive golf tourists, depending on whether they practice golf or are dedicated to watching it. In turn, within active golf tourists we find a new division according to the principal or secondary motivation in their tourist travel; being able to identify the former as essential golf tourists and the latter as casual golf tourists.

The importance of golf tourism can be stated in various specific aspects. Thus, for example, the popularity of golf and the motivation of trips related to this sport have increased among tourists [18], being one of the essential segments of the tourism market [16]. Furthermore, golf courses become a very relevant attraction for a tourist destination [19]. In this sense, golf tourists on their trips

make higher average spending than other types of tourists [14,16,20]. Finally, golf courses attract tourism investment, provide quality tourism, improve employment and regional competitiveness, and compensate for the seasonality of traditional tourism [16,20–23]. Consequently, the political authorities of many governments and regions show great interest in incorporating golf into their tourism development plans [24].

However, golf tourism may be one of the tourist typologies that generates the most social and political controversies, especially due to the environmental impact of golf courses. The development of golf tourism has sparked these controversies, because they are often based on large-scale projects [25]. In this sense, golf has a significant, growing and complex environmental footprint [13]. The harmful effects related to golf activity include, in a summarized way, the destruction of natural landscapes, the over-exploitation of primary resources such as water, the abuse of fertilizers, pesticides and other chemical products, and pollution, in general. As emphasized by Petrosillo et al. [2], most academic studies on golf courses have shown intense confrontation between those who are focused on adverse environmental consequences and those who consider that they are a favorable instrument to protect biodiversity in an urban context. Socio-economic unfavorable implications can also be derived from golf tourism. For example, golf courses are excuses for developing housing promotions [23], or they may be exclusive for tourists and selective for residents [16,26]. Likewise, the development of golf has caused conflicts between the different parties involved [21] and, in fact, has often been accompanied by local opposition from residents [26,27].

Golf activity and sustainability are two closely related aspects. In fact, as Han et al. [28] mentions, the ecological issue is the Achilles heel of golf. Today, the project, construction and operation of a golf course must be supervised by sustainability parameters. Furthermore, the creation of a golf course should improve the environmental value of the land it occupies [29]. As indicated by Petrosillo et al. [2], golf courses are often considered as 'green infrastructure'. All of this requires a robust ecological awareness of golf course managers, but golf players must also have a pro-environmental behavior that is in line with this requirement. Relatively recently, academic research has focused on golf tourism [4]. Therefore, it is logical that we have not found any work that makes an exhaustive review on this topic. In this study, we try to fill this gap, and we believe that the best approach we can propose is precisely from the perspective of sustainability, given its close relationship with golf tourism.

2. Literature Review

Bibliometric studies are mainly based on the quantitative analysis of the publications that belong to a specific phenomenon [30]. This type of study is an efficient procedure to understand how a field of research emerges and develops [31,32]. Therefore, it is possible to measure the evolution of a specific research area through its scientific production, as well as its productivity over a particular period. As Guzeller and Celiker [33] suggest, bibliometric analysis can examine the intellectual structure, areas of knowledge, geographic areas, research topics and methods, and maturity levels of issues in a scientific discipline or journal. Bibliometric analysis provides a more objective approach to explore research trends and performance, acting as a complementary method to traditional literature reviews [34].

Bibliometric analyses related to tourist literature have been classified in different ways. Thus, for example, Tsang and Hsu [35] suggest that the study of publications in journals on tourism and hospitality can be derived from three broad approaches, such as: (1) analyses of authorship and institutional contribution, which are the most frequent and refer to the identification of authors or institutions, whose main objective is to establish some classification; (2) research method analysis, which deals with examining statistical methods applied within a discipline; and (3) the analysis of profiles, which attempts to summarize the works that have been published, the topics covered and the places where the publications come from.

Albacete, Fuentes and Haro-Domínguez [36] adopt a more precise classification based on five sections, which are listed as follows: (1) institutional analysis, which is carried out to measure

the performance of universities and research centers that contribute the most in the tourism field; (2) authorship analysis, which is carried out to identify the academics with the most contributions in tourism research, as well as the most cited; (3) analysis of publications, which in this way tries to identify especially the most prestigious publications in the tourism field; (4) content analysis, which is used to evaluate the development of tourism research through publications; and (5) network analysis, which is based on the study of network formation among researchers in the tourism field.

Finally, Koseoglu, Sehitoglu, and Parnell [37] make a more recent classification of bibliometric studies in tourism and hospitality, establishing six categories, such as the following: (1) studies on ranking and valuation of scientific journals (e.g., [33,38–40]); (2) studies on article identification, covering contributions from authors, institutions, and regions (e.g., [41–44]); (3) content analysis, which is dedicated to observing research trends, the growth of scientific production, the topics covered and the methodologies applied (e.g., [45–51]); (4) citation analysis, which deals with examining the influence of authors, articles and journals (e.g., [34,52–54]); and (5) the analysis of research carried out in specific countries (e.g., [35–37,55–59]).

This study has focused on the fourth category established by Albacete, Fuentes and Haro-Domínguez [36] and the third category indicated by Koseoglu, Sehitoglu and Parnell [37], since it deals with identifying the development of research on golf tourism and sustainability through its scientific production, the topics covered, the methodologies used and future research trends.

3. Material and Methods

The bibliometric analysis has been based on the Scopus and Web of Science databases. Both databases are the most comprehensive, scientifically recognized and internationally disseminated. This supports the reliability of the bibliometric analysis. The selection of articles has been based on an exhaustive review, guaranteeing the validity of the results. Moreover, experienced academics on the topic of golf tourism took care of the identification of articles. The study period runs from 1998 to early 2020.

The first search for articles was carried out in the Scopus database and, subsequently, the data obtained was completed with a second search in the Web of Science database. In this way, the term “golf” was searched first in the title and, secondly, the term “golf touris*” in the title, abstract and keywords of the works published in specialized tourism and hospitality journals. All the articles found in the specialized journals on tourism and hospitality were considered and, in turn, the contents of the other articles that were found in the other non-specialized journals were reviewed to see if they fit into the subject of study. Likewise, we have searched for the combination of the words “golf” in the title and “touris*” in the title, abstract and keywords, selecting articles that have been filtered with a series of words in the abstract and keywords related to the subject of study, such as the following: ecology, ecological, environment, environmental, impact, sustainable, and sustainability.

Bibliometric analyses focus mainly on academic journals [40]. For this reason, exclusively those articles that were published in “journals” were selected, discarding the other options, such as editorials, books and book chapters. It has been decided to analyze the past twenty-two years because there are very few previous articles and they have had a little academic impact. The search for articles was closed at the end of February 2020. The bibliometric analysis was carried out based on the information obtained on the journals in which these articles have been published, the authors and their institutional affiliations, the years of publication and the number of citations received.

The content analysis was carried out with the support of the Vosviewer software, version 1.6.14, developed by van Eck and Waltman [60], which is a computer tool that allows the graphical visualization of bibliometric networks. This software generates graphs and maps of relationships between authors, institutions, countries and keywords by compiling a bibliographic database. This computer program has allowed us to identify groups of countries, researchers, and thematic areas. The present study applied this software similarly to other recent works (e.g., [48,49]).

4. Results

Golf tourism can be analyzed from several perspectives, but the theme of golf courses has been the most frequently studied approach to date. Recently, Petrosillo et al. [2] reviewed 239 academic articles that analyze the benefits and harms that golf courses cause. They carried out their study based on a landscape context, but not in a tourist context. These authors note that interest in environmental research on golf courses increased significantly between 2000 and 2005. This comprehensive and interesting review highlights that golf courses affect various environmental aspects, such as: water, soil, land use, composition of the landscape and spatial configuration, ecosystem services and biodiversity, tourism and population. Table 1 details the percentages of articles that have been devoted to all these affected factors, both positively and negatively, and we can highlight that tourism activity is the only component that offers exclusively favorable impacts. As previously mentioned, the present work will delve into research focused on golf tourism, but not on golf courses.

Table 1. Socio-environmental benefits and impacts related to golf courses (% of articles).

Socio-Environmental Component	Benefits (%)	Impacts (%)	Total (%)
Water	10.0	33.0	43.0
Soil	3.2	19.5	22.7
Land-use	2.3	8.6	10.9
Landscape	3.6	3.6	7.2
Biodiversity/ecosystem services	32.6	14.0	46.6
Tourism	10.0	0.0	10.0
People	7.7	6.3	14.0

Source: [2].

The bibliographic search on golf tourism and sustainability has detected 46 articles published in journals indexed in Scopus and Web of Science. Figure 1 shows the articles published each year, observing a clear upward trend in scientific production. Academic interest in this topic has been boosted since 2006, in which the special issue of *Tourism and Hospitality Research* journals [61], which publishes several papers presented at a conference on organized golf in the Algarve, seems to play a prominent role.

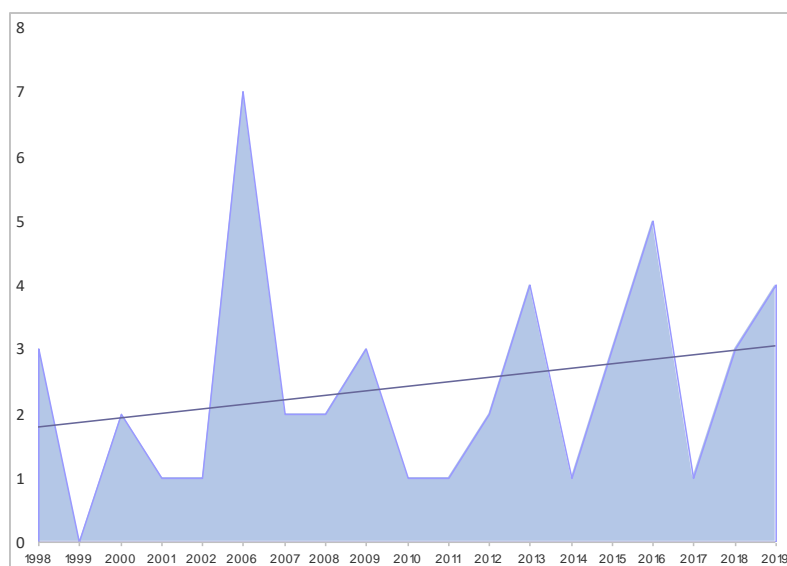


Figure 1. Number of articles published in the last 20 years.

The first studies on golf tourism and sustainability are more oriented towards the controversial reactions generated by its development and implementation in different territories in the world, such as

in Myanmar and Thailand [62], in Hawaii [63,64] or Mallorca [65]. However, the Markwick [21] study can be considered the first article to clearly define the guidelines for golf tourism research, from a sustainability perspective. This work has been by far the most cited to date on this topic and, therefore, we can consider it as the seminal study that drives this new line of research.

4.1. Authorship Analysis

The authorship of the articles comes from 15 countries. The vast majority of articles have been published by European authors, reaching 70% of all publications (32 articles). Next, the authors belonging to North American countries participated in twelve articles, which represent 26.1%. In the count by country, authors who belong to Spanish institutions stand out, with participation in 18 articles (39.1%), followed by US authors, who participate in seven articles (15.2%), and British authors, in six articles (13%).

Figure 2 reflects the relationships between the 15 countries through the use of Vosviewer software. The size of the nodes represents the importance according to the number of documents, and the color represents the existence of a cluster between nodes. The bibliographic coupling analysis offers clear visualization of the relationships between four groups of countries. The three countries with the most published articles each lead a group: (1) Spain, Italy and Sweden; (2) USA, Canada, Bahamas, and South Korea; and (3) United Kingdom, Australia, Portugal, Croatia, Greece, and Cyprus. Mexico and Cuba are part of a fourth, more peripheral group. Spain occupies a central position interconnected with the other three clusters.

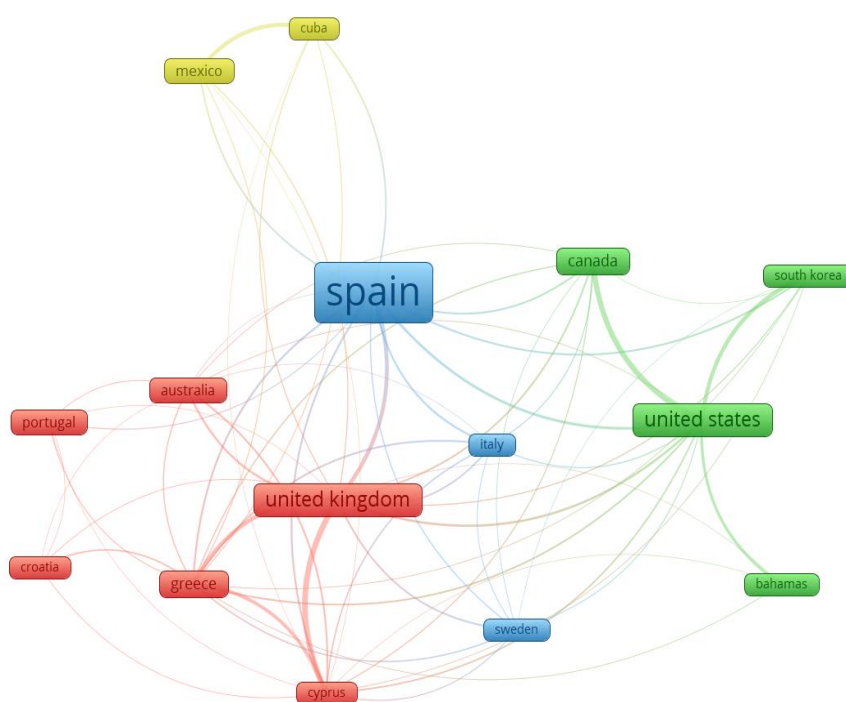


Figure 2. Contribution of authorship by country.

Considering the temporal distribution of articles published by country, Australia, Canada and Portugal appear as the countries with the oldest publications. Instead, Italy, Mexico, Sweden and South Korea are distinguished with the most recent publications.

Figure 3 details the 19 most prolific authors, who have published at least two articles on the topic. A. Vargas-Sánchez (University of Huelva) stands out with five articles, followed by F. Riquel-Ligero (University of Huelva) and the López-Bonilla brothers (University of Seville), with four articles each. H. Briassoulis (University of the Aegean) ranks fifth, with three articles.

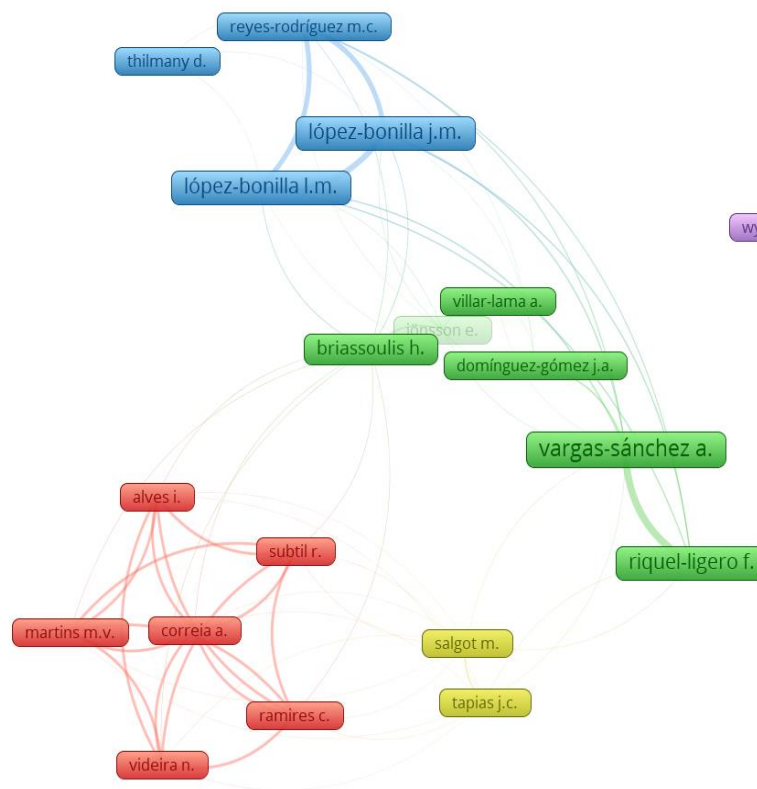


Figure 3. Prolific authors.

The 19 authors are responsible for 24 articles, which means just over half of the total number of publications analyzed (52.2%). Almost all of them are European authors, except a Canadian author (R.W. Wyllie) and an American author (D. Thilmany). Most of the articles are signed by authors from three countries: Spain, Greece and Portugal. The Spanish and Portuguese authors are the most numerous, with nine and six researchers, respectively. Furthermore, the nine Spanish authors belong to the University of Seville (four authors), the University of Huelva (three) and the University of Barcelona (two), while the Portuguese authors (red cluster) are from the University of the Algarve in their majority (four authors).

Figure 3 establishes four clusters, with H. Briassoulis as the central axis that connects them. However, there is a greater interconnection between the green and blue clusters, led by A. Vargas-Sánchez and the López-Bonilla brothers, respectively. The red cluster is represented by Portuguese authors, occupying a central position A. Correia. In contrast, the yellow group, represented by M. Salgot and J.C. Tapias, is little related to the other clusters. Finally, there is an author (R.W. Wyllie) who has no interconnectedness with others.

Considering the greater or lesser currency of the publications, the authors who have published more recently are M.C. Reyes-Rodríguez (University of Seville) and J.A. Domínguez-Gómez (University of Huelva), along with E. Jönsson (University of Lund) and López-Bonilla brothers (University of Seville).

4.2. Analysis of Methodological Issues

The methodology used in the published articles is very varied. A predominance of theoretical and qualitative studies can be observed, a majority of them being based on case studies [21,26,27,63,64,66–68]. Furthermore, a few studies have been based on interviews, which have been mainly targeted at stakeholders [69–73]. Minoli, Goode and Smith [13] also conducted discussion group interviews with golf tourists and added a web page analysis of 34 eco-certified golf resorts.

tourism, such as Butler's study [68], which concludes that in the case of a privileged place such as St. Andrews (Scotland), considered the birthplace of golf, it is very positive for the city in its three aspects of sustainability, with few environmental problems and various favorable social and economic benefits for its residents. In any case, as proposed by Salgot and Tapias [89], integrated management of all the characteristics of the golf course environment is necessary to minimize its damage and, in turn, improve the positive effects.

Some studies have focused on the socio-economic impacts of golf tourism. For example, Agrusa and Tanner [86] carry out a study on the tourist benefits of a second category golf tournament in Louisiana through the opinion of the spectators who attended, being 88 tourists and 534 residents. Their results indicate a positive economic impact on the local community. Lim and Patterson [90] describe the effect of an international golf event on Jeju Island (Korea) and consider this sport as a strategic market niche for the development of the island. Jugovic, Grzinic and Loncar [91] analyze the macroeconomic benefits in the development of golf tourism in Istria (Croatia). Watson, Davies and Thilmany [80] perform an impact analysis to highlight the economic contribution of the Colorado golf industry. The direct effects on the tourism sector were recorded from a survey of 155 golf tourists. Wilson and Thilmany [79] also analyze the economic impact of golf in Colorado based on market segmentation, establishing three clusters: (1) enthusiasts, who play golf regularly; (2) the visitors of resorts, who wish to be in this type of facilities and seek good life experiences; and (3) network professionals, who are mostly residents who play with acquaintances from the business world. The first segment, and followed by the second one, are those that provide the highest economic income for Colorado.

Concerning environmental impacts, Villar-Lama and Fernández-Tabales [92] confirm that golf courses of a tourist and sports nature have a lower territorial and environmental impact than residential complexes linked to the real estate business. Likewise, Villar-Lama [88] ensures that golf courses are critical pieces in the urbanization process of the Costa del Sol and the commercialization of the landscape. As Petrosillo et al. [2] indicated, the landscape is a crucial aspect to determine the positive and negative effects of the other components that make up a golf project.

Rodríguez, Knox and Weatherhead [87] focus on the study of the water consumption of golf courses and make a comparison with irrigation in the agricultural sector in Spain, using a geographical information system (GIS). Their results indicate that the volume of water used for the irrigation of the golf courses is minimal compared to agricultural irrigation. In this way, the water consumption of golf courses for tourist use is economically rational despite the controversial transfer of resources from agriculture. On the contrary, Wurl's study [93] indicates that the 13 existing golf courses in the tourist corridor of Los Cabos, in Mexico, exceed the volume of water used in agriculture in the area. Another recent study, also closely linked to water use, is published by Scott, Ruddy and Peister [78], which examine the characteristics of 129 Ontario golf courses and their effect on the variability of water use, highlighting factors such as the type of land, the age of the golf course and its public-private property. Furthermore, this study is concerned with observing the influence of climate change on water use, by comparing regular seasons with strangely hot and dry seasons, in which the average water used almost doubles. These authors suggest that among the best environmental practices regarding water consumption is the incorporation of grass that is drought tolerant, as well as the installation of soil moisture sensors to avoid excessive irrigation and the addition of wetting agents to retain soil moisture.

4.3.2. Environmental Management

Eight articles are found in this line of research. Tapias and Salgot [94] consider that water, soil and grass resources are critical elements in the environmental management of golf courses, which must be applied comprehensively. In turn, these authors assert that golf tourists who come from countries or regions with abundant water should modify their expectations when travelling to destinations with scarce water. Flores, Vargas and López [95] warn that the excessive growth of golf courses would place Mexican tourist destinations at environmental risk, so they propose that companies should seek formulas for environmental management and governments should create a

political and regulatory framework to guide them towards the sustainability. In the specific case of the Baker's Bay Golf and Ocean Club resort in the Bahamas, Sullivan-Sealey and Cushion [67] review the efforts, resources and costs required in the implementation of a long-term environmental management program. This program is expensive but necessary to avoid future problems. The long-term benefits of responsible environmental management include (1) stabilization of the coastline and coastal dune system, (2) reduction of land-based sources of pollution, preserving the value of marine resources close to the coast; and (3) maintenance of the site's biological diversity and the wildlife habitats.

Vargas-Sánchez and Riquel-Ligero [74–77] describe and verify the influence of institutional pressures on the environmental management practices of managers of Andalusian golf courses. In turn, environmental management is also related to social legitimacy and organizational performance. To do this, these authors propose structural research models based on institutional theory. They used a structured questionnaire addressed to the managers and greenkeepers and received 31 valid responses. In particular, two of these works have been longitudinal studies comparing data obtained from two manager or greenkeeper surveys in 2007 and 2010.

Minoli, Goode and Smith [13] explore the role of ecolabels in golf tourism from the field of outreach and education. Ecolabels publicly certify leadership, commitment and a high level of environmental management on golf courses. These authors point out that golf tourists have little awareness and understanding of the international wildlife habitat management program called the Audubon Cooperative Sanctuary Program (ACSP). Increasing the environmental awareness of golf tourists and knowledge of ecolabels can affect decision making regarding their golf vacation. In this way, ecolabels can play an essential role in customer retention and the generation of new business opportunities.

4.3.3. Environmental Attitudes and Behaviors

The sustainability of golf tourism requires a holistic understanding of the interrelationships between the social, cultural, economic, environmental and cultural elements. However, the sociocultural dimension of golf tourism destinations is not sufficiently explored in the tourism literature [24]. In this subsection, we have included the six studies that have addressed environmental attitudes and behaviors from the perspective of golf tourists. Thus, Boukas and Ziakas [24] examine the perceptions of golf tourists in Cyprus regarding their vacation experience. Their results indicate that the main motivations of golf tourists to visit this country include the natural characteristics of the island, a welcoming environment and a unique experience accompanied by friends. This research has attempted to understand the meaning of golf tourists' experiences and contextualize the potential to foster sustainable golf tourism.

López-Bonilla and López-Bonilla [81,82] review two measurement scales through large samples of golf tourists visiting Andalusia (Spain). In a first study, these authors analyze the tourist ecological orientation scale (TEO), developed by Uriely, Reichel and Shani [96], and propose a newly revised scale, called RTEO, which is more specific and directly related to environmental aspects and, also, strengthens the operability of the construct through this brief, simple and reliable measure [81]. The second study focuses on the new environmental paradigm (NEP), created by Dunlap and Van Liere [97], and they propose a new scale to overcome the dilemma of dimensionality that exists in the literature [82]. This new measure is called the brief ecological paradigm scale (BEP). It is intended to eliminate the bipolarity between the paradigms of egocentrism and anthropocentrism, in addition to offering a way of measuring environmental attitudes with greater efficiency and operability.

Han, Yoon and Woods [3] try to bring more insight into the role that ecological awareness plays in the golf decision-making process. In particular, these authors suggest the existence of relationships between environmental knowledge, the image of golf, the frequency of play, the desire to play, the intention to play and the intention to recommend to others (WOM) in the traditional and screen-golf industries. The results indicated that ecological awareness significantly influenced decision-making in the game of golf through virtual simulators, but did not predict the decision for traditional outdoor golf. In this way, individuals with greater ecological awareness can probably have a more favorable

image towards screen-golf than conventional golf, this being what will lead them to play virtual golf more frequently, considering it less harmful to the environment.

López-Bonilla, Reyes-Rodríguez and López-Bonilla [83,84] delve into the study of the environmental attitudes of golf tourists, by analyzing the moderating effects of culture and gender. On the one hand, they confirm the relationship between environmental attitudes and behaviors in three samples of German, British and Spanish golf tourists, also verifying that nationality does not act as a moderating effect of this relationship [83], and, on the other hand, they examine personal factors in the environmental behavior of golf tourists from a gender perspective and corroborate the relationships between capacities, ecological habits and environmental attitudes [84]. However, the interactions are more limited between these constructs.

4.3.4. Conflict of Interests

Ten articles have been included in this research domain. Thus, for example, Markwick [21] examines the complexity of the different interests that are involved in the development of golf in Malta, first analyzing its advantages and disadvantages and identifying the interest groups and the conflicts that arise between them. This author proposes a matrix of power interests to facilitate that academics and tourism managers can interpret the complex relationships that exist and, thus, guide their development strategies in a negotiated manner between the parties. In this sense, Domínguez-Gómez and Vargas-Sánchez [70] evaluate the socio-economic profitability of a golf-based tourism development project. To do this, stakeholder opinions on the El Rompido Golf facilities, in the municipality of Cartaya (Huelva), which question the benefits it brings to the local community, are analyzed. For example, it generates little employment and is of low quality.

The tourist isolation regime neither favors local businesspeople nor reduces seasonality, because only the five-star hotels operate outside the high season. Domínguez-Gómez and González-Gómez [73] observe the perceptions of stakeholders regarding a golf project, but distinguish two different discourses according to their socio-political positions: influential actors versus non-influential actors. The former presents a traditional developmental discourse, maintaining generic references around the concept of growth. In contrast, non-influential actors have a less positive outlook and reflect a more reactionary sentiment. From this same point of view, Jönsson [72] explores the diversity of approaches and power relations between the parties involved in the context of the golf project known as Trump International Golf Links Scotland. This author indicates that the divergence of opinions is derived from the different interpretations of space. Briassoulis [66] focuses on the European Mediterranean coast and understands that golf-focused tourism development generates a high risk to opt for sustainable development in these destinations, and, therefore, it is necessary to adopt strategic regional planning that is multi-functional, collaborative, adaptive and flexible, achieving a balance of present and future interests between the local community, tourists and business people.

The opposition of the local community to the development of golf tourism has been studied more directly in other works [26,27,63–65]. In particular, Wyllie [63,64] addresses this issue from the adverse reactions of residents to the implementation of a golf course in Maui County (Hawaii). Schmitt [65] suggests that quality tourism is not compatible with golf tourism, nautical tourism or residential tourism initiatives in Mallorca (Spain), as proposed by the Government of the Balearic Islands. This author verifies that the local population of Mallorca, with a sample of 200 people, rejects golf tourism by 67%, being a much higher percentage than opinions contrary to nautical tourism and residential tourism. Briassoulis' works [26,27] have focused on the perceptions and attitudes of groups protesting against a new golf resort project located in Cavo Sidero (Crete). Briassoulis [27] proposes a conceptual scheme to understand and interpret the collective opposition that can support golf-based tourism development. This scheme includes a set of relevant factors, such as the sociodemographic characteristics of the opponents and the contextual factors, as well as their values, beliefs, attitudes and image towards golf projects.

4.3.5. Sustainable Planning and Development

Eight articles have been selected in this line of research. Priestley [98] considers essential the planning of the tourist areas based on the development of golf with the idea of achieving economic and social objectives that are compatible and that contribute to the sustainability of the tourism sector, the territory, the landscape and the local community. Difficulties in achieving these goals must be overcome through a sustainable development approach. Warnken, Thompson and Zakus [99] discuss the environmental and economic planning process in Australia's Gold Coast development, which has led to an oversupply of golf facilities, and conclude that local communities must demand effective local planning policies and greater public control to avoid possible imbalances. Jönsson [71] observes that environmental policy has had little to do with tourism and analyses the possibilities of applying it in golf tourism, referring to the specific case of a high-level golf course in Sweden. Górgolas [100] reviews the Andalusian legislation to enable the establishment of golf courses in the region and suggests that the declaration of "golf course of tourist interest", which was intended to seek tourist excellence, has been an excuse to perpetuate the association between golf courses and real estate-residential operations that extend through the tourist territories of the Andalusian region, especially in the coastal areas.

Regarding the development of golf tourism, Woodside [101] believes that the application of system dynamics is necessary to model and evaluate the inputs and outputs, encompassing an integrative vision of its multiple factors involved, such as real estate development, agriculture, the resident population, employment and government regulations. Videira et al. [85] analyze a series of fundamental indicators from three dimensions: environmental, business and regional economy. These authors indicate that improving the environmental performance of golf courses can be facilitated through the adoption and implementation of various management instruments.

Like Videira et al. [85], based on the same sets of indicators, Correia et al. [69] introduce the concept of sustainable golf development (SGD). These authors recommend a number between 29 and 41 golf courses in the Algarve (Portugal), so that there is sustainable development from the socioeconomic, business and environmental perspectives and therefore the possibility to improve the development of relations between all parties involved, from businesspeople to rulers, passing through the citizens themselves. Del Campo, Molina and Sales [102] focus on the sustainable limits of golf courses that extend to a prominent tourist destination, such as the province of Alicante (Spain). These authors consider that these spaces must be economically profitable and committed to the environment, for which they analyze determining factors, such as economic benefit, land use and water consumption.

5. Conclusions

Research on the sustainability of golf courses has been extensive, but it needs to be distinguished from research on golf tourism, which has been much more limited and recent. However, the research on golf courses has mainly focused on environmental issues, while research on golf tourism focuses on a greater diversity of sustainable perspectives. In the present study, we have reviewed the studies published in scientific journals over a very long period, from 1998 to early 2020. We have found a total of 46 published articles, and we have analyzed their content to especially detect existing research domains and establish future lines of research. All this will be useful for academic and postgraduate students, as well as for public and private managers linked to the development of golf tourism.

The results indicate that the published works on golf tourism are geographically concentrated in southern Europe, such as Spain, Greece and Portugal. In contrast, studies on golf courses come mainly from North America, as indicated by Petrosillo et al. [2] Spain and Portugal lead golf tourism in Europe. Hence, it coincides with the academic interest of two regions regarding research on this topic, such as the Algarve, in Portugal, and, above all, Andalusia, in Spain. In this sense, there is a predominance of researchers who come from the University of Seville and the University of Huelva, in Spain, and the University of the Algarve, in Portugal, which are curiously institutions located in bordering territories to the west of the Iberian Peninsula. The most prominent authors in the descriptive analysis are A.

Vargas-Sánchez (University of Huelva) and López-Bonilla brothers (University of Seville), who lead different clusters. However, there is another relevant author, H. Briassoulis (University of the Aegean), who acts as the central axis between the network connections between researchers. Besides, among all the authors who have published on the topic, it is noteworthy also to mention that one of them, Professor Butler, is one of the leading researchers in the field of sustainability and tourism in general, as observed in the ranking of authors established by Niñerola et al. [48]

The published articles have been based on both qualitative and quantitative studies in a similar proportion. However, there is a lack of studies using both data analysis techniques. Also, the quantitative studies used samples of limited size, both from golf courses and golf tourists, except for a few studies, such as the works by Scott, Ruddy and Peister [77], with a sample of 120 golf courses in Ontario (Canada), and López-Bonilla and López-Bonilla [81], who used a sample of 509 European golf tourists. It would be convenient to carry out studies based on extensive and diverse samples to improve analysis capabilities. For example, to compare their results, one could study the environmental management of golf courses in different regions or countries, or also the ecological behavior of golf tourists visiting very different destinations, located in distant geographical locations or different tourist settings. Furthermore, samples of golf tourists are often poorly defined; for example, the distinction of golf tourists provided by Hudson and Hudson [16] could be taken into account. Thus, it would be interesting to propose studies in which the opinions of essential tourists could be contrasted, whose primary motivation for travel is to play golf, as opposed to casual tourists, who play golf as another activity on their trip. It would also be appropriate to consider other studies based on passive golf tourists acting as tournament spectators.

In the content analysis, we have detected five lines of research on golf tourism from different sustainability perspectives. The most prolific line of research has been related to the impacts of golf tourism, with fourteen published works. The second line of research, by number of articles, is focused on conflicts of interest, with ten works. Below are two lines of research with eight papers each, dedicated to environmental management and sustainable planning and development. Finally, the line of research least treated in the literature has focused on the environmental attitudes and behaviors of golf tourists, with six articles.

As we have commented, research on golf tourism and sustainability is still relatively scarce. The number of articles on the topic represents approximately a fifth of the published works on sustainability and golf courses. For this reason, we can propose some studies for each of the research lines described above. The research line on the impacts of golf tourism should consider the effects of climate change in a next future, and a series of sustainability indicators could be established to assess its importance levels and generate a balance of positive and negative effects. In this sense, the subject of conflicts of interest is closely associated with the previous line of research, and the balance between stakeholders could be analyzed to enhance the local image of golf facilities. Regarding the study on sustainable planning and development, the strategic plans of the public administration could be revised to focus on the sustainable development of geographical areas focused on golf tourism. Concerning the line on environmental management, one could delve into the ecological practices of managers of tourist facilities based on golf courses. Finally, research on environmental attitudes and behaviors would have the possibility of segmenting golf tourists to identify ecological and sustainable profiles, analyze gender equity or study the authenticity of golf tourism facilities regarding the socio-cultural environment in which they are located. There is no doubt that a more cross-sectional study could be carried out, involving several research lines described above. Thus, for example, gender equality is fundamental for sustainability; there is inequality in the number of golfers and, therefore, golf tourists. Moreover, it could identify those golf tourism facilities that have achieved success due to their maximum efficiency, both in areas with abundant natural and scarce resources, as well as analyzing the use of renewable energy and its acceptance by stakeholders.

The present work has several limitations. On the one hand, the study was based on searching for articles in the two most important international databases in the world today. These two databases

have extensive coverage of indexed journals and, also, they are the ones with the highest academic recognition. However, this study does not cover other sources of information. Likewise, we have focused on the publication of articles, but different types of published documents have been ruled out, such as, in particular, book chapters and conference papers. Furthermore, our study has been based on a descriptive graphic analysis that in future studies should be complemented with other analysis techniques to deepen the results.

Author Contributions: All authors contributed equally to this work. All authors wrote, reviewed and commented on the manuscript. All authors have read and approved the final manuscript.

Funding: This research received no external funding.

Conflicts of Interest: The authors declare no conflict of interest.

References

1. Millington, R.; Darnell, S.C.; Millington, B. Ecological modernization and the Olympics: The case of golf and Rio's "green" games. *Sociol. Sport J.* **2018**, *35*, 8–16. [[CrossRef](#)]
2. Petrosillo, I.; Valente, D.; Pasimeni, M.R.; Aretano, R.; Semeraro, T.; Zurlini, G. Can a golf course support biodiversity and ecosystem services? The landscape context matter. *Landsc. Ecol.* **2019**, *34*, 2213–2228. [[CrossRef](#)]
3. Han, H.; Yoon, H.; Woods, D.P. Role of environmental consciousness in golfers' decision formation in the traditional and screen-golf industries. *J. Qual. Assur. Hosp. Tour.* **2016**, *17*, 290–310. [[CrossRef](#)]
4. Mason, M.C.; Moretti, A. Antecedents and moderators of golf tourists' behavioural intentions. An empirical study in a Mediterranean destination. *EuroMed J. Bus.* **2015**, *10*, 338–359. [[CrossRef](#)]
5. Pastor, J.T.; Del Campo, F.J.; Vidal, F.; Pastor, D.; Agulló, A. Analysis of the efficiency of golf tourism via the Internet. Application to the Mediterranean countries. *Curr. Issues Tour.* **2015**, *18*, 595–608. [[CrossRef](#)]
6. Ramírez-Hurtado, J.M.; Berbel-Pineda, J.M. Identification of segments for overseas tourists playing golf in Spain: A latent class approach. *J. Hosp. Mark. Manag.* **2015**, *24*, 652–680. [[CrossRef](#)]
7. Humphreys, C. Travelling with golf clubs: The influence of baggage on the trip decision-making process. *J. Sport Tour.* **2017**, *21*, 49–63. [[CrossRef](#)]
8. Del Campo, F.J.; Agulló, A.M.; Aparicio, J.; López, D.B.; Izquierdo, R. Perception about the application of environmental management systems at golf course in Spain. *Environ. Eng. Manag. J.* **2018**, *17*, 53–62.
9. Kimm, J. Why do Korean golf travellers cross national borders to play golf? *Afr. J. Hosp. Tour. Leis.* **2020**, *9*, 1–15.
10. Song, H.; Chen, J.M.; Chen, Y. Mediating and moderating effects in golf tourism: Evidence from Hainan Island. *Tour. Econ.* **2020**, 1–17. [[CrossRef](#)]
11. Portugal, M.N.; do Carmo, M.; Correia, A. Why do the young generations not play golf? *Tourism Analysis* **2020**. [[CrossRef](#)]
12. McGinnis, L.P.; Gentry, J.W.; Haltom, T.M. Gender, Millennials, and leisure constraints: Exploring golf's participation decline. *J. Policy Res. Tour. Leis. Events* **2019**. [[CrossRef](#)]
13. Minoli, D.M.; Goode, M.M.H.; Smith, M.T. Are eco labels profitably employed in sustainable tourism? A case study on Audubon Certified Golf Resorts. *Tour. Manag. Perspect.* **2015**, *16*, 207–216. [[CrossRef](#)]
14. Tassiopoulos, D.; Haydam, N. Golf tourists in South Africa: A demand-side study of a niche market in sports tourism. *Tour. Manag.* **2008**, *29*, 870–882. [[CrossRef](#)]
15. Gibson, H.J.; Pennington-Gray, L. Insights from ole Theory: Understanding golf tourism. *Eur. Sport Manag. Q.* **2005**, *5*, 443–468. [[CrossRef](#)]
16. Hudson, S.; Hudson, L. *Golf Tourism*; Goodfellow Publishing: Oxford, UK, 2010.
17. Kim, J.H.; Ritchie, B.W. Motivation-based typology: An empirical study of golf tourists. *J. Hosp. Tour. Res.* **2012**, *36*, 251–280. [[CrossRef](#)]
18. Hutchinson, J.; Wang, Y.; Lai, F. The impact of satisfaction judgment on behavioral intentions: An investigation of golf travellers. *J. Vacat. Mark.* **2010**, *16*, 45–59. [[CrossRef](#)]
19. Shani, A.; Wang, Y.; Hutchinson, J.; Lai, F. Applying expenditure-based segmentation on special-interest tourists: The case of golf travelers. *J. Travel Res.* **2010**, *49*, 337–350. [[CrossRef](#)]
20. Correia, A.; Barros, C.P.; Silvestre, A.L. Tourism golf repeat choice behaviour in the Algarve: A mixed logit approach. *Tour. Econ.* **2007**, *13*, 111–127. [[CrossRef](#)]

21. Markwick, M.C. Golf tourism development, stakeholders, differing discourses and alternative agendas: The case of Malta. *Tour. Manag.* **2000**, *21*, 515–524. [[CrossRef](#)]
22. Garau-Vadell, J.; Borja-Solé, L. de Golf in mass tourism destinations facing seasonality: A longitudinal study. *Tour. Rev.* **2008**, *63*, 16–24. [[CrossRef](#)]
23. Molina, M.A.; del Campo, F.J.; López, D.B.; Agulló, A.M. Analysis of the opinion about economic and social impacts of golf courses in a tourist destination. *World J. Entrep. Manag. Sustain. Dev.* **2010**, *6*, 103–117.
24. Boukas, N.; Ziakas, V. Exploring perceptions for Cyprus as a sustainable golf destination: Motivational and attitudinal orientations of golf tourists. *Int. J. Sport Manag. Mark.* **2013**, *14*, 39–70. [[CrossRef](#)]
25. Park, J.; Morrison, A.M.; Wu, B.; Kong, Y. Korean golf tourism in China: Place, perception and narratives. *Sustainability* **2018**, *10*, 1055. [[CrossRef](#)]
26. Briassoulis, H. “Sorry golfers, this is not your spot”: Exploring public opposition to golf development. *J. Sport Soc. Issues* **2010**, *34*, 288–311. [[CrossRef](#)]
27. Briassoulis, H. Opposition to golf-related tourism development: An interpretivist analysis of an online petition. *J. Sustain. Tour.* **2011**, *19*, 673–693. [[CrossRef](#)]
28. Han, H. The norm activation model and theory-broadening: Individuals’ decision-making on environmentally-responsible convention attendance. *J. Environ. Psychol.* **2014**, *40*, 462–471. [[CrossRef](#)]
29. Espejo, C. Campos de golf y medio ambiente. Una interacción necesaria. *Cuad. De Tur.* **2004**, *14*, 67–112.
30. Liu, H.; Liu, Y.; Wang, Y.; Pan, C. Hot topics and emerging trends in tourism forecasting research: A scientometric review. *Tour. Econ.* **2019**, *25*, 448–468. [[CrossRef](#)]
31. van Raan, A.F.J. For your citations only? Hot topics in bibliometric analysis. *Meas. Interdiscip. Res. Perspect.* **2005**, *3*, 50–62. [[CrossRef](#)]
32. Zhang, X.; Chen, H.; Wang, W.; Ordóñez, P. What is the role of IT in innovation? A bibliometric analysis of research development in IT innovation. *Behav. Inf. Technol.* **2016**, *35*, 1130–1143. [[CrossRef](#)]
33. Guzeller, C.O.; Celiker, N. Bibliometrical analysis of Asia Pacific Journal of Tourism Research. *Asia Pac. J. Tour. Res.* **2019**, *24*, 108–120. [[CrossRef](#)]
34. Jiang, Y.; Ritchie, B.W.; Benckendorff, P. Bibliometric visualisation: An application in tourism crisis and disaster management research. *Curr. Issues Tour.* **2019**, *22*, 1925–1957. [[CrossRef](#)]
35. Tsang, N.K.F.; Hsu, C.H.C. Thirty years of research on tourism and hospitality management in China: A review and analysis of journal publications. *Int. J. Hosp. Manag.* **2011**, *30*, 886–896. [[CrossRef](#)]
36. Albacete, C.A.; Fuentes, M.M.; Haro-Domínguez, M.C. La investigación española en turismo con impacto internacional (1997-2011). Una perspectiva de la economía y la dirección de la empresa. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* **2013**, *16*, 17–28. [[CrossRef](#)]
37. Koseoglu, M.A.; Sehitoglu, Y.; Parnell, J.A. A bibliometric analysis of scholarly work in leading tourism and hospitality journals: The case of Turkey. *Anatolia* **2015**, *26*, 359–371. [[CrossRef](#)]
38. Pechlaner, H.; Zehrer, A.; Matzler, K.; Abfalter, D. A ranking of international tourism and hospitality journals. *J. Travel Res.* **2004**, *42*, 328–332. [[CrossRef](#)]
39. Jamal, T.; Smith, B.; Watson, E. Ranking, rating and scoring of tourism journals: Interdisciplinary challenges and innovations. *Tour. Manag.* **2008**, *29*, 66–78. [[CrossRef](#)]
40. Hall, C.M. Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tour. Manag.* **2011**, *32*, 16–27. [[CrossRef](#)]
41. McKercher, B. An analysis of prolific authors. *J. Hosp. Tour. Educ.* **2007**, *19*, 23–30. [[CrossRef](#)]
42. Zhao, W.; Ritchie, J.R.B. An investigation of academic leadership in tourism research: 1985-2004. *Tour. Manag.* **2007**, *28*, 476–490. [[CrossRef](#)]
43. Law, R.; Leung, R.; Buhalis, D. An analysis of academic leadership in hospitality and tourism journals. *J. Hosp. Tour. Res.* **2010**, *34*, 455–477. [[CrossRef](#)]
44. Park, K.; Phillips, W.J.; Canter, D.D.; Abbott, J. Hospitality and tourism research rankings by authors, university, and country using six major journals: The first decade of the new millennium. *J. Hosp. Tour. Res.* **2011**, *35*, 381–416. [[CrossRef](#)]
45. Koseoglu, M.A.; Rahimi, R.; Okumus, F.; Liu, J. Bibliometric studies in tourism. *Ann. Tour. Res.* **2016**, *61*, 180–191. [[CrossRef](#)]
46. Guo, Y.; Jiang, J.; Li, S. A sustainable tourism policy research review. *Sustainability* **2019**, *11*, 3187. [[CrossRef](#)]
47. Khoo-Lattimore, C.; Mura, P.; Yung, R. The time has come: A systematic literature review of mixed methods research in tourism. *Curr. Issues Tour.* **2019**, *22*, 1531–1550. [[CrossRef](#)]

48. Niñerola, A.; Sánchez-Rebull, M.V.; Hernández-Lara, A.B. Tourism research on sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability* **2019**, *11*, 1377. [[CrossRef](#)]
49. Rodríguez-López, N.; Diéguez-Castrillón, M.I.; Gueimonde-Canto, A. Sustainability and tourism competitiveness in protected areas: State of art and future lines of research. *Sustainability* **2019**, *11*, 6296. [[CrossRef](#)]
50. Wilson, E.; Mura, P.; Sharif, S.P.; Wijesinghe, S.N.R. Beyond the third moment? Mapping the state of qualitative tourism research. *Curr. Issues Tour.* **2019**. [[CrossRef](#)]
51. Jiménez-García, M.; Ruiz-Chico, J.; Peña-Sánchez, A.R.; López-Sánchez, J.A. A bibliometric analysis of sports tourism and sustainability (2002–2019). *Sustainability* **2020**, *12*, 2840. [[CrossRef](#)]
52. Chang, C.-M.; McAleer, M. Citations and impact of ISI tourism and hospitality journals. *Tour. Manag. Perspect.* **2012**, *1*, 2–8. [[CrossRef](#)]
53. García-Lillo, F.; Claver-Cortés, E.; Úbeda-García, M.; Marco-Lajara, B.; Zaragoza-Sáez, P.C. Mapping the “intellectual structure” of research on human resources in the “tourism and hospitality management scientific domain”. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* **2018**, *30*, 1741–1768. [[CrossRef](#)]
54. Nunkoo, R.; Hall, C.M.; Rughoobur-Seetahc, S.; Teeroovengadam, V. Citation practices in tourism research: Toward a gender conscientious engagement. *Ann. Tour. Res.* **2019**, *79*. [[CrossRef](#)]
55. Kozak, N.; Kozak, M.; Uysal, M. Rankings of tourism and hospitality departments: A case of Turkey. *Anatolia* **2007**, *18*, 299–318. [[CrossRef](#)]
56. López-Bonilla, J.M.; Granados-Perea, C.; López-Bonilla, L.M. Primera generación de autores con difusión internacional en la investigación turística española. *Revista Española de Documentación Científica* **2017**, *40*, 1–18. [[CrossRef](#)]
57. López-Bonilla, J.M.; Granados-Perea, C.; López-Bonilla, L.M. Producción científica española en turismo: Un análisis de autoría basado en revistas internacionales con alto impacto y visibilidad. *Cuadernos de Turismo* **2018**, *41*, 343–367. [[CrossRef](#)]
58. López-Bonilla, J.M.; Granados-Perea, C.; López-Bonilla, L.M. Autores prolíficos líderes en la investigación turística española. *Transinformação* **2018**, *30*, 39–50. [[CrossRef](#)]
59. López-Bonilla, J.M.; López-Bonilla, L.M. Leading disciplines in tourism and hospitality research: A bibliometric analysis in Spain. *Curr. Issues Tour.* **2020**. [[CrossRef](#)]
60. van Eck, N.J.; Waltman, L. *Vosviewer software, version 1.6.14*; Centre for Science and Technology Studies: Leiden, The Netherlands, 2020.
61. Butler, R.W. International Golf Congress: The present and the future of research. *Tour. Hosp. Res.* **2006**, *6*, 167–169. [[CrossRef](#)]
62. Parnwell, M.J.G. Tourism, globalisation and critical security in Myanmar and Thailand. *Singap. J. Trop. Geogr.* **1998**, *19*, 212–231. [[CrossRef](#)]
63. Wyllie, R.W. Hana revisited: Development and controversy in a Hawaiian tourism community. *Tour. Manag.* **1998**, *19*, 171–178. [[CrossRef](#)]
64. Wyllie, R.W. Not in our backyard. Opposition to tourism development in a Hawaiian community. *Tour. Recreat. Res.* **1998**, *23*, 55–64.
65. Schmitt, T. Quality tourism—A sustainable alternative to the development of tourism on Mallorca? *Geographische Zeitschrift* **2000**, *88*, 53–65.
66. Briassoulis, H. Golf-centered development in Coastal Mediterranean Europe: A soft sustainability test. *J. Sustain. Tour.* **2007**, *15*, 441–462. [[CrossRef](#)]
67. Sullivan-Sealey, K.; Cushion, N. Efforts, resources and costs required for long term environmental management of a resort development: The case of Baker’s Bay Golf and Ocean Club, The Bahamas. *J. Sustain. Tour.* **2009**, *17*, 375–395. [[CrossRef](#)]
68. Butler, R.W. Contributions of tourism to destination sustainability: Golf tourism in St Andrews, Scotland. *Tour. Rev.* **2019**, *74*, 235–245. [[CrossRef](#)]
69. Correia, A.; Videira, N.; Alves, I.; Ramires, C.; Subtil, R.; Martins, V. Tourism golf scenarios: The Algarve case. *Tour. Hosp. Res.* **2006**, *6*, 179–196. [[CrossRef](#)]
70. Domínguez-Gómez, J.A.; Vargas-Sánchez, A. Discussing the socio-economic impacts of tourism development projects based on golf courses: The perspective of local stakeholders. *Int. J. Sustain. Dev. Plan.* **2016**, *11*, 365–374. [[CrossRef](#)]
71. Jönsson, E. The nature of an upscale nature: Bro Hof Slott Golf Club and the political ecology of high-end golf. *Tour. Stud.* **2016**, *16*, 315–336. [[CrossRef](#)]

72. Jönsson, E. Trump in Scotland: A study of power-topologies and golf topographies. *Int. J. Urban Reg. Res.* **2016**, *40*, 559–577. [[CrossRef](#)]
73. Domínguez-Gómez, J.A.; González-Gómez, T. Analysing stakeholders' perceptions of golf-course-based tourism: A proposal for developing sustainable tourism projects. *Tour. Manag.* **2017**, *63*, 135–143. [[CrossRef](#)]
74. Vargas-Sánchez, A.; Riquel-Ligero, F. Influence of the institutional context on the performance of golf courses, considering the natural environment. *Environ. Eng. Manag. J.* **2012**, *11*, 2001–2012. [[CrossRef](#)]
75. Riquel-Ligero, F.; Vargas-Sánchez, A. Environmental institutional pressures: An application to golf courses. *Eur. J. Manag. Bus. Econ.* **2013**, *22*, 29–38.
76. Riquel-Ligero, F.; Vargas-Sánchez, A. La legitimidad social de los campos de golf andaluces mediante prácticas ambientales y su relación con el desempeño: Un estudio longitudinal. *Revista Galega de Economía* **2014**, *23*, 5–26.
77. Vargas-Sánchez, A.; Riquel-Ligero, F. Golf tourism, its institutional setting, and environmental management: A longitudinal analysis. *Eur. J. Tour. Res.* **2015**, *9*, 41–56.
78. Scott, D.; Ruddy, M.; Peister, C. Climate variability and water use on golf courses: Optimization opportunities for a warmer future. *J. Sustain. Tour.* **2018**, *26*, 1453–1467. [[CrossRef](#)]
79. Wilson, J.; Thilmany, D. Golfers in Colorado. *J. Travel Tour. Mark.* **2007**, *20*, 127–144. [[CrossRef](#)]
80. Watson, P.; Davies, S.; Thilmany, D. Determining economic contributions in a recreational industry: An application to Colorado's golf industry. *J. Sports Econ.* **2008**, *9*, 571–591. [[CrossRef](#)]
81. López-Bonilla, J.M.; López-Bonilla, L.M. Environmental orientation in tourism: The RTEO scale. *Curr. Issues Tour.* **2012**, *15*, 591–596. [[CrossRef](#)]
82. López-Bonilla, L.M.; López-Bonilla, J.M. From the new environmental paradigm to the brief ecological paradigm: A revised scale in golf tourism. *Anatolia* **2016**, *27*, 227–236. [[CrossRef](#)]
83. López-Bonilla, J.M.; Reyes-Rodríguez, M.C.; López-Bonilla, L.M. The environmental attitudes and behaviours of European golf tourists. *Sustainability* **2018**, *10*, 2214. [[CrossRef](#)]
84. López-Bonilla, J.M.; Reyes-Rodríguez, M.C.; López-Bonilla, L.M. Interactions and relationships between personal factors in pro-environmental golf tourist behaviour: A gender analysis. *Sustainability* **2020**, *12*, 332. [[CrossRef](#)]
85. Videira, N.; Correia, A.; Alves, I.; Ramires, C.; Subtil, R.; Martins, V. Environmental and economic tools to support sustainable golf tourism: The Algarve experience, Portugal. *Tour. Hosp. Res.* **2006**, *6*, 204–217. [[CrossRef](#)]
86. Agrusa, J.; Tanner, J. The economic significance of the 2000 Buy.Com golf tournament on the Lafayette, Louisiana area. *J. Sport Tour.* **2002**, *7*, 6–24. [[CrossRef](#)]
87. Rodríguez, J.A.; Knox, J.W.; Weatherhead, E.K. Competing demands for irrigation water: Golf and agriculture in Spain. *Irrig. Drain.* **2007**, *56*, 541–549.
88. Villar-Lama, A. Marketization of Mediterranean coastal landscape in Andalusia: The paradigmatic case of Costa del Sol and golf courses. *Revista de Estudios Regionales* **2013**, *96*, 215–242.
89. Salgot, M.; Tapias, J.C. Golf Courses: Environmental Impacts. *Tour. Hosp. Res.* **2006**, *6*, 218–226. [[CrossRef](#)]
90. Lim, C.C.; Patterson, I. Sport Tourism on the Islands: The impact of an international mega golf event. *J. Sport Tour.* **2008**, *13*, 115–133. [[CrossRef](#)]
91. Jugovic, A.; Grzanic, J.; Loncar, S. Macroeconomic legitimacy of investment in the development of golf tourism in Istria. *Econ. Res.-Ekonomika Istraživanja* **2009**, *22*, 66–85.
92. Villar-Lama, A.; Fernández-Tabales, A. Diagnóstico y perspectiva territorial del golf en Andalucía: Entre la cualificación turística y el desarrollismo inmobiliario. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* **2013**, *62*, 357–378. [[CrossRef](#)]
93. Wurl, J. Competition for water: Consumption of golf courses in the tourist corridor of Los Cabos, BCS, Mexico. *Environ. Earth Sci.* **2019**, *78*, 674. [[CrossRef](#)]
94. Tapias, J.C.; Salgot, M. Management of soil-water resources in golf courses. *Tour. Hosp. Res.* **2006**, *6*, 197–203. [[CrossRef](#)]
95. Flores, A.; Vargas, E.E.; López, L.J. Developing golf tourism in Mexico: Environmental considerations. *Int. J. Sustain. Econ. Soc. Cult. Context* **2015**, *11*, 35–48. [[CrossRef](#)]
96. Uriely, N.; Reichel, A.; Shani, A. Ecological orientation of tourists: An empirical investigation. *Tour. Hosp. Res.* **2007**, *7*, 161–175. [[CrossRef](#)]
97. Dunlap, R.E.; van Liere, K.D. The "New Environmental Paradigm". *J. Environ. Educ.* **1978**, *9*, 10–19. [[CrossRef](#)]
98. Priestly, G.K. Planning implications of golf tourism. *Tour. Hosp. Res.* **2006**, *6*, 170–178. [[CrossRef](#)]

99. Warnken, J.; Thompson, D.; Zakus, D. Golf course development in a major tourist destination: Implications for planning and management. *Environ. Manag.* **2001**, *27*, 681–696. [[CrossRef](#)]
100. Górgolas, P. The regulation of golf courses in the community autonomous of Andalusia: Tourist interest or Business interest? *Cuadernos Geográficos* **2019**, *57*, 283–304.
101. Woodside, A.G. Applying systems thinking to sustainable golf tourism. *J. Travel Res.* **2009**, *48*, 205–215. [[CrossRef](#)]
102. Del Campo, F.J.; Molina, M.A.; Sales, J.M. Sustainable limits for golf course development in a tourist destination. *World Rev. Sci. Technol. Sustain. Dev.* **2006**, *3*, 197–210.



© 2020 by the authors. Licensee MDPI, Basel, Switzerland. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

ANEXO 2

Artículo publicado

The environmental attitudes and behaviours of European golf tourists.

***Sustainability*, 2018, 10 (7), 2214.**

Article

The Environmental Attitudes and Behaviours of European Golf Tourists

Jesús Manuel López-Bonilla *, María del Carmen Reyes-Rodríguez and Luis Miguel López-Bonilla

Department of Business Administration and Marketing, Universidad de Sevilla, 41018 Sevilla, Spain; mcreyes@us.es (M.d.C.R.-R.); luismi@us.es (L.M.L.-B.)

* Correspondence: lopezbon@us.es; Tel.: +34-954-554-438

Received: 25 May 2018; Accepted: 26 June 2018; Published: 28 June 2018



Abstract: Environmental attitudes and behaviours have received relatively little attention in golf tourism, compared to other tourism research areas. Golf tourism provides products and services based on nature, and they should focus on the environment. Golf has become increasingly important in the development of European tourism within the last decade. Moreover, golf is one of the primary motivations for European tourists in the sports tourism sector. This study is based on a sample of 431 golf tourists, from different nationalities, who visit Andalusia, Spain. This research examines the relationship between environmental attitudes and behavioural intentions for three subsamples of European nationalities: British, German, and Spanish. This relationship was corroborated in the three subsamples. However, the national citizenship of European golf tourists was not a moderator effect on the relationship between environmental attitudes and behavioural intentions.

Keywords: environmental concern; environmental intention; golf; tourist behaviour; cross-cultural analysis; nationality

1. Introduction

Since the end of the 1960s, the Mediterranean coasts have been popular vacation destinations. However, playing golf has become increasingly important in the development of European tourism within the last decade [1]. There has been increased popularity of golf among tourists, due to motivations for golf-related trips or leisure opportunities to share with business colleagues, friends, or family [2]. Usually, those tourists, who include playing golf in their trips, make a high average expenditure, which is why this sport has become a very desirable type of demand for tourist areas. However, the golf supply should be done rationally, respecting the environment where it is located, to maintain its social, economic, and environmental balance in the future.

Golf tourism provides products and services based on nature, and they should focus on the environment. Specifically, the request for a sustainable environmental management of golf courses in Andalusia is increasing. Recently, the government of Andalusia has tightened the current legislation on the environmental conditions that golf courses must meet. Likewise, the concept of “tourist golf courses”, which requires specific environmental qualifications to be declared as such, was created in this Spanish region.

Sustainable development is an important topic for golf course and golf resort development [3]. The expansion of golf development has been very fast in recent decades in the world, but the golf courses are highly controversial in environmental terms [4]. However, Kim and Ritchie [5] suggested that golf tourists are attracted by extrinsic motivators, such as the “natural environment”. The knowledge of the behavioural patterns and processes that motivate and define the choices of golf tourists can help immensely in the environmental management of golf courses.

The main objective of this paper is twofold: (1) to examine the influence of environmental attitudes on environmental intentions in golf tourists; and (2) to analyse whether culture, through nationality, moderates the relationship between environmental attitudes and environmental intentions in golf tourists.

Andalusian golf courses have adopted an environmental regulation more rigorous in recent years. The golf courses can be declared of tourist interest by the Andalusian Government if they comply with the principles of sustainable development. This procedure to obtain the declaration of tourist interest aims to promote the improvement and respect for the environment and the restoration and protection of the landscape [6–8]. For this, the golf course managers should observe the environmental attitudes and behaviours of golf players. In particular, the golf courses that are located in tourist zones can be more vulnerable because they are frequented by a greater heterogeneity of individuals coming from different places of Spain and other countries, especially from European countries. The environmental concern of these golfers can have a wide impact on the attractiveness and competitiveness of golf tourism in Andalusia. Hence, this paper allows exploring the environmental attitudes and behaviour from a tourist's perspective. Following Wilhelm-Richmann, Cowling and Difford [9] and Minoli, Goode and Metcalfe [10], an insightful grasp of environmental attitudes and behaviours of golf tourists is imperative to enable conservation practitioners to interpret better the barriers to carrying out environmental management programmes.

While golf does take place outdoors, it is in a heavily altered environment. However, golf courses have positive and negative environmental impacts [11]. It is important to understand that sustainability is not just an environmental issue. In this sense, as Completo and Gustavo [12] pointed out, the research on golf is essentially limited to environmental aspects, and socioeconomic and cultural ones are usually neglected. According to Woodside [13], golf can play an important role in the process of environment qualification, in the sustainable economic development and in the increasing of the quality of life of the host communities. Thus, golf players may represent a key element to promote and support a pro-environmental behaviour. Therefore, it is necessary to explore the current mindsets of golfers toward sustainability.

The study of golf tourism has emerged as an interesting research field [1], as very recent studies have demonstrated [14–19]. The present work tries to contribute to literature on the environmental attitudes and behaviours of golf tourists. As Han, Yoon and Woods [17] noted, the role of environmental consciousness, in the decision-making process, has not been examined for the golf industry. Furthermore, there is virtually no literature that has explored cross-cultural differences in attitudes towards environmentally responsible tourism [20]. More recently, Li [21] carried out a meta-analysis on cross-cultural tourist research. In this state-of-the-art journal publication, an extensive range of research topics inquired in a cross-cultural context, but only seven studies conducted within the context of attitude and behavioural intention. Therefore, this paper addresses this gap in the literature and contributes knowledge on environmental attitudes and behaviours in the specific area of golf tourism. Moreover, the results from this study can assist destination marketers in developing marketing and managerial strategies.

2. Research Model and Hypotheses Testing

Golf tourism generates significant profits, but golf courses are frequently questioned about their close relationship with the environment and, consequently, their possible adverse impact on it. In this regard, Correia et al. [22] argued that both managers and tourists need to be aware of the importance of sustainable tourism practices. Research on sustainability in golf has increased in recent years from the perspective of golf courses [15,23–28]. Hence, there is a substantial literature on golf courses on their negative environmental impacts, especially with respect to excessive water use [29,30], environmental pollution [31], chemical inputs [32,33], and effects on wildlife and habitat [34,35].

Environmental attitudes and behaviours have been extensively studied in the outdoor recreation literature [36–42] as well as in sustainable tourism literature [20,43–47]. However, the sustainability of

golf from the consumer's perspective has been very little studied [10,18,48,49]. In this case—from the visitor's perspective—the studies have focused on the behaviour of golf tourists, especially based on the motivation of visitors [5,50,51], intentions to return to the golf destination [2,52,53], destination selection [54], determinants of golf tourists satisfaction [55,56], image of the golf destination [57], price [16], golf supply and demand [58], gender [59–61], and profile of golf travellers [19,62–64]. Nevertheless, environmental attitudes and behaviours have received relatively little attention, compared to other tourism research areas. Moreover, as Kang and Moscardo [20] suggested, there has been very little research into tourists' awareness of, and interest in, responsible travel behaviours. Very limited knowledge exists about who these ecologically friendly people are [65].

Lee and Moscardo [66] pointed out that environmentally aware consumers might be more likely to have pro-environmental conducts than other users who are only exposed to green friendly practices by businesses at the destination. However, having a positive attitude does not develop as a good indicator of making environmentally sustainable vacation choices [43]. In this sense, Roberts and Bacon [67] suggested that the past research had suffered from poor attitude-behaviour consistency. Currently, researchers are also challenged by the gap between ecological attitudes and corresponding behaviours [68–72]. Hence, the usual findings reveal either a moderate relationship between environmental attitude and behaviour [73–77], or a weak relationship [78–81]. Moreover, there are several studies that report no such relationship at all [82–85].

Nevertheless, recent tourism studies have supported the firm correlation between attitudes and behaviours [86–90]. However, other studies have not supported this association [91,92] nor demonstrated that this link is relatively weak [93–95].

Environmental attitude is used as either a multiple or single component approach. Kinnear, Taylor, and Ahmed [96] showed that ecological concern was similar in context to environmental responsibility and was composed of two dimensions: (i) an attitude that must show a concern for the environment; and (ii) a purchasing conduct that should be consistent with the care of the environment. They further indicate that the level of ecological concern is a function of both attitudes and behaviours.

As an alternative to the multiple component approaches, Dunlap and Van Liere [97] developed the new environmental paradigm (NEP). This scale is a single component measure of environmental attitude. However, Kaiser, Wölfling and Fuhrer [98] indicated that the relationship between the NEP and ecological behaviour ranges from strong, through moderate to weak or no relationship at all. There are also the clear results from the study of Jackson [99] where correlations between the scales vary for several groups of stakeholders in the United Kingdom (UK) tourism sector. As Wolf-Watz, Sandell and Fredman [100] suggested, its usefulness is questioned, because of the concerns regarding a weak link with environmental conducts.

Therefore, a simple model is proposed, linking environmental attitudes and behavioural intentions, so that the environmental concern of the golf tourist exerts direct influence on his or her ecological orientation toward choosing a golf course that is sustainable and respects the environment. The present study was based on a comparison among European golf tourists. The conceptual model is shown in Figure 1. Hence, this model included two fundamental hypotheses:

Hypothesis 1 (H1). *The environmental attitudes may influence the environmental behaviour intentions in golf tourists.*

Hypothesis 2 (H2). *The national culture may act as a moderator on the relationship between environmental attitudes and environmental behaviour intentions in golf tourists.*

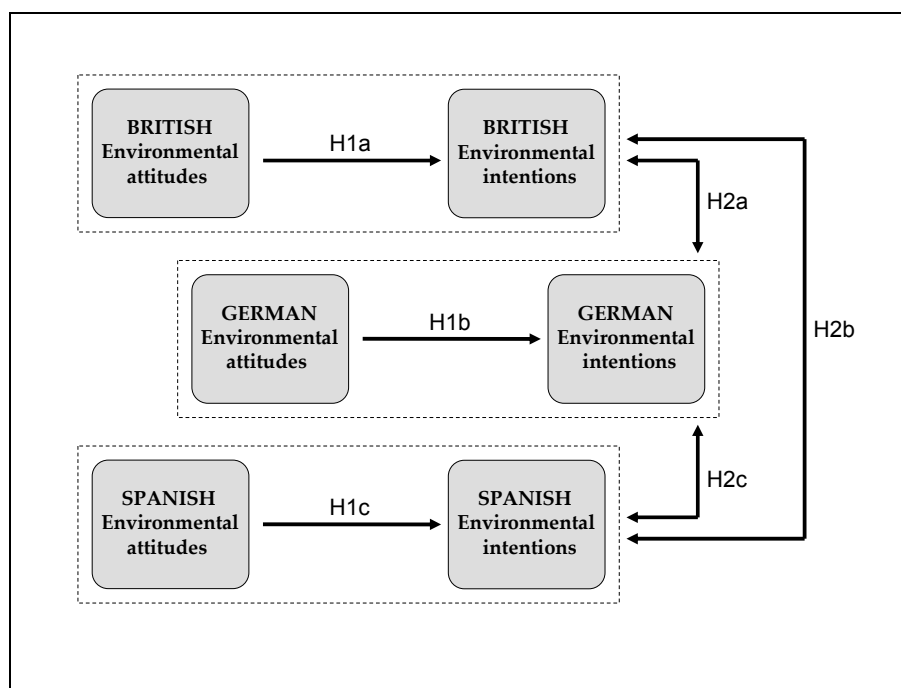


Figure 1. Conceptual model.

It intended to confirm whether there are significant differences in the environmental attitudes and behaviours of German, British, and Spanish golf tourists. As Wolf-Watz, Sandell and Fredman [100] indicated, environmental attitude refers to an awareness of environmental problems and dedication to protection—often including self-reported behaviour—whereas, environmental behaviour means the actions taken based upon particular attitudes. Thereby, this study associated the environmental concern with the attitudes of the golf tourists, whereas the environmental commitment was linked to the intention of using a sustainable golf course.

The environmental responsibility of golf tourists was measured by two scales: (a) the RNEP (Revised New Ecological Paradigm) scale; and (b) the TEO (Tourist Ecological Orientation) scale. The relationship between both scales has already been empirically checked. According to Kinnear, Taylor and Ahmed [96], these two scales can represent two consecutive stages in the process of choosing a golf course that is committed to the environment. These authors indicated two dimensions in environmental responsibility: (1) attitude; and (2) buying behaviour. In this work, the concept of attitude was understood as an evaluative judgment [101,102]. The definition given by Eagly and Cheiken [101] (p. 1) was of particular interest: “attitude is a psychological tendency, which is expressed by evaluating a particular entity with some degree of favour or disfavour”.

According to Fishbein and Ajzen [103], the cause closest to the buying behaviour is the intention to do it; in addition, attitudes influence behaviours through their influence on intentions. An intention represents a personal motivation, as for having a plan that involves the realisation of an effort to carry out a behaviour [104]. Therefore, in this research, it can test whether the environmental attitudes have a significant influence on the intention of using a golf course that is sustainable or respects the environment by nationality. Hence, it formulates the following specific hypotheses:

Hypothesis 1a (H1a). *The environmental attitudes directly influence the environmental behaviour intentions in British golf tourists.*

Hypothesis 1b (H1b). *The environmental attitudes directly influence the environmental behaviour intentions in German golf tourists.*

Hypothesis 1c (H1c). *The environmental attitudes directly influence the environmental behaviour intentions in Spanish golf tourists.*

Furthermore, cultural differences are studied as a moderator effect on the relationship between environmental attitudes and behavioural intentions. The analysis of culture related research in marketing extensively focuses on cultural differences between countries [105]. Cultural distance influence international marketing mix decisions [106]. Following Kim, Wen and Doh [107], “countries” were used as a proxy for culture. Cross-cultural comparative research usually involves the comparisons of different countries [108]. Minkov and Hofstede [109] suggested that, while the use of nation has many supporters as unit of measure in cross-cultural studies [110], it has also received several criticisms [111]. This study was limited to the dominant culture of participants, because there may be large sub-cultures within individual countries [112].

The literature review showed that there are diverse studies on the pro-environmental behaviour in which cultural differences are found between nations [20,113–115]. Therefore, specific hypotheses are stated as follows:

Hypothesis 2a (H2a). *Cultural differences between British and German golf tourists moderate the relationship between environmental attitudes and behavioural intentions.*

Hypothesis 2b (H2b). *Cultural differences between British and Spanish golf tourists moderate the relationship between environmental attitudes and behavioural intentions.*

Hypothesis 2c (H2c). *Cultural differences between German and Spanish golf tourists moderate the relationship between environmental attitudes and behavioural intentions.*

3. Materials and Methods

3.1. Participants and Data Collection

A sample of 431 golf tourists from three nationalities (British, German, and Spanish) completed a questionnaire on their environmental attitudes and behaviours. These players are tourists visiting the destination where the golf course in which they have responded to the survey is located. All Spanish respondents were also tourists, relative to the location of the study. The sample is clearly diversified, regarding the variables of age, gender, and education level.

The questionnaire was handed out on 15 golf courses in Andalusia, by a team of interviewers. A professional survey consultant conducted the interviews. Andalusia is the Spanish region with the largest number of golf courses—approximately one hundred golf courses. Fifteen golf courses were selected using a convenience sampling method. These 15 golf courses were considered to be relevant because all of them were located in coastal zones with the greatest tourist influx in Andalusia, such as the Costa del Sol in Málaga and Almería, Spain, and the Costa de la Luz in Cádiz and Huelva, Spain.

3.2. Variables

The relationship between environmental attitudes and behavioural intentions was measured by two scales in this study: (1) the RNEP scale; and (2) the TEO scale. The RNEP scale, developed by Dunlap, Van Liere, Mertig and Jones [116], consists of 15 items. The TEO scale, developed by Urieli, Reichel and Shani [117], also consists of 15 items. In the present study, RNEP refers to the general environmental attitudes that the golf tourist may have. In contrast, TEO indicates the ecological orientation of the visitor toward the golf course he/she decided to play.

The items used in each scale of this study are described in Table 1. These items were selected by a panel of four academic experts for this purpose. The experts carried out the task of analysing, as a discussion group, the content of the two scales. They selected five and eight items from the RNEP

and the TEO scales, respectively. López-Bonilla and López-Bonilla [18,48] have analysed the validity and reliability of both scales, and they have called Brief Ecological Paradigm scale (BEP) and Revised TEO scale (RTEO). On the one hand, the five items from the BEP scale provided a balanced measure of the following four facets identified in the RNEP scale of Dunlap et al. [116], from an ecocentric or pro-environmental perspective: (1) the possibility of an eco-crisis (Items 1 and 5); (2) rejection of exemptionalism (Item 2); (3) the reality of limits to growth (Item 3); and (4) the fragility of nature's balance (Item 4). On the other hand, López-Bonilla and López-Bonilla [18,48] suggested that the RTEO scale should consist of four elements, which correspond to items on environmental concern, recycling, regulations, and education. A five-point Likert scale was used to measure our variables, where: strongly disagree is 1 and strongly agree is 5. Both scales are a reliable and fast form approach to measuring environmental attitudes and behaviours [18,48]. In this sense, the use of short-form measure can achieve a greater efficiency for researchers [118,119].

Table 1. Items of the two scales.

Variables	Items	Statements
Environmental attitudes (BEP scale)	BEP1	Humans severely abusing the environment
	BEP2	Despite our special abilities, humans are still subject to the laws of nature
	BEP3	The earth is like a spaceship with very limited room and resources
	BEP4	The balance of nature is very delicate and easily upset
	BEP5	If things continue on their present course, we will soon experience a major ecological catastrophe
Environmental intentions (RTEO scale)	RTEO1	Environmental concern of their managers
	RTEO2	Recycles waste
	RTEO3	Legal regulations of the environmental are met
	RTEO4	Educates to preserve the quality of the environment

3.3. Analytical Procedure

The authors of this research conducted the psychometric analysis through latent structural analysis and internal consistency analysis. This methodology was followed to improve indicator debugging to obtain a greater guarantee of robustness in the absolute scale.

Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM) is a variance based Structural Equation Modelling (SEM). PLS-SEM is a limited estimation method denominated in this way by dividing the list of parameters to be estimated into various subsets, using multiple linear regressions, which employ the algorithm of the Ordinary Least Squares (OLS) [120]. The primary objective of PLS-SEM is to explain the variances of the endogenous variables, which is why it tends to be a useful tool for finding the cause that significantly determines the behaviour of these variables. The PLS-SEM does not need any parametric conditions, which are compulsory in covariance-based SEM analysis (CB-SEM); thus, this technique is particularly appropriate in the case of small samples with non-normal data [121]. For each nationality (i.e., British, German, and Spanish), the structural model is analysed as follows: Use Intention = $\beta_0 + \beta_1$ Attitude + ε .

4. Results

Table 2 details the descriptive data of the two scales. It lists the mean values and standard deviations by country. The average values of the three nationalities analysed are also included. In general, the scores are high on both scales (above three), except for British tourists, who scored slightly below three (3). Likewise, the BEP scale outscores the RTEO scale in all nationalities. On the other hand, Spanish players score above the BEP scale's mean value, while only British players score below the RTEO scale's mean value.

The analysis of the proposed relationships starts from the study of the measurement scales. Thereby, the relationships between the two scales (BEP and RTEO) and their items are analysed to test the convergent and discriminant validity. Three metric tests were assessed to test the convergent

validity: indicators reliability (IR), composite reliability (CR) and the average variance extracted (AVE) from the two scales.

Table 2. Descriptive statistics of the variables: Means and Standard deviations (SD).

Variables	Golf Tourists			Mean (SD) 3 Countries
	British (n = 67)	German (n = 77)	Spanish (n = 287)	
Environmental attitudes (BEP scale)	3.72 (0.97)	3.53 (1.13)	4.08 (0.88)	3.79 (0.23)
Environmental intentions (RTEO scale)	2.96 (1.23)	3.27 (1.19)	3.32 (1.20)	3.23 (0.19)

First, the IR was assessed, based on the two observed scales. As shown in Table 3, most of the loadings are greater than 0.707, according to Chin [121]. Only one item (BEP2) was removed for Spanish players. Likewise, two items (BEP1 and BEP2) were removed in the British sample, according to Chin [121] and Keil et al. [122]. These authors argued that a reliability grade of less than 0.707 can be acceptable, on the condition that it remains above 0.5, and that the other indicators of the construct have high scores. In this study, these circumstances exist; hence, this item remained an indicator on the BEP scale.

Table 3. Loadings of the indicators of the latent variables.

Variables	Items	British	German	Spanish
Environmental attitudes (BEP scale)	BEP1	0.687	0.832	0.844
	BEP2	0.677	0.845	—
	BEP3	0.860	0.888	0.781
	BEP4	0.899	0.895	0.887
	BEP5	0.808	0.829	0.857
Environmental intentions (RTEO scale)	RTEO1	0.909	0.885	0.902
	RTEO2	0.911	0.896	0.834
	RTEO3	0.950	0.944	0.912
	RTEO4	0.906	0.940	0.863

Table 4 details the other two measurements for the convergent validity: the composite reliability (CR) and the average variance extracted (AVE). It can be considered that the values of the CR evidently exceed the recommended minimum of 0.7 in each of the nationalities. At the same time, the values of the AVE appear to exceed the recommended minimum, since they are greater than 0.5 [123].

Table 4. Average variance extracted (AVE) and Composite reliability (CR).

Variables	Coeff.	British	German	Spanish
Environmental attitudes (BEP scale)	AVE	0.626	0.737	0.616
	CR	0.892	0.840	0.886
Environmental intentions (RTEO scale)	AVE	0.845	0.840	0.771
	CR	0.956	0.940	0.931

This analysis was completed with the testing of the discriminant validity. As Chin [121] suggested, the discriminant validity consists of making sure that each item correlates more strongly with the items of the same construct than with other items of other latent variables. Table 5 gathers these data, with which the discriminant validity between the measurement scales was proven.

Table 5. Discriminant validity of the latent variables.

Variables	BEP Scale	RTEO Scale	Nationalities
Environmental attitudes (BEP scale)	0.791	0.396	British
	0.858	0.540	German
	0.785	0.470	Spanish
Environmental intentions (RTEO scale)		0.919	British
		0.917	German
		0.878	Spanish

The empirical study concluded with the structural analysis of the relationship between attitudes and behavioural intentions. These results are detailed in Table 6. It observes that the BEP scale significantly influence the RTEO scale in all the nationalities; that is, environmental attitudes significantly influence on environmental behaviour intentions. Hence, Hypotheses H1a, H1b, H1c, and H1d were confirmed. To complete this structural analysis, it can be observed that the variances (R^2) of the dependent variables are explained by the independent variables in each of the three nationalities. German tourists present the strongest relationship between attitudes and intentions of using golf courses that respect the environment ($R^2 = 0.292$), followed by Spanish tourists ($R^2 = 0.220$) and British tourists ($R^2 = 0.157$). All of these results exceed the minimum value recommended by Falk and Miller [124], that is, an R^2 value equal to or greater than 0.1.

Table 6. Relationship between environmental attitudes and behavioural intentions.

Relationship	Coeff.	British	German	Spanish
Environmental attitudes → Environmental intentions (BEP → RTEO)	Path	0.396	0.540	0.470
	<i>t</i>	3.255	6.706	10.203
	R^2	0.157	0.292	0.220

Finally, the differences between tourists from different nationalities by comparing the paths were checked. The bootstrap re-sampling method was used, applying the following formula:

$$= \frac{Path_{sample_1} - Path_{sample_2}}{\left[\sqrt{\frac{(m-1)^2}{m+n-2} * SE_{sample_1}^2 + \frac{(n-1)^2}{m+n-2} * SE_{sample_2}^2} \right] * \left[\sqrt{\frac{1}{m} + \frac{1}{n}} \right]} \quad (1)$$

where m and n are the numbers of elements within each group, and SE is the standard error estimates from each cluster. The significance of the difference was obtained by a t -test, that is, through the comparison between the values of the formula with the t -value of a t -Student distribution with $m + n - 2$ freedom degrees. The results are shown in Table 7.

Table 7. Culture differences between nationalities.

Comparisons	Path Value Sample 1	Path Value Sample 2	Difference between Path Values	<i>t</i> -Statistic	<i>p</i> -Value
British–German	0.540	0.396	0.144	1.040	0.300
British–Spanish	0.470	0.396	0.073	0.669	0.504
German–Spanish	0.540	0.470	0.071	0.726	0.469

No significant cultural differences were observed between golf tourists when comparing, two-by-two, the path values of each one of the nationalities. Hence, the invariance of the model and its independence on citizenship was proven (at least in these three geographical European areas). Therefore, Hypotheses H2a to H2c are rejected. Figure 2 illustrates the results.

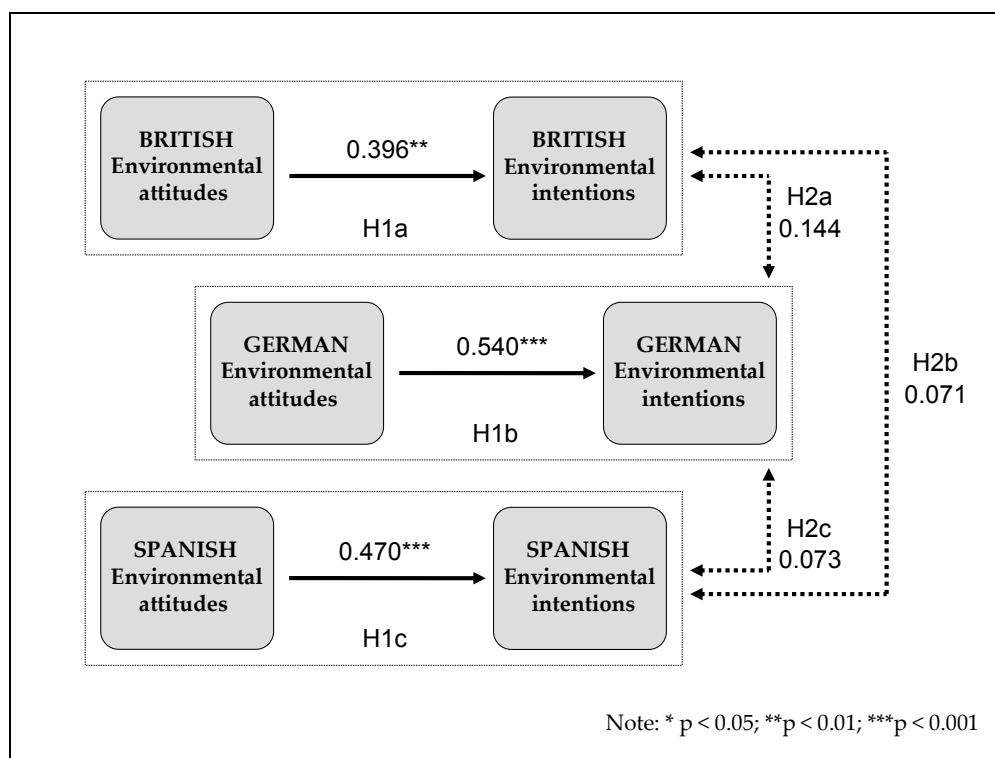


Figure 2. Results of the structural model analysis.

5. Discussion and Conclusions

5.1. Theoretical Implications

There are still few studies about the relationship between environmental attitudes and behaviours of golf tourists. The present study compared the environmental attitudes and behaviours of golf tourists from different nationalities who visit Andalusia (Spain). This region is one of the most famous golf destinations in Europe. The demand for golf tourism in Andalusia comes from very different countries. This study focused on the most frequent golf tourists currently in Andalusia: German, British, and Spanish tourists. Thereby, the comparative analysis performed, regarding those three European cultural areas, is clearly differentiated.

The BEP scale and the RTEO scale were adapted to this study and were composed of five and four items, respectively. The reliability of both scales, within the three subsamples of tourists, was checked. The BEP scale was considered as the environmental attitude of the visitor, whereas the RTEO scale represented the intention of using a golf course that is sustainable or respects the environment.

The BEP scale has higher scores than the RTEO scale. The differences in scores between both scales may be because the environmental intention is closer to the actual behaviour of the individual. In contrast, the environmental attitudes are based upon a more idealised perspective. However, German tourists have very similar scores on both scales, which might represent a closer relationship between the emotional and conative aspects in these tourists.

The results indicate that Spanish tourists have the highest scores on the BEP scale, followed by British tourists. However, Spanish tourists have the highest scores on the RTEO scale, followed by German tourists. It is possible that Spanish tourists have a greater environmental responsibility on golf courses, due to reasons of culture and tradition, since they feel more identified with their country and the environmental policy of public administrations for golf courses. These results are consistent with the study of Carrus, Bonaiuto and Bonnes [125], which indicated that regional identity plays a significant role in environmental behaviours. As Dolnicar, Crouch and Long [65] suggested, it is likely

that identification levels are low in the tourism context, in general, particularly when tourists visit for the first time.

A causal analysis confirmed the relationship between environmental attitudes and behavioural intentions. Previous research on this context has been inconclusive. In the present study, this relationship between both constructs was confirmed in the three subsamples of nationalities, which is consistent with some studies [86–90]. Therefore, in contrast to findings from other studies [82,91,92], there is a strong association between environmental attitude and ecological behaviour in all groups of study.

As an explanation for this finding, following Stern and Oskamp [126], environmental concern—i.e., an attitude towards facts—correlates with an environmentally responsible behaviour, only if: (1) the attitude and behaviour measure at the same level of specificity; and (2) if the behaviour is easy to perform. As Choi, Ritchie and Fielding [86] pointed out, the conceptual differentiation between general and specific measures of psychological characteristics helps researchers understand why there are, sometimes, weak relationships between general attitudes and behavioural intentions.

No cultural differences were observed in this study between European golf tourists, in contrast with similar studies in the area of tourism [20,115]. This result may be because golf tourists usually have education and income levels higher than the average population. The education and income levels of individuals are two factors that influence their environmental orientation directly [65]. However, it could be interpreted that the European culture is also increasingly homogeneous in some aspects, such as environmental attitudes and behaviours. In contrast, the studies of Hudson and Ritchie [115] and Kang and Moscardo [20] were carried out with samples of countries from different continents. In any case, the European Union must reinforce this favourable mentality of European citizens toward the environment. In this sense, Venaik and Brewer [105] proposed a universal culture model that is based on similarities among people across nations.

5.2. Managerial Implications

A segment of the consumer population is inclined to make decisions in an environmental manner. It is likely that the ecological awareness of individuals reflects their purchasing behaviours. To be more competitive, golf courses must incorporate ecologically friendly management that provides pleasurable opportunities for golf players and tourists.

As Roberts and Bacon [67] pointed out, if public policymakers and marketers are to be successful in encouraging ecological consumers, among their target markets, it will be essential that they have a clear understanding of the antecedents of such behaviour. The marketing of golf course managers and the Andalusian government that promotes golf tourism in Europe, must consider this cultural homogeneity in those target markets that are more relevant to Spain. Following Venaik and Brewer [105], managers should always remain vigilant, regarding meaningful cultural differences relating to their products or services, but they should also be aware of similarities among people across countries. These similarities can provide significant opportunities to develop a more globalised marketing strategy for the organizations. However, the possibility that there are differences in non-European countries, such as the United States and Japan, should be analysed too, as they are also very crucial tourism emitter countries in the entire world.

5.3. Limitations and Future Research Directions

This study has some limitations, which point to some avenues for future research. The present study has analysed the relationship between environmental attitudes and behavioural intentions for three subsamples of European nationalities: British, German, and Spanish. The sizes of the samples for British and German tourists are small, but PLS-SEM is very useful in generating estimates, even with a very small sample size. PLS-SEM has more power than other techniques at a small sample size [127]. According to Hair, Ringle and Sarstedt [128], the PLS-SEM minimum sample size should be equal to ten times the largest number of a structural path directed at a particular latent construct in the structural model. In this sense, the British and German sample sizes are congruent with the rule

of thumb recommended by Hair, Ringle and Sarstedt [128]. Future research should also examine this relationship in other cultures and nationalities. However, the sample sizes of the British and German golf tourists are smaller than Spanish golf tourists. In this sense, the sampling range should be greater in future research. Another limitation found in this study was the disparity in gender distribution of the sample population. Women generally worry more about environmental issues, and their attitude towards the environment is usually more positive [67].

On the other hand, this research focused on the relationship between attitudes and behavioural intentions rather than behaviours directly. However, it is accepted in other empirical studies that an ecological behaviour intention is a significant indication of ecological behaviour. Therefore, further studies, with larger sample sizes, are needed to confirm the regional identity to play a significant role in environmental behaviour. It would be interesting to study first-visit tourists against re-visiting tourists. In this last case, visitors may be more closely linked to familiar destination and, therefore, they may identify with a greater environmental responsibility at that destination. Moreover, future studies should examine other cultural dimensions (e.g., individualism, masculinity, and power distance) and other factors that may influence behavioural intention, such as environmental values, social norms, and perceived control.

Author Contributions: Conceptualization, J.M.L-B., M.C.R-R. and L.M.L-B.; Methodology, J.M.L-B., M.C.R-R. and L.M.L-B.; Software, J.M.L-B., M.C.R-R. and L.M.L-B.; Validation, J.M.L-B., M.C.R-R. and L.M.L-B.; Formal Analysis, J.M.L-B., M.C.R-R. and L.M.L-B.; Investigation, J.M.L-B., M.C.R-R. and L.M.L-B.; Resources, J.M.L-B., M.C.R-R. and L.M.L-B.; Data Curation, J.M.L-B., M.C.R-R. and L.M.L-B.; Writing-Original Draft Preparation, J.M.L-B., M.C.R-R. and L.M.L-B.; Writing-Review & Editing, J.M.L-B. and L.M.L-B.; Visualization, J.M.L-B., M.C.R-R. and L.M.L-B.; Supervision, J.M.L-B. and L.M.L-B.

Conflicts of Interest: The authors declare no conflict of interest.

References

1. Pastor, J.T.; Del Campo, F.J.; Vidal, F.; Pastor, D.; Agulló, A. Analysis of the efficiency of golf tourism via the Internet. Application to the Mediterranean countries. *Curr. Issues Tour.* **2015**, *18*, 595–608. [[CrossRef](#)]
2. Hutchinson, J.; Wang, Y.; Lai, F. The impact of satisfaction judgment on behavioral intentions: An investigation of golf travelers. *J. Vacat. Mark.* **2010**, *16*, 45–59. [[CrossRef](#)]
3. Park, J.; Morrison, A.M.; Wu, B.; Kong, Y. Korean Golf Tourism in China: Place, Perception and Narratives. *Sustainability* **2018**, *10*, 1055. [[CrossRef](#)]
4. Briassoulis, H. "Sorry golfers, this is not your spot!": Exploring public opposition to golf development. *J. Sport Soc. Issues* **2010**, *34*, 288–311. [[CrossRef](#)]
5. Kim, J.H.; Ritchie, B.W. Motivation-based typology: An empirical study of golf tourists. *J. Hosp. Tour. Res.* **2012**, *36*, 251–280. [[CrossRef](#)]
6. Andalusian Government. Decreto 43/2008, de 12 de febrero, regulador de las condiciones de implantación y funcionamiento de campos de golf en Andalucía. *BOJA* **2008**, *41*, 9–16.
7. Andalusian Government. Decreto 309/2010, de 15 de junio, por el que se modifica el Decreto 43/2008, de 12 de febrero, regulador de las condiciones de implantación y funcionamiento de campos de golf en Andalucía. *BOJA* **2010**, *119*, 9–11.
8. Andalusian Government. Orden de 13 de marzo de 2012, por la que se desarrolla el procedimiento para obtener la declaración de campos de golf de interés turístico en Andalucía. *BOJA* **2012**, *57*, 61–70.
9. Wilhelm-Richmann, A.; Cowling, R.M.; Difford, M. Responses of South African land-use planning stakeholders to the New Ecological Paradigm and the Inclusion of Nature in Self scales: Assessment of their potential as components of social assessments. *Biol. Conserv.* **2014**, *180*, 206–213. [[CrossRef](#)]
10. Minoli, D.M.; Goode, M.M.H.; Metcalfe, A.W. Are sport tourists of an environmental mindset to drive the green? The case of golfers. *Tour. Manag. Perspect.* **2018**, *25*, 71–79. [[CrossRef](#)]
11. Minoli, D.M.; Smith, M.T. An exploration of golf and voluntary environmental programmes. *J. Environ. Plan. Manag.* **2011**, *54*, 871–889. [[CrossRef](#)]
12. Completo, F.; Gustavo, N. Golf Tourism Destination Management: Looking for a Sustainable Demand: The Case of Portugal. *J. Manag. Sustain.* **2014**, *4*, 142–153. [[CrossRef](#)]

13. Woodside, A.G. Applying systems thinking to sustainable golf tourism. *J. Travel Res.* **2009**, *48*, 205–215. [[CrossRef](#)]
14. Aksu, A.; Uçar, Ö.; Kiliçarslan, D. Golf tourism: A research profile and security perceptions in Belek, Antalya, Turkey. *Tourismos* **2016**, *11*, 152–169. [[CrossRef](#)]
15. Dai, Z.; Puyana, X.; Han, L. Using assessment of net ecosystem services to promote sustainability of golf course in China. *Ecol. Indic.* **2016**, *63*, 165–171. [[CrossRef](#)]
16. Enz, C.A.; Canina, L. Competitive pricing in the golf industry. *J. Revenue Pricing Manag.* **2017**, *16*, 139–153. [[CrossRef](#)]
17. Han, H.; Yoon, H.; Woods, D.P. Role of environmental consciousness in golfers's decision formation in the traditional and screen-golf industries. *J. Qual. Assur. Hosp. Tour.* **2016**, *17*, 290–310.
18. López-Bonilla, L.M.; López-Bonilla, J.M. From the New Environmental Paradigm to the Brief Ecological Paradigm: A revised scale in golf tourism. *Anatolia* **2016**, *27*, 227–236. [[CrossRef](#)]
19. Ramírez-Hurtado, J.M.; Berbel-Pineda, J.M. Identification of segments for overseas tourists playing golf in Spain: A latent class approach. *J. Hosp. Mark. Manag.* **2015**, *24*, 652–680. [[CrossRef](#)]
20. Kang, M.; Moscardo, G. Exploring cross-cultural differences in attitudes towards responsible tourist behaviour: A comparison of Korean, British and Australian tourists. *Asia Pac. J. Tour. Res.* **2006**, *11*, 303–320. [[CrossRef](#)]
21. Li, M. Cross-cultural tourist research: A meta-analysis. *J. Hosp. Tour. Res.* **2014**, *38*, 40–77. [[CrossRef](#)]
22. Correia, A.; Videira, N.; Alves, I.; Ramires, C.; Subtil, R.; Martins, M.V. Tourism golf scenarios: The Algarve case. *Tour. Hosp. Res.* **2006**, *6*, 179–196. [[CrossRef](#)]
23. Chen, C.H.; Liu, W.L.; Liaw, S.L. Integrated dynamic policy management methodology and system for strategic environmental assessment of golf course installation policy in Taiwan. *Environ. Impact Assess. Rev.* **2011**, *31*, 66–76. [[CrossRef](#)]
24. Briassoulis, H. Golf-centered development in coastal Mediterranean Europe: A Soft Sustainability Test. *J. Sustain. Tour.* **2007**, *15*, 441–462. [[CrossRef](#)]
25. Chen, C.H.; Wu, R.S.; Liu, W.L.; Su, W.R.; Chang, Y.M. Development of a methodology for strategic environmental assessment: Application to the assessment of golf course installation policy in Taiwan. *Environ. Manag.* **2009**, *43*, 166–188. [[CrossRef](#)] [[PubMed](#)]
26. Espejo, C. Campos de golf y medio ambiente: Una interacción necesaria [Golf courses and the environment: A necessary interaction]. *Cuadernos de Turismo* **2004**, *14*, 67–111.
27. Vargas-Sánchez, A.; Riquel-Ligero, F. A theoretical approach to the institutional context of the environmental management policies of Andalusian golf courses. *Tour. Manag. Stud.* **2009**, *5*, 78–94.
28. Villar, A. Marketization of Mediterranean coastal landscape in Andalusia: The paradigmatic case of Costa del Sol and golf courses. *Revista de Estudios Regionales* **2013**, *96*, 215–242.
29. Devitt, D.A.; Morris, R.L.; Kopec, D.; Henry, M. Golf course superintendents' and perceptions toward using reuse water for irrigation in the southwestern United States. *HortTechnology* **2004**, *14*, 577–583.
30. Utrero-González, N.; Callado-Muñoz, F.J. Competing for water: Golf courses in semiarid regions. The case in Spain. *Water Sci. Technol. Water Supply* **2014**, *14*, 886–897. [[CrossRef](#)]
31. Li, F.R.; Yang, S.P.; Yu, D.; Wang, H.M.; Chen, Y.; Peng, Y.N. Environmental pollution analysis and countermeasures of the golf course in Yangzonghai area. *Adv. Mater. Res.* **2013**, *788*, 283–287. [[CrossRef](#)]
32. Kim, D.; Yoon, J.; Yoo, J.; Kim, S.-J.; Yang, J.E. Status and management strategy of pesticide use in golf courses in Korea. *J. Appl. Biol. Chem.* **2014**, *57*, 267–277. [[CrossRef](#)]
33. Rice, P.J.; Horgan, B.P.; Hamlin, J.L. Evaluation of individual and combined management practices to reduce the off-site transport of pesticides from golf course turf. *Sci. Total Environ.* **2017**, *583*, 72–80. [[CrossRef](#)] [[PubMed](#)]
34. Neo, H. Sustaining the unsustainable? Golf in urban Singapore. *Int. J. Sustain. Dev. World Ecol.* **2001**, *8*, 191–202. [[CrossRef](#)]
35. Fox, S.-J.C.; Hockey, P.A.R. Impacts of a South African coastal golf estate on shrubland bird communities. *S. Afr. J. Sci.* **2007**, *103*, 27–34.
36. Stodolska, M. Implications of the conditioned attitude model of individual discriminatory behaviour for discrimination in leisure settings. *Leis. Sci.* **2005**, *27*, 59–74. [[CrossRef](#)]

37. Larson, L.R.; Whiting, J.W.; Green, G.T. Exploring the influence of outdoor recreation participation on pro-environmental behaviour in a demographically diverse population. *Local Environ.* **2011**, *16*, 67–86. [[CrossRef](#)]
38. Kil, N.; Holland, S.M.; Stein, T.V. Structural relationships between environmental attitudes, recreation motivations, and environmentally responsible behaviors. *J. Outdoor Recreat. Tour.* **2014**, *7–8*, 16–25. [[CrossRef](#)]
39. Larson, L.R.; Stedman, R.C.; Cooper, C.B.; Decker, D.J. Understanding the multidimensional structure of pro-environmental behavior. *J. Environ. Psychol.* **2015**, *43*, 112–124. [[CrossRef](#)]
40. Gamborg, C.; Jensen, F.S. Attitudes towards recreational hunting: A quantitative survey of the general public in Denmark. *J. Outdoor Recreat. Tour.* **2017**, *17*, 20–28. [[CrossRef](#)]
41. Larson, L.R.; Usher, L.E.; Chapmon, T. Surfers as environmental stewards: Understanding plaе-protecting behavior at Cape Hatteras National Seashore. *Leis. Sci.* **2017**, 1–24. [[CrossRef](#)]
42. Etmnani-Ghasrodashti, R.; Paydar, M.; Ardeshiri, A. Recreational cycling in a coastal city: Investigating lifestyle, attitudes and built environment in cycling behavior. *Sustain. Cities Soc.* **2018**, *39*, 241–251. [[CrossRef](#)]
43. Juvan, E.; Dolnicar, S. The attitude-behaviour gap in sustainable tourism. *Ann. Tour. Res.* **2014**, *48*, 76–95. [[CrossRef](#)]
44. Juvan, E.; Dolnicar, S. Drivers of pro-environmental tourist behaviours are not universal. *J. Clean Prod.* **2017**, *166*, 879–890. [[CrossRef](#)]
45. Hall, C.M.; Dayal, N.; Majstorović, D.; Mills, H.; Paul-Andrews, L.; Wallace, C.; Truong, V.D. Accommodation consumers and providers' attitudes, behaviours and practices for sustainability: A systematic review. *Sustainability* **2016**, *8*, 625. [[CrossRef](#)]
46. Poudel, S.; Nyaupane, G.P. Understanding environmentally responsible behaviour of ecotourists: The Reasoned Action Approach. *Tour. Plan. Dev.* **2017**, *14*, 337–352. [[CrossRef](#)]
47. Baird, T.; Hall, C.M.; Castka, C. New Zealand winegrowers attitudes and behaviours towards wine tourism and sustainable winegrowers. *Sustainability* **2018**, *10*, 797. [[CrossRef](#)]
48. López-Bonilla, J.M.; López-Bonilla, L.M. Environmental orientation in tourism: The RTEO scale. *Curr. Issues Tour.* **2012**, *15*, 591–596. [[CrossRef](#)]
49. Minoli, D.M.; Goode, M.M.H.; Smith, M.T. Are eco labels profitably employed in sustainable tourism? A case study on Audubon Certified Golf Resorts. *Tour. Manag. Perspect.* **2015**, *16*, 207–216. [[CrossRef](#)]
50. Correia, A.; Pintassilgo, P. The golf player's motivation: The Algarve case. *Tour. Hosp. Res.* **2006**, *6*, 227–238. [[CrossRef](#)]
51. Petrick, J.F.; Backman, S.J.; Bixler, R.; Norman, W. Analysis of golfer motivation and constraints by experience. *J. Leis. Res.* **2001**, *33*, 56–70. [[CrossRef](#)]
52. Correia, A.; Barros, C.P.; Silvestre, A.L. Golf tourism repeat choice behaviour in the Algarve: A mixed logit approach. *Tour. Econ.* **2007**, *13*, 111–127. [[CrossRef](#)]
53. Petrick, J.F.; Backman, S.J. An examination of the construct of perceived value for the prediction of golf travelers' intentions to revisit. *J. Travel Res.* **2002**, *41*, 38–45. [[CrossRef](#)]
54. Humphreys, C.J. Understanding how sporting characteristics and behaviours influence destination selection: A grounded theory study of golf tourism. *J. Sport Tour.* **2014**, *19*, 29–54. [[CrossRef](#)]
55. Moital, M.; Dias, N.R.; Machado, D.F.C. A cross national study of golf tourists' satisfaction. *J. Destin. Mark. Manag.* **2013**, *2*, 39–45. [[CrossRef](#)]
56. Petrick, J.F.; Backman, S.J. An examination of determinants of golf travelers' satisfaction. *J. Travel Res.* **2002**, *40*, 252–258. [[CrossRef](#)]
57. Correia, A.; Oliveira, N.; Silva, F. Bridging perceived destination image and market segmentation—An application to golf tourism. *Eur. J. Tour. Res.* **2009**, *28*, 41–69.
58. Garau-Vadell, J.B.; Borja-Solé, L. Golf in mass tourism destinations facing seasonality: A longitudinal study. *Tour. Rev.* **2008**, *63*, 16–24. [[CrossRef](#)]
59. McGinnis, L.P.; Gentry, J.W.; McQuillan, J. Ritual-based behavior that reinforces hegemonic masculinity in golf: Variations in women golfers' responses. *Leis. Sci.* **2008**, *31*, 19–36. [[CrossRef](#)]
60. Reis, H.; Correia, A. Gender asymmetries in golf participation. *J. Hosp. Mark. Manag.* **2013**, *22*, 67–91. [[CrossRef](#)]
61. Wood, L.; Danylchuk, K. Playing our way: Contributions of social groups to women's continued participation in golf. *Leis. Sci.* **2011**, *33*, 366–381. [[CrossRef](#)]

62. Kim, S.S.; Kim, J.H.; Ritchie, B.W. Segmenting overseas golf tourists by the concept of specialization. *J. Travel Tour. Mark.* **2008**, *25*, 199–217. [[CrossRef](#)]
63. Shani, A.; Wang, Y.; Hutchinson, J.; Lai, F. Applying expenditure-based segmentation on special-interest tourists: The case of golf travelers. *J. Travel Res.* **2009**, *49*, 337–350. [[CrossRef](#)]
64. Wilson, J.; Thilmany, D. Golfers in Colorado: The role of golf in recreational and tourism lifestyles and expenditures. *J. Travel Tour. Mark.* **2006**, *20*, 127–144. [[CrossRef](#)]
65. Dolnicar, S.; Crouch, G.I.; Long, P. Environmentally friendly tourists: What do we really know about them? *J. Sustain. Tour.* **2008**, *16*, 197–210. [[CrossRef](#)]
66. Lee, W.H.; Moscardo, G. Understanding the impact of ecotourism resort experiences on tourists' environmental attitudes and behavioural intentions. *J. Sustain. Tour.* **2005**, *13*, 546–565. [[CrossRef](#)]
67. Roberts, J.A.; Bacon, D.R. Exploring the subtle relationships between environmental concern and ecologically conscious consumer behavior. *J. Bus. Res.* **1997**, *40*, 79–89. [[CrossRef](#)]
68. Claudy, M.C.; Peterson, M.; O'Driscoll, A. Understanding the attitude-behavior gap for renewable energy systems using behavioral reasoning theory. *J. Macromark.* **2013**, *33*, 273–287. [[CrossRef](#)]
69. Hwang, K.; Lee, J. Antecedents and Consequences of Ecotourism Behavior: Independent and Interdependent Self-Construals, Ecological Belief, Willingness to Pay for Ecotourism Services and Satisfaction with Life. *Sustainability* **2018**, *10*, 789. [[CrossRef](#)]
70. Lee, Y.K. A Comparative Study of Green Purchase Intention between Korean and Chinese Consumers: The Moderating Role of Collectivism. *Sustainability* **2017**, *9*, 1930. [[CrossRef](#)]
71. Moraes, C.; Carrigan, M.; Szmigin, I. The coherence of inconsistencies: Attitude-behaviour gaps and new consumption communities. *J. Mark. Manag.* **2012**, *28*, 103–128. [[CrossRef](#)]
72. Schill, M.; Shaw, D. Recycling today, sustainability tomorrow: Effects of psychological distance on behavioural practice. *Eur. Manag. J.* **2016**, *34*, 349–362. [[CrossRef](#)]
73. Anvar, M.; Venter, M. Attitudes and purchase behaviour of green products among Generation Y consumers in South Africa. *Mediterr. J. Soc. Sci.* **2014**, *5*, 183–194. [[CrossRef](#)]
74. Chen, C.C.; Chen, C.V.; Tung, Y.C. Exploring the Consumer Behavior of Intention to Purchase Green Products in Belt and Road Countries: An Empirical Analysis. *Sustainability* **2018**, *10*, 854. [[CrossRef](#)]
75. Duerden, M.D.; Witt, P.A. The impact of direct and indirect experiences on the development of environmental knowledge, attitudes, and behavior. *J. Environ. Psychol.* **2010**, *30*, 379–392. [[CrossRef](#)]
76. Nguyen, T.N.; Lobo, A.; Greenland, S. Energy efficient household appliances in emerging markets: The influence of consumers' values and knowledge on their attitudes and purchase behaviour. *Int. J. Consum. Stud.* **2017**, *41*, 167–177. [[CrossRef](#)]
77. Wu, K.S.; Huang, D.M.; Teng, Y.M. Environmental concerns, attitudes and behavior intention toward patronize green restaurant. *Life Sci. J.* **2013**, *10*, 2329–2340.
78. Choi, A.S.; Fielding, K.S. Environmental attitudes as WTP predictors: A case study involving endangered species. *Ecol. Econ.* **2013**, *89*, 24–32. [[CrossRef](#)]
79. Ebreo, A.; Hershey, J.; Vining, J. Reducing solid waste: Linking recycling to environmentally responsible consumerism. *Environ. Behav.* **1999**, *31*, 107–135. [[CrossRef](#)]
80. Kotchen, M.J.; Reiling, S.D. Environmental attitudes, motivations, and contingent valuation of nonuse values: A case study involving endangered species. *Ecol. Econ.* **2000**, *32*, 93–107. [[CrossRef](#)]
81. Paço, A.; Lavrador, T. Environmental knowledge and attitudes and behaviours towards energy consumption. *J. Environ. Manag.* **2017**, *197*, 384–392. [[CrossRef](#)] [[PubMed](#)]
82. Cleveland, M.; Kalamas, M.; Laroche, M. "It's not easy being green": Exploring green creeds, green deeds, and internal environmental locus of control. *Psychol. Mark.* **2012**, *29*, 293–305. [[CrossRef](#)]
83. Gamba, R.J.; Oskamp, S. Factors influencing community residents' participation in commingled curbside recycling programs. *Environ. Behav.* **1994**, *26*, 587–612. [[CrossRef](#)]
84. Oskamp, S.; Harrington, M.J.; Edwards, T.C.; Sherwood, D.L.; Okuda, S.M.; Swanson, D.C. Factors influencing household recycling behavior. *Environ. Behav.* **1991**, *23*, 494–519. [[CrossRef](#)]
85. Sánchez, M.; López-Mosquera, N.; Lera-López, F. Improving pro-environmental behaviours in Spain. The role of attitudes and sociodemographic and political factors. *J. Environ. Policy Plan.* **2016**, *18*, 47–66. [[CrossRef](#)]
86. Choi, R.; Ritchie, B.W.; Fielding, K.S. A Mediation model of air travelers' voluntary climate action. *J. Travel Res.* **2016**, *55*, 709–723. [[CrossRef](#)]

87. Kim, A.K.; Airey, D.; Szivas, E. The multiple assessment of interpretation effectiveness: Promoting visitors' environmental attitudes and behavior. *J. Travel Res.* **2011**, *50*, 321–334.
88. Lee, T.H.; Jan, F.H. The influence of recreation experience and environmental attitude on the environmentally responsible behavior of community-based tourists in Taiwan. *J. Sustain. Tour.* **2015**, *23*, 1063–1094. [[CrossRef](#)]
89. Li, L.; Wang, L.Y. An empirical study on the effect of eco-tourism visitors' environmental attitudes on environmental behavior. *Appl. Ecol. Environ. Res.* **2017**, *15*, 91–101. [[CrossRef](#)]
90. Ong, F.; Musa, G. An examination of recreational divers' underwater behaviour by attitude-behaviour theories. *Curr. Issues Tour.* **2011**, *14*, 779–795. [[CrossRef](#)]
91. Prillwitz, J.; Barr, S. Moving towards sustainability? Mobility styles, attitudes and individual travel behaviour. *J. Transp. Geogr.* **2011**, *19*, 1590–1600. [[CrossRef](#)]
92. Goh, E.; Ritchie, B.; Wang, J. Non-compliance in national parks: An extension of the theory of planned behaviour model with pro-environmental values. *Tour. Manag.* **2017**, *59*, 123–127. [[CrossRef](#)]
93. Bergin-Seers, S.; Mair, J. Emerging green tourists in Australia: Their behaviours and attitudes. *Tour. Hosp. Res.* **2009**, *9*, 109–119. [[CrossRef](#)]
94. McDonald, S.; Oates, C.J.; Alevizou, P.J.; Young, C.W.; Hwang, K. Individual strategies for sustainable consumption. *J. Mark. Manag.* **2012**, *28*, 445–468. [[CrossRef](#)]
95. McKercher, B.; Tse, T.S. Is intention to return a valid proxy for actual repeat visitation? *J. Travel Res.* **2012**, *51*, 671–686. [[CrossRef](#)]
96. Kinnear, T.C.; Taylor, J.R.; Ahmed, S.A. Ecologically concerned consumers: Who are they? *J. Mark.* **1974**, *38*, 82–103. [[CrossRef](#)]
97. Dunlap, R.E.; Van Liere, K.D. The 'new environmental paradigm': A proposed instrument and preliminary results. *J. Environ. Educ.* **1978**, *9*, 10–19. [[CrossRef](#)]
98. Jackson, S. Attitudes towards the environment and ecotourism of stakeholders in the UK tourism industry with particular reference to ornithological tour operators. *J. Ecotour.* **2007**, *6*, 34–66. [[CrossRef](#)]
99. Kaiser, F.J.; Wöfling, S.; Fuhrer, U. Environmental attitude and ecological behaviour. *J. Environ. Psychol.* **1999**, *19*, 1–19. [[CrossRef](#)]
100. Wolf-Watz, D.; Sandell, K.; Fredman, P. Environmentalism and tourism preferences: A study of outdoor recreationists in Sweden. *Scand. J. Hosp. Tour.* **2011**, *11*, 190–204. [[CrossRef](#)]
101. Eagly, A.H.; Chaiken, S. *The Psychology of Attitudes*; Harcourt Brace College Publishers: Orlando, FL, USA, 1993.
102. Petty, R.E.; Cacioppo, J.T. *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*; Brown Shoe Fit Co.: Dubuque, IA, USA, 1981.
103. Fishbein, M.; Ajzen, I. *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*; Addison-Wesley Publishing: Menlo Park, CA, USA, 1975.
104. Fishbein, M.; Ajzen, I. Predicting and understanding consumer behavior: Attitude-behavior correspondence. In *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*; Ajzen, I., Fishbein, M., Eds.; Prentice-Hall: Englewood Cliffs, NJ, USA, 1980; pp. 148–172.
105. Venaik, S.; Brewer, P. The common threads of national cultures. *Australas. Mark. J.* **2015**, *23*, 75–85. [[CrossRef](#)]
106. Kraus, S.; Meier, F.; Eggers, F.; Bouncken, R.B.; Schuessler, F. Standardisation vs. adaption: A conjoint experiment on the influence of psychic, cultural and geographical distance on international marketing mix decisions. *Eur. J. Int. Manag.* **2016**, *10*, 127–156. [[CrossRef](#)]
107. Kim, D.Y.; Wen, L.; Doh, K. Does cultural difference affect customer's response in a crowded restaurant environment? A comparison of American versus Chinese customers. *J. Hosp. Tour. Res.* **2010**, *34*, 103–123. [[CrossRef](#)]
108. Kankaraš, M.; Moors, G. Cross-national and cross-ethnic differences in attitudes: A case of Luxembourg. *Cross-Cult. Res.* **2012**, *46*, 224–254. [[CrossRef](#)]
109. Minkov, M.; Hofstede, G. Clustering of 316 European regions on measures of values: Do Europe's countries have national cultures? *Cross-Cult. Res.* **2014**, *48*, 144–176. [[CrossRef](#)]
110. Smith, P.B. Nations, cultures and individuals: New perspectives and old dilemmas. *J. Cross-Cult. Psychol.* **2004**, *35*, 6–12. [[CrossRef](#)]
111. Peterson, M.F.; Smith, P.B. Social structures and processes in cross-cultural management. In *The Handbook of Cross-Cultural Management Research*; Smith, P.B., Peterson, M.F., Thomas, D.C., Eds.; Sage: Thousand Oaks, CA, USA, 2008; pp. 35–58.

112. Laing, J.H.; Crouch, G.I. Extraordinary journeys: An exploratory cross-cultural study of tourists on the frontier. *J. Vacat. Mark.* **2005**, *11*, 209–223. [[CrossRef](#)]
113. Bechtel, R.B.; Verdugo, V.C.; Pinheiro, J.Q. Environmental belief systems: United States, Brazil, and Mexico. *J. Cross-Cult. Psychol.* **1999**, *30*, 122–128. [[CrossRef](#)]
114. Cordano, M.; Welkomer, S.; Scherer, R.F.; Pradenas, N.; Parada, V. Understanding cultural differences in the antecedents of pro-environmental behavior: A comparative analysis of business students in the United State and Chile. *J. Environ. Educ.* **2010**, *41*, 224–238. [[CrossRef](#)]
115. Hudson, S.; Ritchie, J.R.B. Cross-cultural tourist behavior: An analysis of tourist attitudes towards the environment. *J. Travel Tour. Mark.* **2001**, *10*, 1–22. [[CrossRef](#)]
116. Dunlap, R.E.; Van Liere, K.D.; Mertig, A.G.; Jones, R.E. Measuring endorsement of the New Ecological Paradigm: A revised NEP scale. *J. Soc. Issues* **2000**, *56*, 425–442. [[CrossRef](#)]
117. Uriely, N.; Reichel, A.; Shani, A. Ecological orientation of tourists: An empirical investigation. *Tour. Hosp. Res.* **2007**, *7*, 161–175. [[CrossRef](#)]
118. Baroudi, J.J.; Orlikowski, W.J. A short-form measure of user information satisfaction: A psychometric evaluation and notes on use. *J. Manag. Inf. Syst.* **1988**, *4*, 44–59. [[CrossRef](#)]
119. Peter, J. Reliability: A review of psychometric basics and recent marketing practices. *J. Mark. Res.* **1979**, *16*, 6–17. [[CrossRef](#)]
120. López-Bonilla, J.M.; López-Bonilla, L.M. Sensation-seeking profiles and personal innovativeness information technology. *Soc. Sci. Comput. Rev.* **2012**, *30*, 434–447. [[CrossRef](#)]
121. Chin, W.W. The Partial Least Squares approach to structural equation modeling. In *Modern Methods for Business Research*; Marcoulides, G.A., Ed.; Lawrence Erlbaum Associates: Hillsdale, NJ, USA, 1998; pp. 295–336.
122. Keil, M.; Tan, B.C.Y.; Wei, K.K.; Saarinen, T.; Tuunainen, V.; Wassenaar, A. A cross-cultural study scalation of commitment behavior in software projects. *MIS Q.* **2000**, *24*, 299–325. [[CrossRef](#)]
123. Fornell, C.; Larcker, D. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *J. Mark. Res.* **1981**, *18*, 39–50. [[CrossRef](#)]
124. Falk, R.F.; Miller, N.B. *A Primer for Soft Modeling*; The University of Akron Press: Akron, OH, USA, 1992.
125. Carrus, G.; Bonaiuto, M.; Bonnes, M. Environmental concern, regional identity, and support for protected areas in Italy. *Environ. Behav.* **2005**, *37*, 237–257. [[CrossRef](#)]
126. Stern, P.C.; Oskamp, S. Managing scarce environmental resources. In *Handbook of Environmental Psychology*; Stokols, D., Altman, I., Eds.; Wiley: New York, NY, USA, 1987; pp. 1043–1088.
127. Marcoulides, G.A.; Saunders, C. PLS: A silver bullet? *MIS Q.* **2006**, *30*, 3–4. [[CrossRef](#)]
128. Hair, J.F.; Ringle, C.M.; Sarstedt, M. PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *J. Mark. Theory Pract.* **2011**, *19*, 139–151. [[CrossRef](#)]



ANEXO 3

Artículo publicado

Interactions and relationships between personal factors in pro-environmental of golf tourist behaviour: A gender analysis. *Sustainability*, 2020, 12 (1), 332.

Article

Interactions and Relationships between Personal Factors in Pro-Environmental Golf Tourist Behaviour: A Gender Analysis

Jesús Manuel López-Bonilla *, María del Carmen Reyes-Rodríguez and Luis Miguel López-Bonilla

Department of Business Administration and Marketing, Universidad de Sevilla, 41004 Sevilla, Spain; mcreyes@us.es (M.d.C.R.-R.); luismi@us.es (L.M.L.-B.)

* Correspondence: lopezbon@us.es; Tel.: +34-954-554-438

Received: 19 November 2019; Accepted: 27 December 2019; Published: 31 December 2019



Abstract: There is a very clear link between tourism and sustainability due to the importance and consequences of the tourism sector in the world economy. Behavioural studies are among the major topics of sustainable tourism research. There are several factors that influence our sustainable behaviour at home and in vacation settings. In general, the main objective of this paper is to examine the personal factors in pro-environmental tourist behaviour from a gender perspective. This study is based on a sample of 347 golf tourists from 16 European countries. The results corroborated the relationships between ecological habits, personal capabilities and environmental attitudes. However, interactions between personal factors were more limited. It was shown that only the interaction between personal capabilities and externally-oriented habits have an influence on environmental attitudes. Also, some gender differences were found.

Keywords: environmental attitudes; gender; golf tourism; habits; personal capabilities

1. Introduction

The relationship between tourism and sustainability is a very important issue due to the role of tourism and travel in the global economy [1]. Although sustainable tourism has been an important topic for more than 30 years, a literature review suggested that the proportion of papers that cover sustainable tourism out of all tourism papers had not increased since 2010, and was possibly even in decline [2]. Recently, several studies have synthesised the most popular research themes on sustainability and tourism/hospitality [1–4]. In this vein, Qian, Shen, and Law [4] identified six major themes of sustainable tourism research: climate change, policy instruments, volunteer tourism, poverty reduction, indigenous tourism, and behavioural studies. Research under the latter topic focuses on examining the environmentally-sustainable behaviour that tourists exhibit while travelling. Several models have been proposed to fulfil this goal [5–13].

In general, people exhibit different behaviours in places other than their place of residence. It is logical to think that tourists behave differently in the places they visit than they do at home. In this sense, the concepts of regional identity or place attachment can play an important role in environmental behaviour [14,15]. Tourists are different from normal local residents because of their temporary status as visitors to a destination [6]. Hence, Kollmuss and Agyeman [16] indicated that the relationship between environmental attitudes and environmentally-friendly behaviour is expected to be weaker when the cost of not acting pro-environmentally is relatively low. Also, Dolnicar [17] found that pro-environmental behaviour drops during vacations due to the inability to behave as environmentally as one would ordinarily do at home. Juvan and Dolnicar [18] studied the environmental attitude and

behaviour gap between home and vacation settings. They reported that a number of respondents feel that holidays are an exception that justifies different behaviours. As Chubchuwong, Beise-Zee and Speece [6] suggested, tourists are not in their usual environment, and they tend to feel unobligated to be responsible for the environmental impacts created during their short stays.

The factors associated with more pro-environmental attitudes and behaviours are still poorly understood [19]. Pro-environmental behaviour is extremely complex, both in its variety and in its causal factors [20]. It is necessary to know which factors influence environmental behaviour as a requirement for changing that behaviour [21] and for achieving sustainability, both at home and in the destinations visited [13]. There are several conditions that influence our sustainable behaviour. The existing literature broadly distinguishes between personal factors and contextual forces that influence green behaviour [22]. On the one hand, personal influences relate to attitudinal factors, personal capabilities and habits or routines [20]. On the other hand, situational or contextual influences relate to factors like social norms, government regulations, advertising or available technology [20,23]. The overall aim of this paper is to empirically examine the personal factors in pro-environmental behaviour from the tourist's perspective. In particular, we analyse the interactions and relationships between environmental attitudes, habits and personal capabilities in a tourist golf context, observing the moderating effect of gender. The conclusions of Stern's study [20] (p. 422) propose that "the causal factors may interact". It is therefore necessary to study these interactions, which have received little attention in the literature thus far.

This paper is conducted in the context of the golf tourism. In this sense, there is an extensive literature on golf courses and their negative environmental impacts, such as excessive water use, environmental pollution, chemical inputs and effects on wildlife and habitat [24–27]. However, as Minoli and Smith [28] affirm, golf courses have positive and negative environmental impacts. Thus, golf courses may have a potential role in biodiversity protection and management in human-dominated landscapes [29]. Therefore, sustainability research has been focused on the impacts of golf courses, and, to date, empirical studies on environmental attitudes and behaviours have been limited in golf tourism [30].

Numerous studies have examined the associations between gender and environmental behaviours [31–44]. In this sense, research on this field of study consistently finds that women participate more actively than men in ecological behaviours in the private sphere, such as recycling activity and green purchasing [32,43]. However, public sphere pro-environmental behaviours that focus on actions outside households, such as being a member of an activist group or protesting, align with masculine roles [35]. Another robust finding in the literature demonstrates that women show stronger pro-environmental values, beliefs, and attitudes than men [43]. Generally, the gender differences in environmental attitudes and behaviours may reflect the tendency for nature to be perceived as less critical by males than by females; still, this interpretation is rather provocative [33]. One explanation for this gender gap may be that men accept a higher degree of environmental damage, probably because their threshold for risk avoidance is more elevated than that of women [33]. Therefore, gender differences can be expected to affect the interactions and relationships between personal factors in the ecological behaviour of golf tourists.

2. Theoretical Foundations

As several authors have suggested [45,46], the most common and accepted theories in the environmental psycho-social domain for understanding decision-making are the following: The Theory of Reasoned Action [47]; the Norm-Activation-Theory [48]; the Theory of Planned Behaviour [49]; and Value-Belief-Norm-Theory [50]. More than 80 percent of the relevant studies have used at least one of these four theories as a theoretical approach. Following Juvan and Dolnicar [51], other prevalent theories in the literature include Cognitive Dissonance Theory [52], Social Identity Theory [53] and Theory of Environmentally Significant Behaviour [20].

Scholars are actively conducting research on environmentally-related tourism and hospitality, although this topic is a relatively young one [4,54–56]. For example, Gao, Mattila and Lee [54] provide a meta-analysis examining the relationship between consumers' perceptions and green behaviour through 26 articles published in hospitality journals. These authors indicated in their meta-analysis that the Theory of Planned Behaviour was used in 17 articles, the Theory of Reasoned Action was used in five articles and the Social Identity Theory was used in three articles. However, the applications of the Norm-Activation-Theory and the Value-Belief-Norm-Theory have been scarcer. Hence, it seems that only recent studies have been based on the Norm-Activation-Theory [12,57,58] and the Value-Belief-Norm-Theory [9,59–61].

Stern [20] develops a conceptual approach for advancing theories of Environmentally Significant Behaviour (ESB), which is focused on the Value-Belief-Norm Theory. However, this theory has not yet been used as the basis for the study of pro-environmental behaviour in the tourism context [18]. Stern [20] classifies the causal factors that determine ESB into four major categories affecting individual decision-making: attitudinal aspects, habits or routines, personal capabilities, and contextual forces. The first three of these factors are personal in nature.

Stern's [20] work has been cited numerous times. However, there are very few studies that have included all, or almost all, of these factors. In this sense, Russell and Fielding [62] provided an overview of the psychological literature reviewing the key drivers of water conservation behaviours. These authors examined the determinants of water conservation behaviours, categorizing them into five underlying causes: attitudes, beliefs, personal capabilities, habits or routines, and contextual forces. These authors separated beliefs from attitudinal factors, because it is commonly accepted that scholarship conceives of beliefs as precursors to attitudes.

Wati, Koo and Chung [63] empirically studied the determinants of behaviour intention to use green technology, integrating attitudinal factors, contextual factors and personal capability. The findings indicated that personal norms (attitudinal factors) and legislative pressure (contextual factors) had positive and significant effects on the intention to use green information systems. They also found that eco-environmental knowledge (personal capabilities) also positively, significantly and indirectly influenced intention to use green technology.

März [64] used a qualitatively method to understand the decision-making processes of small private landlords (SPL) when considering energy renovations. This author examined, in addition to economic aspects, related values, beliefs, norms, habits, personal capabilities and contextual factors. He analysed the interviews according to the model adapted from Stern [20], and demonstrated that all these factors play an important role in decision-making.

According to the aforementioned personal factors developed by Stern [20], attitudes feature strongly in the pro-environmental behaviour literature [65]. Attitude is defined as an evaluation of an object or a behaviour [62]. Attitudinal factors include norms, beliefs and values [20]. These factors influence behavioural intentions which, in turn, impact on specific actions [16]. Recently, tourism research has supported the correlation between environmental attitudes and behaviours [5,30,66,67]. However, Juvan and Dolnicar [18] studied the attitude and behaviour gap between home and vacation settings, and found that having a positive environmental attitude does not emerge as a good predictor of making environmentally-sustainable vacation choices. According to this study, Kiatkawsin and Han [60] observed that a number of respondents indicated that "vacations are a special treat", hinting at their internal justification to relax their normal routine.

Personal capabilities may affect pro-environmental behaviours and ecological habits. Stern [20] (p. 417) defines personal capabilities as "knowledge and skills required for particular actions, the availability of time to act, and general capabilities and resources such as literacy, money, and social status and power". This author also includes socio-demographic factors in his definition, because they may be proxies for behaviours that depend strongly on personal capabilities. In fact, within the environmental literature, most studies have focused on sociodemographic criteria [68–71] as indicators for personal capabilities. Thus, for example, energy-saving behaviour has been identified with

younger, feminine, highly-educated, and high-income individuals in past studies [72–75]. However, following Dietz, Stern and Guagnano [32], for many environmentally-significant behaviours, it is possible that the socio-demographic variables have less explanatory power than knowledge, skills and competencies. In this sense, as Testa, Cosic and Iraldo [76] indicated, it is very difficult to classify the “green consumer” profile through demographic characteristics. According to Dolnicar, Crouch and Long [77], age and gender are the central socio-demographic personal characteristics associated with environmental behaviour. Several studies have investigated the possible relationships between sociodemographic data and environmental behaviour without yielding conclusive results [13]. Sudbury-Riley, Hofmeister-Toth and Kohlbacher [78] also confirmed that the general findings on demographics and ecological consumption are inconclusive. In the present study, gender is posed as a moderating factor in the relationships between the examined variables.

Lynn [79] identified three dimensions of pro-environmental behaviours: at-home, transport-related and purchasing behaviour. However, in the present study, pro-environmental habits have been interpreted from two different perspectives: (i) ecological habits of internal consumption, with a direct effect inside the home; and (ii) ecological habits of external consumption, with a direct effect outside of the home.

Based on this rationale, the following hypotheses were developed:

Hypothesis 1a (H1a). *Personal capabilities may positively influence internally-oriented habits in golf tourists.*

Hypothesis 1b (H1b). *Gender may act as a moderator on the relationship between personal capabilities and internally-oriented habits in golf tourists.*

Hypothesis 2a (H2a). *Personal capabilities may positively influence externally-oriented habits in golf tourists.*

Hypothesis 2b (H2b). *Gender may act as a moderator on the relationship between personal capabilities and externally-oriented habits in golf tourists.*

Hypothesis 3a (H3a). *Personal capabilities may positively influence attitudes in golf tourists.*

Hypothesis 3b (H3b). *Gender may act as a moderator on the relationship between personal capabilities and attitudes in golf tourists.*

Habits also feature strongly in the pro-environmental behaviour literature [65]. Habit is defined as situation-behaviour sequences that are automatic and occur without self-instruction; furthermore, ordinarily, the individual is not ‘conscious’ of these sequences [80]. As Klöckner and Matthies [81] suggest, habit is different from other concepts used as synonyms in the literature, such as routine, repeated actions and past behaviour. Hence, these two authors consider habit as a behavioural script. In this sense, habit strength is the degree of automaticity a behaviour has in a given stable situation [45]. The environmental attitude-behaviour gap is frequently studied in the literature [22,30,82–86]. However, the relationship between environmental habits and attitude or behaviour has received marginal attention. Habits have less relevance for the research agenda [87,88], although they are considered to be among the key determinants of ecological behaviour [20,89]. Therefore, the following hypotheses are to be studied:

Hypothesis 4a (H4a). *Internally-oriented habits may positively influence attitudes in golf tourists.*

Hypothesis 4b (H4b). *Gender may act as a moderator on the relationship between internally-oriented habits and attitudes in golf tourists.*

Hypothesis 5a (H5a). *Externally-oriented habits may positively influence attitudes in golf tourists.*

Hypothesis 5b (H5b). *Gender may act as a moderator on the relationship between externally-oriented habits and attitudes in golf tourists.*

Dolnicar, Crouch and Long [77] conducted a review of tourism research and found that environmentally-friendly tourists are more educated and earn more money; however, further study is required with respect to age and gender, because the results were not entirely clear. Following Mehmetoglu [13], previous studies have indicated that women worry more about environmental issues, whereas studies of the effect of age have produced contradictory results.

Finally, a key issue in this study is to check whether Stern's [20] proposition holds, i.e., that the causal factors may have interactions, and if so, which factors do so. The present study is based on the personal variables influencing environmentally-significant behaviours, including attitudes, habits and personal capabilities, in addition to gender as a moderator. Based on the Stern's proposal [20], the following hypotheses were developed:

Hypothesis 6a (H6a). *Interactions between personal capabilities and internally-oriented habits may positively influence attitudes in golf tourists.*

Hypothesis 6b (H6b). *Gender may act as a moderator on the interaction between both personal capabilities and internally-oriented habits and the influence on attitudes in golf tourists.*

Hypothesis 7a (H7a). *Interactions between personal capabilities and internally-oriented habits may positively influence attitudes in golf tourists.*

Hypothesis 7b (H7b). *Gender may act as a moderator on the interaction between both personal capabilities and externally-oriented habits and the influence on attitudes in golf tourists.*

Hypothesis 8a (H8a). *Interactions between internally- and externally-oriented habits may positively influence attitudes in golf tourists.*

Hypothesis 8b (H8b). *Gender may act as a moderator on the interaction between internally- and externally-oriented habits and their influence on attitudes in golf tourists.*

By integrating all these research hypotheses, the proposed theoretical model of this study is shown in Figure 1.

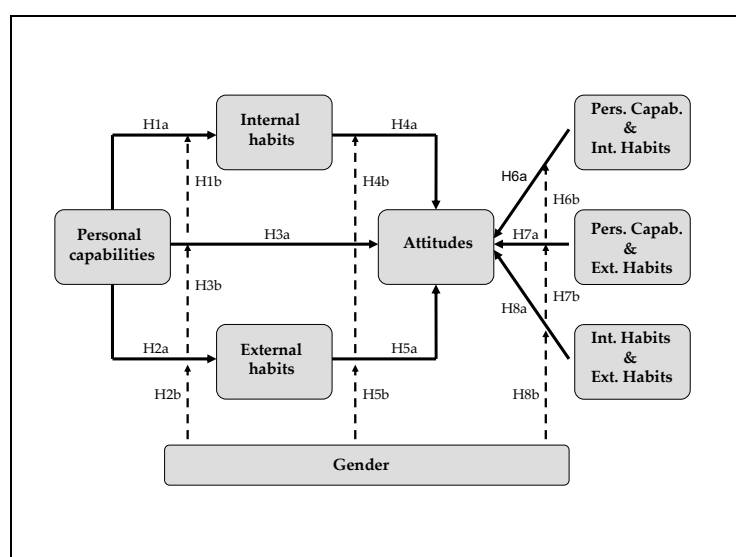


Figure 1. Proposed research model.

3. Materials and Methods

3.1. Participants and Data Collection

This study confines the sample to golf tourists. All respondents reported that playing golf was one of the main motivations of their trip. Moreover, they had significant experience as golf players, with an average of 14.8 years of practising this sport. Golf tourism takes place outdoors and provides products and services that are focused on the environment. The environmental concerns of golf tourists can have a wide impact on the attractiveness and competitiveness of a destination [30].

A sample of 347 European golf tourists from 16 countries completed a questionnaire on their environmental attitudes, habits and behaviours. The sample characteristics are gathered in Table 1. This study confines the sample to only respondents with higher education, because previous research has suggested a strong relationship between education level and pro-environmental behaviour [37]. A higher education level is positively correlated with concern about environmental issues. Moreover, research on golf identified that the majority of players had college/university or more advanced academic degrees [11,90]. The respondents were selected using a convenience sampling method. The tourists who participated in the study were visiting the destination where the golf course was located. It is a very diversified sample, especially with respect to age and gender. There were 82 females and 265 males.

Table 1. Sample characteristics (N = 347).

Characteristics	N	%
Gender		
Male	265	76.37
Female	82	23.63
Age		
18–29	16	4.61
30–39	48	13.83
40–49	88	25.36
50–59	83	23.92
60–69	90	25.94
70+	22	6.34
Country		
Spain	210	60.52
Germany	50	14.41
United Kingdom	36	10.37
Sweden	9	2.59
Ireland	8	2.31
Belgium	6	1.73
Finland	5	1.44
Italy	5	1.44
Netherlands	4	1.15
Norway	4	1.15
Denmark	2	0.58
Iceland	2	0.58
Luxembourg	2	0.58
Swiss	2	0.58
Albania	1	0.29
France	1	0.29
Years of playing golf		
1–3	43	12.39
4–10	136	39.19
11–20	98	28.24
20+	70	20.17
Current handicap		
1–10	38	10.95
10.1–20	147	42.36
20.1–30	113	32.56
30+	49	14.12

Indeed, golf tourists could be considered relatively highly educated and more likely spend more money at the destination; therefore, they should be closer to being considered as environment-friendly tourists [77]. The questionnaire was handed out on several golf courses located on the Andalusian coast (Spain), because this area receives a large influx of international tourists. A team of interviewers conducted the surveys.

3.2. Measures

Variables such as age, educational attainment, race and income may be indicators or proxies for personal capabilities [20]. However, we believe that the personal capabilities of golf tourists can be better represented by their golf handicaps. A golf handicap is a numerical measure of a golfer's skill or ability: the lower the number, the better the player [91,92]. As McHale [91] states, the handicap is the extra number of shots above the course par that the player should, on average, take in one round. For example, this measure is used by Schön, Ehrmann and Rost [93] as proxies for managers' extra effort.

The questionnaire of the present study includes questions about the current handicap and the highest handicap reached by a golfer. The handicap can be considered as a consequence of the frequency of playing golf. We have also asked about the player's years of experience, since this can provide insights into the extent in which their environmental behaviours reflect continued exposure to the outdoors. Thus, a personal capabilities scale has been developed based on these three indicators. The scale's items are as follows: (1) the handicap that the player currently has; (2) the highest handicap that the player has reached; (3) the current handicap divided by the years of experience; and (4) the highest handicap divided by the years of experience.

Attitudinal factors have been measured through the Brief Ecological Paradigm (BEP) scale, which was developed by López-Bonilla and López-Bonilla [94]. This scale is a short-form measure consisting of five items and providing a balanced measure of the four facets identified in the Revised NEP scale. The New Environmental Paradigm (NEP) scales have become the most widely-used measures of environmental concern in the world [95]. The NEP scales are based on general attitudes regarding the relationship of human beings to the environment [96]. The BEP scale was measured using a Likert-type scale (1 = totally disagree to 5 = totally agree).

Internally- and externally-oriented habits were measured following the work of Dolnicar and Leisch [97], which includes questions on environmentally-friendly behaviour in the home setting. We selected two items for each variable, i.e., internal and external habits. We suggest that these ecological habits at home can be divided into two categories, depending on whether these habitual behaviours have a direct effect inside or outside of the home. For example, it is different to save domestic water than to vote for a political candidate who has expressed a high degree of environmental concern. There is an individualistic perspective, inside the house, and a more collectivist perspective outside of the house. Both scales were measured through a Likert-type scale (1 = totally disagree to 5 = totally agree).

3.3. Analytical Procedure

Structural equation modelling was used for the analyses of the hypothesised relationships. In this context, models based on covariances and on variances can be distinguished. The differences between both types have been explored in diverse studies [98,99]. In the present investigation, partial least squares path modelling (PLS-PM) is used, which is based on variances. PLS-PM has been provided as open-source software, and was included in the free R software environment developed by Sánchez [100].

4. Results

4.1. Analysis of the Measurement Model

4.1.1. Unidimensionality of Indicators

According to the rule that a Cronbach's alpha greater than 0.7 is considered acceptable, personal capabilities and environmental attitudes are good blocks of indicators, but externally-oriented habits are not (see Table 2).

Dillon-Goldstein's rho considers that a block is unidimensional when it is larger than 0.7. This index is considered a better indicator than Cronbach's alpha. If the four latent variables have values greater than 0.7, then they adequately explain their blocks of indicators.

The third metric that is used to contrast the unidimensionality of the indicators is the comparison of the first and second eigenvalues of the correlation matrix of each set of indicators. If the results show that the first eigenvalue is larger than 1 but the second is smaller, then the unidimensionality of indicators is demonstrated.

Table 2. Unidimensionality of the constructs.

Variables	C.alpha	DG.rho	Eig.1st	Eig.2nd
Personal capabilities	0.959	0.970	3.56	0.389
Internally-oriented habits	0.453	0.785	1.29	0.707
Externally-oriented habits	0.614	0.838	1.44	0.557
Environmental Attitudes	0.871	0.907	3.31	0.659

4.1.2. Convergent Validity

Table 3 shows that loadings greater than 0.7 and communalities greater than 0.5 are acceptable. Nevertheless, loadings lower than 0.7 are acceptable too if they are greater than 0.5 and the rest of indicators of the same construct are greater than 0.7 [101].

Table 3. Loadings and communalities.

Variables	Items	Weight	Loading	Communality
Personal capabilities	PC1	0.248	0.932	0.868
	PC2	0.289	0.944	0.891
	PC3	0.253	0.949	0.900
	PC4	0.271	0.948	0.898
Internally-oriented habits	IOH1	0.464	0.687	0.471
	IOH2	0.761	0.896	0.804
Externally-oriented habits	EOH1	0.207	0.602	0.362
	EOH2	0.891	0.983	0.966
Environmental attitudes	EA1	0.222	0.821	0.675
	EA2	0.248	0.732	0.535
	EA3	0.267	0.863	0.745
	EA4	0.272	0.872	0.760
	EA5	0.220	0.768	0.590

Table 4 details the other two measurements for the convergent validity. Hence, if the composite reliability (CR) and average of extracted variance (AVE) are greater than 0.7, then the convergent validity index (loadings, CR and AVE) of the different latent variables is corroborated.

Table 4. Composite reliability (CR) and Average Variance Extracted (AVE).

Variables	Composite Reliability	AVE
Personal capabilities	0.970	0.889
Internally-oriented habits	0.776	0.637
Externally-oriented habits	0.789	0.664
Environmental Attitudes	0.907	0.661

4.1.3. Discriminant Validity

Discriminant validity of the constructs of the research model is evaluated by using the average variance extracted (AVE), as proposed by Fornell and Larcker [102]. The results, which are presented in Table 5, show that all the correlations are lower than the variances, and, therefore, that discriminant validity exists. The correlation between the latent variables is represented below the diagonal of the table, while the square root of the AVE is located on the diagonal.

Table 5. Discriminant validity.

Variables	Personal Capabilities	Internally-Oriented Habits	Externally-Oriented Habits	Environmental Attitudes
Personal capabilities	0.9428			
Internally-oriented habits	0.1155	0.7981		
Externally-oriented habits	0.0858	0.2936	0.8148	
Environmental Attitudes	−0.0038	−0.1860	0.2271	0.8130

The convergent and discriminant analyses demonstrate the validity of the measurement model.

4.2. Analysis of the Structural Model

To contrast the precision of the parameter that estimates the different relationship between the latent variables in both female and male groups, bootstrapping was used with one thousand samples. The results are shown in Table 6. This table shows the relationships and interactions that are corroborated with a significance level of the 5%. Therefore, Hypotheses H1a, H2a and H4a are confirmed in both sexes; Hypotheses H5a and H7a are confirmed only in men; and Hypotheses H3a, H6a and H8a are rejected in both sexes.

Table 6. Groups of men and women (Paths).

Relationships/Interactions	G	Original	Mean.Boot	Std.Error	Perc.025	Perc.975	Sig.
Personal capabilities → Internally-oriented habits	M	0.0900	0.0873	0.0482	0.00187	0.1868	Yes
	W	0.0853	0.098	0.125	−0.1618	0.327	Yes
Personal capabilities → Externally-oriented habits	M	0.1111	0.1089	0.0441	0.01896	0.1961	Yes
	W	0.2241	0.2243	0.103	0.0232	0.421	Yes
Personal capabilities → Environmental attitudes	M	−0.0838	−0.0912	0.0913	−0.29168	0.0655	No
	W	−0.0838	−0.0912	0.0913	−0.29168	0.0655	No
Internally-oriented habits → Environmental attitudes	M	0.2468	0.2393	0.0718	0.10014	0.3717	Yes
	W	0.3737	0.3569	0.141	0.0463	0.613	Yes
Externally-oriented habits → Environmental attitudes	M	−0.2708	−0.2700	0.0645	−0.39320	−0.1499	Yes
	W	−0.1360	−0.1494	0.126	−0.4024	0.106	No
Personal capabilities and Internally-oriented habits → Environmental attitudes	M	−0.1302	−0.1384	0.0790	−0.29931	0.0222	No
	W	0.1315	0.1334	0.138	−0.1628	0.382	No
Personal capabilities and Externally-oriented habits → Environmental attitudes	M	0.1597	0.1816	0.0981	0.02649	0.3910	Yes
	W	−0.0234	−0.0406	0.137	−0.3469	0.207	No
Externally-oriented habits and Internally-oriented habits → Environmental attitudes	M	−0.0325	−0.0344	0.0681	−0.16585	0.0997	No
	W	0.0487	0.0330	0.163	−0.3287	0.317	No

Comparison between Both Groups

To explore the moderator effect of sex, a multi-group analysis is needed. In our study, we use the bootstrapping method to analyse possible differences in the paths between male and female golfers, as this is well established within the community of researchers using PLS [103]. The path comparisons show few significant differences between women and men. Therefore, only Hypothesis H7b is confirmed. These results are shown in Table 7.

Table 7. Comparison between men and women (Paths).

Relationships/Interactions	Global	Men	Women	Diff.abs	T.stat	Dg.fr	p-Value	Sig.
Personal capabilities → Externally-oriented habits	0.1155	0.1111	0.2241	0.1130	1.1584	345	0.1238	No
Personal capabilities → Internally-oriented habits	0.0858	0.0900	0.0853	0.0046	0.0511	345	0.4796	No
Personal capabilities → Environmental attitudes	−0.0030	−0.0838	0.2133	0.2972	1.4948	345	0.0679	No
Externally-oriented habits → Environmental attitudes	−0.2773	−0.2708	−0.1360	0.1348	0.9596	345	0.1690	No
Internally-oriented habits → Environmental attitudes	0.3036	0.2468	0.3737	0.1269	0.8380	345	0.2013	No
Personal capabilities and Externally-oriented habits → Environmental attitudes	0.0381	0.1597	−0.0234	0.1831	1.1337	345	0.1289	No
Personal capabilities and Internally-oriented habits → Environmental attitudes	−0.0415	−0.1302	0.1315	0.2616	1.7351	345	0.0418	Yes
Externally-oriented habits and Internally-oriented habits → Environmental attitudes	−0.0362	−0.0325	0.0487	0.0812	0.5235	345	0.3005	No

Table 8 details the explained variance (R^2) of the endogenous variables. The environmental attitudes are explained by 21.6% of the variance in the group of women players and by 13.13% of the variance in the group of men players. The results exceed the minimum value recommended by Falk and Miller [104], that is, an R^2 value equal to or greater than 10%.

Table 8. Explained variance of the endogenous variables.

Variables	R^2 Global	R^2 Men	R^2 Women
Internally-oriented habits	0.00736	0.00809	0.00728
Externally-oriented habits	0.01333	0.01235	0.05021
Environmental Attitudes	0.12425	0.13131	0.21599

5. Discussion and Conclusions

Research on sustainability and golf has increased in recent years. However, the vast majority of the studies have focused on the sustainable perspective of golf courses, while research on the sustainability of golf from the user's point of view has been scarce [94]. For this reason, the present paper aims to contribute to the literature on sustainability and golf from the tourist perspective.

Golf provides an extension of contact with the physical environment. Although golf courses are very controversial in environmental terms [105], the "natural environment" is a key-determining factor to attract golf tourists [106]. Thus, it is necessary to understand the behavioural patterns and processes that motivate the choices of golf tourists to help managers of golf courses. Golf players may be a key element by which to promote and support pro-environmental behaviour [30].

In general, the descriptive data show only limited gender differences in golf tourists. The results indicate that, on average, women score higher than men in internally- and externally-oriented habits. These results are in line with other scholarship [37,40,41], which has found that women usually exhibit more pro-environmental attitudes and behaviour than men. However, contrary to previous findings, men score higher than women in environmental attitudes. Concerning golf tourists' personal

capabilities, men reached a better handicap than women, but the latter have fewer years of experience than the former. As McGinnis, Gentry and Haltom [39] (p. 4) recently pointed out, “females do not have the requisite time to develop their golf skills”.

The present work has several theoretical implications, and therefore, enriches our understanding of the relationships between pro-environmental factors. We believe that this is the first study in the field of tourism-hospitality that integrates personal capabilities, habits and environmental attitudes into a single model. Moreover, it is possible that our work is the first to analyse the interactions and relationships between the causal factors influencing environmentally-significant behaviours, as proposed by Stern [20].

Regarding interactions between golf tourists’ personal factors, no gender differences were found. It is only the interactions between personal capabilities and externally-oriented habits that had a positive effect on environmental attitudes in the case of men. The results of this study may be more interesting regarding the relationships between personal capabilities, ecological habits and environmental attitudes. The relationships between personal factors in our research model were different between men and women.

Our findings are consistent with those of Miller, Merrilees and Coghlan [65] in supporting the idea that habits emerge as the dominant antecedent (and consequence) in this study. In general, internally- and externally-oriented habits affect golf tourists’ environmental attitudes; this is in line with the results of previous studies [107,108]. However, gender differences were found in our study. Thus, personal capabilities influence externally-oriented habits in both sexes, but only affect internally-oriented habits in men. Moreover, internally-oriented habits have a positive influence on environmental attitudes in women, while externally-oriented habits only positively affect environmental attitudes in men. Following Matthies, Kuhn and Klöckner [38], women might have a different pattern of pro-environmental behaviour than men. On the one hand, women are more active only in the private sphere, according to Dietz, Stern and Guagnano [32], favouring pro-environmental behaviour (e.g., recycling and buying organic products), but the same does not hold true in other, more public spheres (e.g., using public transport and voting for a more environmentalist candidate). The private sphere has a direct environmental impact, whereas the public sphere has an indirect one. The fact that only internal habits in females have a significant effect on environmental attitudes is in line with the findings of some previous studies that have suggested that women generally show more environmental concern, but less activism, than males [35,36,40,43].

On the other hand, environmental actions related to the public sphere are considered to be more dominated by men. However, we find a significant negative effect of externally-oriented habits on environmental attitudes in men. As Jansson, Marell and Nordlund [109] suggest, these findings indicate that previously formed habits can act as an obstacle to performing environmental behaviours that require more involvement. Thus, for example, Moller and Thøgersen [110] noted that car use habits act as barriers to the transformation of intentions to commute by public transportation into action. In this sense, women may develop stronger use of public transport than men, because they are presumably the first ones to travel less frequently by car [38].

The present study is one of the few investigations that has analysed the personal capabilities through knowledge and skills, according to the definition provided by Stern [20], and not through demographic variables, as the vast majority of previous research has done [68–71,74,76]. It is possible that knowledge and skills have more explanatory power for many environmental behaviours. However, as Miao and Wei [111] found in a hotel setting, increases in knowledge do not necessarily lead to greater displays of ecological behaviour. Gungor et al. [112] suggested that environmental knowledge plays a key role in pro-environmental behaviour, but no meaningful relation was found in terms of gender. Our results indicated that golf tourists’ personal capabilities only significantly influence internally and externally-oriented habits in men. It is possible that increased knowledge and skills induce pro-environmental behaviour in men. This also means that male players need more knowledge and skills than female players to adopt environmental habits. A possible explanation of this gender

difference, in general, is based on socialization theory and the different roles occupied by males and females. This framework promotes the role of caregivers in women [31,34,42,43].

As Eom, Kim, Sherman and Ishii [113] suggest, it is possible that concern for the environment is affected by cultural values. Several studies found that different factors in individualistic and collectivistic cultures are determinants of the formation of pro-environmental behaviour. For example, both older and more recent studies have confirmed that collectivist orientation has a significant effect on recycling attitude [114], environmental commitment [115] and attitudes toward renewable energy technologies [116,117]. Thus, a society's collectivism develops stronger eco-friendly behaviours. However, the literature notes that most Western countries are associated with high levels of individualism [118,119].

These findings also have practical implications for promoting environmentally-sustainable attitudes and actions. Personal variables are of special interest to policy-makers and macro-marketers when situational forces cannot be changed, and personal influences may provide the only factors that affect environmental behaviour [22]. In this sense, habits are identified as being among the key determinants of pro-environmental attitudes and behaviours [20,90], and therefore, pro-environmental habits of golf tourists are relatively low. In this case, weak habits can be approached via downstream marketing (focused on individual behaviour), although the development of system-derived sustainable consumption behaviours requires the creation of new habits and social practices [120]. However, as Dahlstrand and Biel [90] pointed out, environmental concern is more influential when habits are weak. Thus, golf course management may include rules of environmental behaviour that encourage user habits. Golf courses could also adopt social marketing practices to promote norms in order to engage players in their environmental change programmes. Social marketing may be useful in helping to bring about changes in behaviour for sustainable tourism [121,122].

Green advertising and green marketing, in general, are increasingly important; however, the effectiveness of these strategies is questionable [3]. Unlike much research in the field of green consumer behaviours [20,32,123], we found that gender is useful for profiling golf tourists. To increase competitiveness, golf course managers must add ecologically-friendly designs and management policies in terms of emphasizing diverse kinds of information for different segments, especially distinguishing men and women.

It is important to comment on some limitations in the present study and some key opportunities for further research. First, our results should be considered with caution and in taking into account the sampling limitations. In this sense, the convenience sample method may create some problems for generalizing the results. However, as Calder, Phillips and Tybout [124] suggested, it is not so unsuitable for the data used to be inappropriate for testing a theory.

Second, the sample was dominated by male respondents. This predominance of male respondents is not surprising given the demographics of golf players worldwide [125–127]. Future studies should expand the female sample and also consider tourists from Eastern cultures. For example, several studies have indicated that Asian cultures have higher levels of environmental concern and conservation attitudes [128–130]. In this sense, the profiles of individualism and collectivism of travellers could be compared in future research, examining the influence of the cultural orientations as antecedents to environmental habits and attitudes.

Third, the construct of habit is difficult to measure [131–133]. The number of items used to assess the ecological habits might, to some extent, contribute to lower associations with the environmental attitudes observed in the present research. Therefore, the use of more refined measurements may be needed to examine the relationship between habits and environmental attitudes more accurately. On the one hand, for example, item 1, which is related to the use of public transport, may be influenced by age. As Lynn [79] noted, young adults are the most environmentally-friendly in their transport behaviour. However, the sample age of the golf tourists is high, with an average of over 50 years. In this case, an interesting extension of this study would be to examine our model across a wide range of age groups.

On the other hand, it is possible that item 4, which is related to voting for a more environmentalist candidate, is not a good option to include in the scale of externally-oriented habits. As Kurtz, Gartner, Verplanken and Abraham [134] indicate, habits require repetition and minimal conscious monitoring. However, political elections are usually every four or five years, and are not frequently held. This motivates an individual or voter to engage in more deliberate decision making. Moreover, habits are context-dependent. Thus, in some countries, such as Germany, a green political party has been consolidated throughout the national territory. However, in other countries, such as Spain, this political trend has not yet developed. In this sense, future research should look at the role of local identity in moderating the environmental habits, attitudes and behaviours of tourists. As Chubchuwong, Beise-Zee and Speece [6] suggest, destination attachment is stronger if visitors are quasi-residents of the community.

Author Contributions: J.M.L.-B., M.d.C.R.-R. and L.M.L.-B. contributed equally to this work. All authors wrote, reviewed and commented on the manuscript. All authors have read and agreed to the published version of the manuscript.

Funding: This research received no external funding.

Conflicts of Interest: The authors declare no conflict of interest.

References

1. Niñerola, A.; Sánchez-Rebull, M.V.; Hernández-Lara, A.B. Tourism Research on Sustainability: A Bibliometric Analysis. *Sustainability* **2019**, *11*, 1377. [\[CrossRef\]](#)
2. Hall, C.M.; Gössling, S.; Scott, D. (Eds.) *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability*; Routledge: Abingdon, UK, 2015.
3. Chan, E.S.W.; Hsu, C.H.C. Environmental Management Research in Hospitality. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.* **2016**, *28*, 886–923. [\[CrossRef\]](#)
4. Qian, J.; Shen, H.; Law, R. Research in Sustainable Tourism: A Longitudinal Study of Articles between 2008 and 2017. *Sustainability* **2018**, *10*, 590. [\[CrossRef\]](#)
5. Choi, A.S.; Ritchie, B.W.; Fielding, K.S. A Mediation Model of Air Travelers' Voluntary Climate Action. *J. Travel Res.* **2016**, *55*, 709–723. [\[CrossRef\]](#)
6. Chubchuwong, M.; Beise-Zee, R.; Speece, M.W. The Effect of Nature-based Tourism, Destination Attachment and Property Ownership on Environmental-friendliness of Visitors: A Study in Thailand. *Asia Pac. J. Tour. Res.* **2015**, *20*, 656–679. [\[CrossRef\]](#)
7. Goh, E.; Ritchie, B.; Wang, J. Non-compliance in National Parks: An Extension of the Theory of Planned Behaviour Model with Pro-environmental Values. *Tour. Manag.* **2017**, *59*, 123–127. [\[CrossRef\]](#)
8. Jang, S.Y.; Chung, Y.; Kim, Y.G. Effects of Environmentally Friendly Perceptions on Customers' Intentions to Visit Environmentally Friendly Restaurants: An Extended Theory of Planned Behavior. *Asia Pac. J. Tour. Res.* **2015**, *20*, 599–618. [\[CrossRef\]](#)
9. Han, H.; Hwang, J.; Lee, M.J. The Value–Belief–Emotion–Norm Model: Investigating Customers' Eco-Friendly Behaviour. *J. Travel Tour. Mark.* **2017**, *34*, 590–607. [\[CrossRef\]](#)
10. Han, H.; Yoon, H. Customer Retention in the Eco-friendly Hotel Sector: Examining the Diverse Processes of Post-purchase Decision-making. *J. Sustain. Tour.* **2015**, *23*, 1095–1113. [\[CrossRef\]](#)
11. Han, H.; Yoon, H.; Woods, D.P. Role of Environmental Consciousness in Golfers' Decision Formation in the Traditional and Screen-Golf Industries. *J. Qual. Assur. Hosp. Tour.* **2016**, *17*, 290–310. [\[CrossRef\]](#)
12. Han, H.; Yu, J.; Kim, W. Investigating Airline Customers' Decision-Making Process for Emerging Environmentally-Responsible Electric Airplanes: Influence of Gender and Age. *Tour. Manag.* **2019**, *31*, 85–94. [\[CrossRef\]](#)
13. Mehmetoglu, M. Factors Influencing the Willingness to Behave Environmentally Friendly at Home and Holiday Settings. *Scand. J. Hosp. Tour.* **2010**, *10*, 430–447. [\[CrossRef\]](#)
14. Carrus, G.; Bonaiuto, M.; Bonnes, M. Environmental Concern, Regional Identity, and Support for Protected Areas in Italy. *Environ. Behav.* **2005**, *37*, 237–257. [\[CrossRef\]](#)
15. Vorkinn, M.; Riese, H. Environmental Concern in a Local Context: The Significance of Place Attachment. *Environ. Behav.* **2001**, *33*, 249–263. [\[CrossRef\]](#)

16. Kollmuss, A.; Agyeman, J. Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What Are the Barriers to Pro-Environmental Behavior? *Environ. Educ. Res.* **2002**, *8*, 239–260. [[CrossRef](#)]
17. Dolnicar, S. Identifying Tourists with Smaller Environmental Footprints. *J. Sustain. Tour.* **2010**, *18*, 717–734. [[CrossRef](#)]
18. Juvan, E.; Dolnicar, S. The Attitude-behaviour Gap in Sustainable Tourism. *Ann. Tour. Res.* **2014**, *48*, 76–95. [[CrossRef](#)]
19. Chuvieco, E.; Burgui-Burgui, M.; Da Silva, E.V.; Hussein, K.; Alkaabi, K. Factors Affecting Environmental Sustainability Habits of University Students: Intercomparison Analysis in Three Countries (Spain, Brazil and UAE). *J. Clean. Prod.* **2018**, *198*, 1372–1380. [[CrossRef](#)]
20. Stern, P.C. Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. *J. Soc. Issues* **2000**, *56*, 407–424. [[CrossRef](#)]
21. Steg, L.; Vlek, C. Encouraging pro-environmental behaviour: An Integrative Review and Research Agenda. *J. Environ. Psychol.* **2009**, *29*, 309–317. [[CrossRef](#)]
22. Claudy, M.C.; Peterson, M.; O'Driscoll, A. Understanding the Attitude-Behavior Gap for Renewable Energy Systems Using Behavioral Reasoning Theory. *J. Macromarketing* **2003**, *33*, 273–287. [[CrossRef](#)]
23. Carmi, N.; Arnon, S.; Orion, N. Seeing the Forest as well as the Trees: General vs. Specific Predictors of Environmental Behavior. *Environ. Educ. Res.* **2015**, *21*, 1011–1028. [[CrossRef](#)]
24. Utrero-González, N.; Callado-Muñoz, F.J. Competing for Water: Golf Courses in Semiarid Regions. The Case in Spain. *Water Supply* **2014**, *14*, 886–897. [[CrossRef](#)]
25. Li, F.R.; Yang, S.P.; Yu, D.; Wang, H.M.; Chen, Y.; Peng, Y.N. Environmental Pollution Analysis and Countermeasures of the Golf Course in Yangzonghai Area. *Adv. Mater. Res.* **2013**, *788*, 283–287. [[CrossRef](#)]
26. Rice, P.J.; Horgan, B.P.; Hamlin, J.L. Evaluation of Individual and Combined Management Practices to Reduce the Off-site Transport of Pesticides from Golf Course Turf. *Sci. Total Environ.* **2017**, *583*, 72–80. [[CrossRef](#)]
27. Fox, S.-J.C.; Hockey, P.A.R. Impacts of a South African Coastal Golf Estate on Shrubland Bird Communities. *South Afr. J. Sci.* **2007**, *103*, 27–34.
28. Minoli, D.M.; Smith, M.T. An Exploration of Golf and Voluntary Environmental Programmes. *J. Environ. Plan. Manag.* **2011**, *54*, 871–889. [[CrossRef](#)]
29. Mackey, M.J.; Connette, G.M.; Peterman, W.E.; Semlitsch, R.D. Do Golf Courses Reduce the Ecological Value of Headwater Streams for Salamanders in the Southern Appalachian Mountains? *Landsc. Urban Plan.* **2014**, *125*, 17–27. [[CrossRef](#)]
30. López-Bonilla, J.M.; Reyes-Rodríguez, M.C.; López-Bonilla, L.M. The Environmental Attitudes and Behaviours of European Golf Tourists. *Sustainability* **2018**, *10*, 2214. [[CrossRef](#)]
31. Braun, T.; Cottrell, R.; Dierkes, P. Fostering Changes in Attitude, Knowledge and Behavior: Demographic Variation in Environmental Education Effects. *Environ. Educ. Res.* **2018**, *24*, 899–920. [[CrossRef](#)]
32. Dietz, T.; Stern, P.C.; Guagnano, G.A. Social Structural and Social Psychological Bases of Environmental Concern. *Environ. Behav.* **1998**, *30*, 450–471. [[CrossRef](#)]
33. Eisler, A.D.; Eisler, H.; Yoshida, M. Perception of Human Ecology: Cross-cultural and Gender Comparisons. *J. Environ. Psychol.* **2003**, *23*, 89–101. [[CrossRef](#)]
34. Gilligan, C. *In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development*; Harvard University Press: Cambridge, MA, USA, 1982.
35. Hunter, L.M.; Hatch, A.; Johnson, A. Cross-national Gender Variation in Environmental Behaviors. *Soc. Sci. Q.* **2004**, *85*, 677–694. [[CrossRef](#)]
36. Johnson, C.Y.; Bowker, J.M.; Cordell, H.K. Ethnic Variation in Environmental Belief and Behavior: An Examination of the New Ecological Paradigm in a Social Psychological Context. *Environ. Behav.* **2004**, *36*, 157–186. [[CrossRef](#)]
37. Martínez-Espiñeira, R.; García-Valiñas, M.A.; Nauges, C. Households' Pro-environmental Habits and Investments in Water and Energy Consumption: Determinants and Relationships. *J. Environ. Manag.* **2014**, *133*, 174–183. [[CrossRef](#)] [[PubMed](#)]
38. Matthies, E.; Kuhn, S.; Klöckner, C.A. Travel Mode Choice of Women. The Result of Limitation, Ecological Norm, or Weak Habit? *Environ. Behav.* **2002**, *34*, 163–177. [[CrossRef](#)]
39. McGinnis, L.P.; Gentry, J.W.; Haltom, T.M. Gender, Millennials, and Leisure Constraints: Exploring Golf's Participation Decline. *J. Policy Res. Tour. Leis. Events* **2019**. [[CrossRef](#)]

40. Olli, E.; Grendstad, G.; Wollebaek, D. Correlates of Environmental Behaviours. Bringing Back Social Context. *Environ. Behav.* **2001**, *33*, 181–208.
41. Roberts, J.A.; Bacon, D.R. Exploring the Subtle Relationships between Environmental Concern and Ecologically Conscious Consumer Behavior. *J. Bus. Res.* **1997**, *40*, 79–89. [[CrossRef](#)]
42. Vicente-Molina, M.A.; Fernández-Sainz, A.; Izagirre-Olaizola, J. Does Gender Make a Difference in Pro-environmental Behavior? The Case of the Basque Country University Students. *J. Clean. Prod.* **2018**, *176*, 89–98. [[CrossRef](#)]
43. Xiao, C.; Hong, D. Gender Differences in Environmental Behaviors among the Chinese Public: Model of Mediation and Moderation. *Environ. Behav.* **2018**, *50*, 975–996. [[CrossRef](#)]
44. Zelezny, L.C.; Chua, P.P.; Aldrich, C. Elaborating on Gender Differences in Environmentalism. *J. Soc. Issues* **2000**, *56*, 443–457. [[CrossRef](#)]
45. Klöckner, C.A. A Comprehensive Model of the Psychology of Environmental Behaviour. A Meta-Analysis. *Glob. Environ. Chang.* **2013**, *23*, 1028–1038. [[CrossRef](#)]
46. Sopha, B.M.; Klöckner, C.A. Psychological Factors in the Diffusion of Sustainable Technology: A Study of Norwegian Households' Adoption of Wood Pellet Heating. *Renew. Sustain. Energy Rev.* **2011**, *15*, 2756–2765. [[CrossRef](#)]
47. Ajzen, I.; Fishbein, M. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*; Prentice Hall: Englewood Cliffs, NJ, USA, 1980.
48. Schwartz, S.H.; Howard, J.A. A Normative Decision-making Model of Altruism. In *Altruism and Helping Behavior*; Rushton, J.P., Sorrentino, R.M., Eds.; Lawrence Erlbaum: Hillsdale, NJ, USA, 1981; pp. 89–211.
49. Ajzen, I. The Theory of Planned Behavior. *Organ. Behav. Hum. Decis. Process.* **1991**, *50*, 179–211. [[CrossRef](#)]
50. Stern, P.C.; Dietz, T.; Abel, T.D.; Guagnano, G.; Kalof, L. *A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism*; Huxley College on the Peninsulas Publications: Bellingham, WA, USA, 1999. Available online: https://cedar.wvu.edu/hcop_facpubs/1 (accessed on 23 June 2019).
51. Juvan, E.; Dolnicar, S. Drivers of Pro-Environmental Tourist Behaviours Are not Universal. *J. Clean. Prod.* **2017**, *166*, 879–890. [[CrossRef](#)]
52. Festinger, L.A. *Theory of Cognitive Dissonance*; Stanford University Press: Stanford, CA, USA, 1957.
53. Stryker, S. Identity Salience and Role Performance: The Importance of Symbolic Interaction Theory for Family Research. *J. Marriage Fam.* **1968**, *30*, 558–564. [[CrossRef](#)]
54. Gao, Y.; Mattila, A.S.; Lee, S. A Meta-Analysis of Behavioral Intentions for Environment-Friendly Initiatives in Hospitality Research. *Int. J. Hosp. Manag.* **2016**, *54*, 107–115. [[CrossRef](#)]
55. Lu, J.; Nepal, S.K. Sustainable Tourism Research: An Analysis of Papers Published in the Journal of Sustainable Tourism. *J. Sustain. Tour.* **2009**, *17*, 5–16. [[CrossRef](#)]
56. Myung, E.; McLaren, A.; Li, L. Environmentally Related Research in Scholarly Hospitality Journals: Current Status and Future Opportunities. *Int. J. Hosp. Manag.* **2012**, *31*, 1264–1275. [[CrossRef](#)]
57. Gao, J.; Huang, Z.; Zhang, C. Tourists' Perceptions of Responsibility: An Application of Norm-Activation Theory. *J. Sustain. Tour.* **2017**, *25*, 276–291. [[CrossRef](#)]
58. Qiao, G.; Gao, J. Chinese Tourists' Perceptions of Climate Change and Mitigation Behavior: An Application of Norm Activation Theory. *Sustainability* **2017**, *9*, 1322. [[CrossRef](#)]
59. Han, H. Travelers' Pro-Environmental Behavior in a Green Lodging Context: Converging Value-Belief-Norm Theory and the Theory of Planned Behaviour. *Tour. Manag.* **2015**, *47*, 164–177. [[CrossRef](#)]
60. Kiatkawsin, K.; Han, H. Young Travelers' Intention to Behave Pro-Environmentally: Merging the Value-Belief-Norm Theory and the Expectancy Theory. *Tour. Manag.* **2017**, *59*, 76–88. [[CrossRef](#)]
61. Tölkes, C. The Role of Sustainability Communication in the Attitude–Behaviour Gap of Sustainable Tourism. *Tour. Hosp. Res.* **2018**. [[CrossRef](#)]
62. Russell, S.; Fielding, K. Water Demand Management Research: A Psychological Perspective. *Water Resour. Res.* **2010**, *46*, W05302. [[CrossRef](#)]
63. Wati, Y.; Koo, C.; Chung, N. Intention to Use Green IT/IS: A Model of Multiple Factors. In Proceedings of the 2011 IEEE 13th Conference on Commerce and Enterprise Computing, Luxembourg, 5–7 September 2011; pp. 428–435.
64. März, S. Beyond Economics-Understanding the Decision-Making of German Small Private Landlords in Terms of Energy Efficiency Investment. *Energy Effic.* **2018**, *11*, 1721–1743. [[CrossRef](#)]

65. Miller, D.; Merrilees, B.; Coghlan, A. Sustainable Urban Tourism: Understanding and Developing Visitor Pro-Environmental Behaviours. *J. Sustain. Tour.* **2015**, *23*, 26–46. [[CrossRef](#)]
66. Lee, T.H.; Jan, F.H. The Influence of Recreation Experience and Environmental Attitude on the Environmentally Responsible Behavior of Community-Based Tourists in Taiwan. *J. Sustain. Tour.* **2015**, *23*, 1063–1094. [[CrossRef](#)]
67. Li, L.; Wang, L.Y. An empirical study on the effect of eco-tourism visitors' environmental attitudes on environmental behavior. *Appl. Ecol. Environ. Res.* **2017**, *15*, 91–101. [[CrossRef](#)]
68. Clark, W.A.; Finley, J.C. Determinants of Water Conservation Intention in Blagoevgrad, Bulgaria. *Soc. Nat. Resour.* **2007**, *20*, 613–627. [[CrossRef](#)]
69. Gilg, A.; Barr, S. Behavioural Attitudes Towards Water Saving? Evidence from a Study of Environmental Actions. *Ecol. Econ.* **2006**, *57*, 400–414. [[CrossRef](#)]
70. Lam, S.P. Predicting intention to save water: Theory of Planned Behavior, Response Efficacy, Vulnerability, and Perceived Efficiency of Alternative Solutions. *J. Appl. Soc. Psychol.* **2006**, *36*, 2803–2824. [[CrossRef](#)]
71. Testa, F.; Iraldo, F.; Tessitore, S.; Frey, M. Strategies and Approaches Green Advertising: An Empirical Analysis of the Italian Context. *Int. J. Environ. Sustain. Dev.* **2011**, *10*, 375–395. [[CrossRef](#)]
72. Roberts, J.A. Profiling Levels of Socially Responsible Consumer Behavior: A Cluster Analytic Approach and Its Implications for Marketing. *J. Mark. Theory Pract.* **1995**, *3*, 97–117. [[CrossRef](#)]
73. Roberts, J.A. Green Consumers in the 1990s: Profile and Implications for Advertising. *J. Bus. Res.* **1996**, *36*, 217–231. [[CrossRef](#)]
74. Sardanou, E. Estimating Energy Conservation Patterns of Greek Households. *Energy Policy* **2007**, *35*, 3778–3791. [[CrossRef](#)]
75. Zimmer, M.R.; Stafford, T.F.; Stafford, M.R. Green Issues: Dimensions of Environmental Concern. *J. Bus. Res.* **1994**, *30*, 63–74. [[CrossRef](#)]
76. Testa, F.; Cosic, A.; Iraldo, F. Determining Factors of Curtailment and Purchasing Energy Related Behaviours. *J. Clean. Prod.* **2016**, *112*, 3810–3819. [[CrossRef](#)]
77. Dolnicar, S.; Crouch, G.I.; Long, P. Environmentally Friendly Tourists: What do We Really Know about Them? *J. Sustain. Tour.* **2008**, *16*, 197–210. [[CrossRef](#)]
78. Sudbury-Riley, L.; Hofmeister-Toth, A.; Kohlbacher, F. A Cross-National Study of the Ecological Worldview of Senior Consumers. *Int. J. Consum. Stud.* **2014**, *38*, 500–509. [[CrossRef](#)]
79. Lynn, P. *Distinguishing Dimensions of Pro-Environmental Behaviour*; ISER Working Paper Series, No. 2014-19; University of Essex, Institute for Social and Economic Research (ISER): Colchester, UK, 2014; Available online: <http://hdl.handle.net/10419/123804> (accessed on 25 June 2019).
80. Triandis, H.C. Values, Attitudes, and Interpersonal Behavior. In *Nebraska Symposium on Motivation 1979: Beliefs, Attitudes, and Values*; Page, M.M., Ed.; University of Nebraska Press: Lincoln, NE, USA, 1980.
81. Klöckner, C.A.; Matthies, E. How Habits Interfere with Norm-Directed Behaviour: A Normative Decision-Making Model for Travel Mode Choice. *J. Environ. Psychol.* **2004**, *24*, 319–327. [[CrossRef](#)]
82. Hwang, K.; Lee, J. Antecedents and Consequences of Ecotourism Behavior: Independent and Interdependent Self-Construals, Ecological Belief, Willingness to Pay for Ecotourism Services and Satisfaction with Life. *Sustainability* **2018**, *10*, 789. [[CrossRef](#)]
83. Lee, Y.K. A Comparative Study of Green Purchase Intention between Korean and Chinese Consumers: The Moderating Role of Collectivism. *Sustainability* **2017**, *9*, 1930. [[CrossRef](#)]
84. Moraes, C.; Carrigan, M.; Szmigin, I. The Coherence of Inconsistencies: Attitude-behaviour Gaps and New Consumption Communities. *J. Mark. Manag.* **2012**, *28*, 103–128. [[CrossRef](#)]
85. Pronello, C.; Gaborieau, J.B. Engaging in Pro-Environment Travel Behaviour Research from a Psycho-Social Perspective: A Review of Behavioural Variables and Theories. *Sustainability* **2018**, *10*, 2412. [[CrossRef](#)]
86. Schill, M.; Shaw, D. Recycling Today, Sustainability Tomorrow: Effects of Psychological Distance on Behavioural Practice. *Eur. Manag. J.* **2016**, *34*, 349–362. [[CrossRef](#)]
87. Scott, A.; Oates, C.; Young, W. A Conceptual Framework of the Adoption and Practice of Environmental Actions in Households. *Sustainability* **2015**, *7*, 5793–5818. [[CrossRef](#)]
88. Verplanken, B.; Aarts, H. Habit, Attitude, and Planned Behaviour: Is Habit an Empty Construct or an Interesting Case of Goal-directed Automaticity? *Eur. Rev. Soc. Psychol.* **1999**, *10*, 101–134. [[CrossRef](#)]
89. Dahlstrand, U.; Biel, A. Pro-environmental Habits: Propensity Levels in Behavioural Change. *J. Appl. Soc. Psychol.* **1997**, *27*, 588–601. [[CrossRef](#)]

90. Lyu, S.O.; Lee, Y. How Do Golf Tourists Manage Golfing Constraints? A Choice Modeling Approach. *J. Hosp. Tour. Res.* **2018**, *42*, 295–318. [[CrossRef](#)]
91. McHale, I.G. Assessing the Fairness of the Golf Handicapping System in the UK. *J. Sports Sci.* **2010**, *28*, 1033–1041. [[CrossRef](#)] [[PubMed](#)]
92. European Golf Association (EGA). Handicap System Manual. Available online: <http://www.ega-golf.ch/page/system-manual> (accessed on 20 June 2019).
93. Schön, C.; Ehrmann, T.; Rost, K. Ownership, Visibility and Effort: Golf Handicaps as Proxies for Top Managers' Extra Effort. *KYKLOS* **2015**, *68*, 255–274. [[CrossRef](#)]
94. López-Bonilla, L.M.; López-Bonilla, J.M. From the New Environmental Paradigm to the Brief Ecological Paradigm: A revised Scale in Golf Tourism. *Anatolia* **2016**, *27*, 227–236. [[CrossRef](#)]
95. Dunlap, R.E. The New Environmental Paradigm Scale: From Marginality to Worldwide Use. *J. Environ. Educ.* **2008**, *40*, 3–18. [[CrossRef](#)]
96. López-Bonilla, J.M.; López-Bonilla, L.M. Environmental Orientation in Tourism: The RTEO Scale. *Curr. Issues Tour.* **2012**, *15*, 591–596. [[CrossRef](#)]
97. Dolnicar, S.; Leisch, F. Selective Marketing for Environmentally Sustainable Tourism. *Tour. Manag.* **2008**, *29*, 672–680. [[CrossRef](#)]
98. López-Bonilla, L.M.; López-Bonilla, J.M. Estudio Comparado de las Estimaciones de Dos Versiones del Modelo de Aceptación de la Tecnología (TAM) mediante los Programas AMOS y PLS. *Investigaciones Europeas De Dirección Y Economía De La Empresa* **2006**, *12*, 95–110.
99. López-Bonilla, L.M.; López-Bonilla, J.M. Explaining the Discrepancy in the Mediating Role of Attitude in the TAM. *Br. J. Educ. Technol.* **2017**, *48*, 940–949. [[CrossRef](#)]
100. Sanchez, G. *PLS Path Modeling with R*; Trowchez Editions: Berkeley, CA, USA, 2013.
101. Chin, W.W. The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. In *Modern Methods for Business Research*; Marcoulides, G.A., Ed.; Lawrence Erlbaum Associates: Hillsdale, NJ, USA, 1998; pp. 295–336.
102. Fornell, C.; Larcker, D. Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *J. Mark. Res.* **1981**, *18*, 39–50. [[CrossRef](#)]
103. Sarstedt, M.; Henseler, J.; Ringle, C. Multigroup Analysis in Partial Least Squares (PLS) Path Modeling: Alternative Methods and Empirical Results. In *Measurement and Research Methods in International Marketing*; Sarstedt, M., Schwaiger, M., Taylor, C., Eds.; Emerald Group Publishing Limited: Bingley, UK, 2011; Volume 22, pp. 195–218.
104. Falk, R.F.; Miller, N.B. *A Primer for Soft Modeling*; The University of Akron Press: Akron, OH, USA, 1992.
105. Briassoulis, H. "Sorry Golfers, this is not your Spot!": Exploring Public Opposition to Golf Development. *J. Sport Soc. Issues* **2010**, *34*, 288–311. [[CrossRef](#)]
106. Kim, J.H.; Ritchie, B.W. Motivation-based Typology: An Empirical Study of Golf Tourists. *J. Hosp. Tour. Res.* **2012**, *36*, 251–280. [[CrossRef](#)]
107. Bamberg, S.; Schmidt, P. Incentives, Morality, or Habit? Predicting Students' Car Use for University Routes with the Models of Ajzen, Schwartz, and Triandis. *Environ. Behav.* **2003**, *35*, 264–285. [[CrossRef](#)]
108. Verplanken, B.; Aarts, H.; van Knippenberg, A.; Moonen, A. Habit versus Planned Behaviour: A Field Experiment. *Br. J. Soc. Psychol.* **1998**, *37*, 111–128. [[CrossRef](#)] [[PubMed](#)]
109. Jansson, J.; Marell, A.; Nordlund, A. Green Consumer Behavior: Determinants of Curtailment and Eco-innovation Adoption. *J. Consum. Mark.* **2010**, *27*, 358–370. [[CrossRef](#)]
110. Moller, B.; Thøgersen, J. Car Use Habits: An Obstacle to the Use of Public Transportation? In *Road Pricing, the Economy and the Environment*; Jensen-Butler, C., Sloth, B., Larsen, M.M., Madsen, B., Nielsen, O.A., Eds.; Springer: Berlin/Heidelberg, Germany, 2008; pp. 301–313.
111. Miao, L.; Wei, W. Consumers' Pro-environmental Behavior and the Underlying Motivations: A Comparison between Household and Hotel Settings. *Int. J. Hosp. Manag.* **2013**, *32*, 102–112. [[CrossRef](#)]
112. Gungor, B.S.; Chen, J.; Wu, S.R.; Zhou, P.; Shirkey, G. Does Plant Knowledge within Urban Forests and Parks Directly Influence Visitor Pro-Environmental Behaviors. *Forests* **2018**, *9*, 171. [[CrossRef](#)]
113. Eom, K.; Kim, H.S.; Sherman, D.K.; Ishii, K. Cultural Variability in the Link between Environmental Concern and Support for Environmental Action. *Psychol. Sci.* **2016**, *27*, 1331–1339. [[CrossRef](#)]
114. McCarty, J.A.; Shrum, L.J. The Influence of Individualism, Collectivism, and Locus of Control on Environmental Beliefs and Behavior. *J. Public Policy Mark.* **2001**, *20*, 93–104. [[CrossRef](#)]

115. Ling-Yee, L. Effect of Collectivist Orientation and Ecological Attitude on Actual Environmental Commitment. *J. Int. Consum. Mark.* **1997**, *9*, 31–53. [[CrossRef](#)]
116. Higuera-Castillo, E.; Liebana-Cabanillas, F.J.; Muñoz-Leiva, F.; Molinillo, S. The Role of Collectivism in Modeling the Adoption of Renewable Energies: A Cross-Cultural Approach. *Int. J. Environ. Sci. Technol.* **2019**, *16*, 2143–2160. [[CrossRef](#)]
117. Higuera-Castillo, E.; Muñoz-Leiva, F.; Liebana-Cabanillas, F.J. An Examination of Attributes and Barriers to Adopt Biomass and Solar Technology. A Cross-Cultural Approach. *J. Environ. Manag.* **2019**, *236*, 639–648. [[CrossRef](#)] [[PubMed](#)]
118. Cho, Y.-N.; Thyroff, A.; Rapert, M.I.; Park, S.-Y.; Lee, H.J. To Be or not to Be Green: Exploring Individualism and Collectivism as Antecedents of Environmental Behaviour. *J. Bus. Res.* **2013**, *66*, 1052–1059. [[CrossRef](#)]
119. Sivadas, E.; Bruvold, N.T.; Nelson, M.R. A Reduced Version of the Horizontal and Vertical Individualism and Collectivism Scale: A Four-Country Assessment. *J. Bus. Res.* **2008**, *62*, 201–210. [[CrossRef](#)]
120. Hall, C.M. Intervening in Academic Interventions: Framing Social Marketing’s Potential for Successful Sustainable Tourism Behavioural Change. *J. Sustain. Tour.* **2016**, *24*, 350–375. [[CrossRef](#)]
121. Truong, V.D.; Hall, C.M. Social Marketing and Tourism: What is the Evidence? *Soc. Mark. Q.* **2013**, *19*, 110–135. [[CrossRef](#)]
122. Truong, V.D.; Hall, C.M. Corporate Social Marketing in Tourism: To Sleep or not to Sleep with the Enemy? *J. Sustain. Tour.* **2017**, *25*, 884–902. [[CrossRef](#)]
123. Testa, F.; Iraldo, F.; Vaccari, A.; Ferrari, E. Why Eco-Labels can be Effective Marketing Tools: Evidence from a Study on Italian Consumers. *Bus. Strategy Environ.* **2015**, *24*, 252–265. [[CrossRef](#)]
124. Calder, B.J.; Phillips, L.W.; Tybout, A.M. Designing Research for Application. *J. Consum. Res.* **1981**, *8*, 197–207. [[CrossRef](#)]
125. Jun, J.; Kyle, G.T. Gender Identity, Leisure Identity, and Leisure Participation. *J. Leis. Res.* **2012**, *44*, 353–378. [[CrossRef](#)]
126. Kitching, N.; Grix, J.; Phillpotts, L. Shifting Hegemony in ‘a Man’s World’: Incremental Change for Female Golf Professional Employment. *Sport Soc.* **2017**, *20*, 1530–1547. [[CrossRef](#)]
127. Reis, H.; Correia, A. Gender Asymmetries in Golf Participation. *J. Hosp. Mark. Manag.* **2013**, *22*, 67–91. [[CrossRef](#)]
128. Chan, R.Y.K. Environmental Attitudes and Behavior of Consumers in China: Survey Findings and Implications. *J. Int. Consum. Mark.* **1999**, *11*, 25–52. [[CrossRef](#)]
129. Franzen, A. Environmental Attitudes in International Comparison: An Analysis of the ISSP Surveys 1993 and 2000. *Soc. Sci. Q.* **2003**, *84*, 297–308. [[CrossRef](#)]
130. Kang, M.; Moscardo, G. Exploring Cross-cultural Differences in Attitudes towards Responsible Tourist Behaviour: A Comparison of Korean, British and Australian Tourists. *Asia Pac. J. Tour. Res.* **2006**, *11*, 303–320. [[CrossRef](#)]
131. Knussen, C.; Yule, F. “I’m Not in the Habit of Recycling” The Role of Habitual Behavior in the Disposal of Household Waste. *Environ. Behav.* **2008**, *40*, 683–702. [[CrossRef](#)]
132. Eagly, A.H.; Chaiken, S. *The Psychology of Attitudes*; Harcourt Brace Jovanovich: Fort Worth, TX, USA, 1993.
133. Verplanken, B. Beyond Frequency: Habit as Mental Construct. *Br. J. Soc. Psychol.* **2006**, *45*, 639–656. [[CrossRef](#)]
134. Kurz, T.; Gardner, B.; Verplanken, B.; Abraham, C. Habitual Behaviors or Patterns of Practice? Explaining and Changing Repetitive Climate-relevant Actions. *WIREs Clime Chang.* **2015**, *6*, 113–128. [[CrossRef](#)]

