

OBJETIVO GENERAL

Recabar, evaluar y analizar las opiniones, percepciones, valoraciones y actitudes de los residentes en Gran Canaria sobre la problemática del turismo y su desarrollo en la isla.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

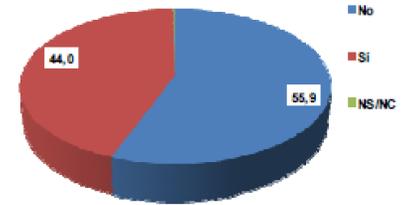
Estudiar:

- La importancia del turismo y sus impactos positivos y negativos.
- La interacción con los turistas y la relación personal con el turismo.
 - La situación y problemática turística de Gran Canaria.
- Conocer las principales variables que influyen en las opiniones y actitudes hacia el turismo.
 - Plantear los futuros escenarios turísticos.
- Proponer un marco teórico de referencia al respecto de la percepción social del turismo.

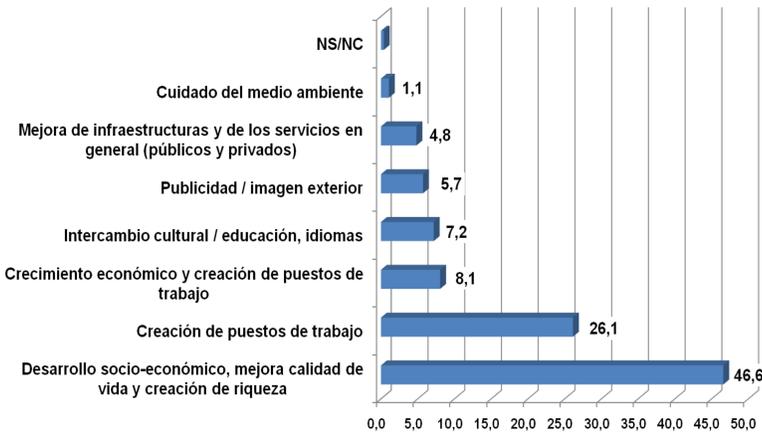
HIPÓTESIS

- H1 Las opiniones sobre el turismo en Gran Canaria están condicionadas en gran medida por la zona de residencia (turística o no turística).
- H2 Las opiniones sobre el turismo en Gran Canaria están condicionadas en gran medida por la vinculación personal y/o familiar con el sector turístico (trabajar/haber trabajado en turismo o no).
- H3 La teoría del intercambio social explica en gran medida la percepción social del turismo.
- H4 El gran aumento del turismo de los últimos años no ha contribuido a aumentar significativamente el empleo en Canarias.

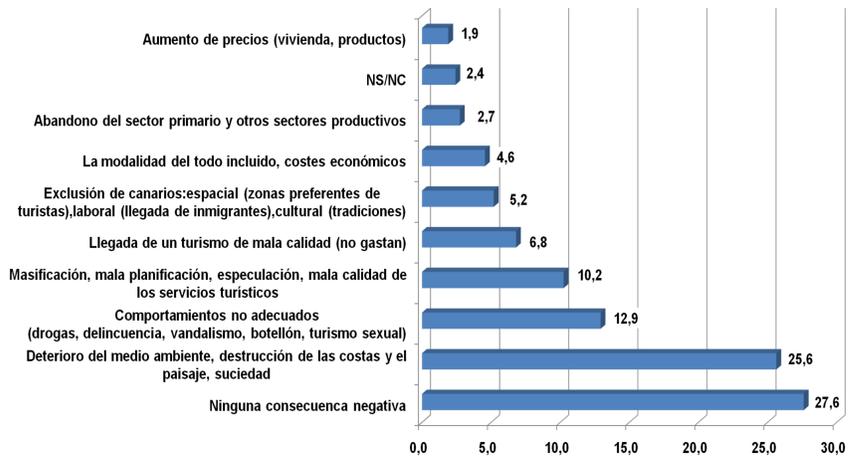
FAMILIARES CON RELACIÓN LABORAL ACTUAL O PASADA CON EL TURISMO



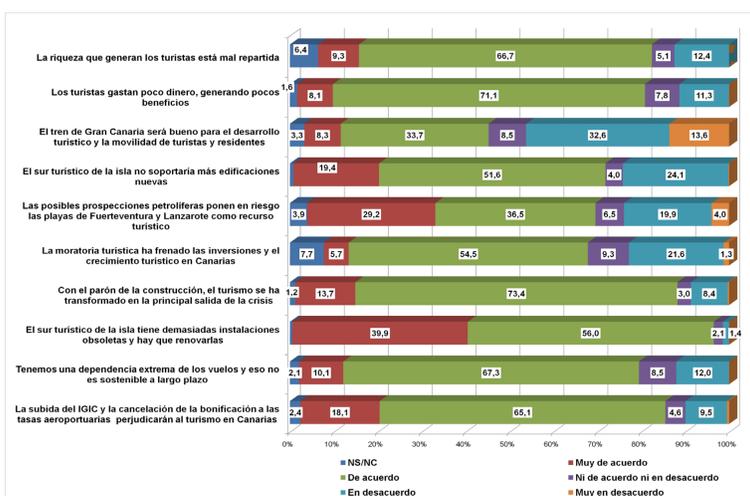
IMPACTOS POSITIVOS



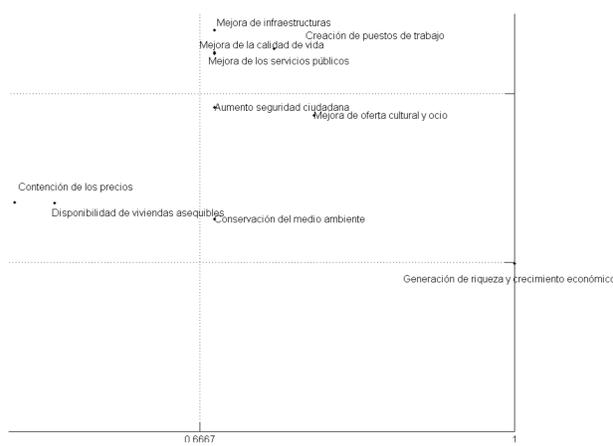
IMPACTOS NEGATIVOS



OTROS IMPACTOS



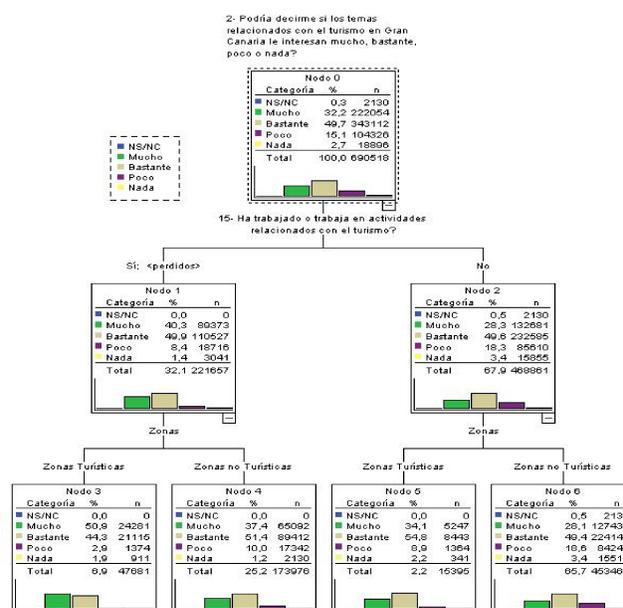
CONGLOMERADOS SEGÚN LÓGICA DIFUSA



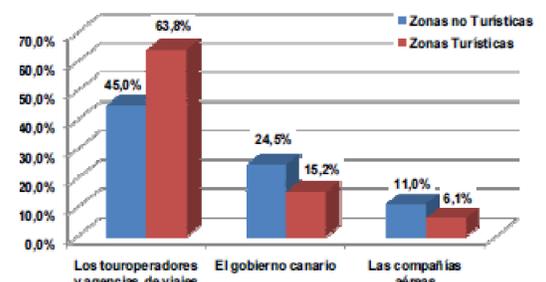
MATRIZ DE COMPONENTES PRINCIPALES

Componente	% de la varianza explicada por la dimensión			% de la varianza explicada por la dimensión
	1	2	3	
Dimensión 1: Efectos positivos				21,9%
Creación de nuevos puestos de trabajo	833	046	116	
Generación de riqueza y crecimiento económico	797	158	155	
Mejora de las infraestructuras (comunicaciones, equipamiento urbano, etc.)	673	310	023	
Dimensión 2: Otros efectos				21,4%
Mejora de la oferta cultural y de ocio	196	714	055	
Conservación del Medio Ambiente	202	665	167	
Mejora de los servicios públicos	370	601	101	
Mejora de la calidad de vida en su Municipio (tranquilidad, convivencia)	334	589	111	
Aumento de la seguridad ciudadana	258	537	250	
Dimensión 3: Efectos negativos				15,9%
Contención de los precios	134	116	855	
Disponibilidad de viviendas asequibles	058	224	844	
Total				59,2%

ÁRBOL DE SEGMENTACIÓN PONDERADO



PRINCIPALES DECISORES



Ficha técnica

Encuesta realizada entre el 6 y el 29 de junio de 2012 a 504 residentes en la isla de Gran Canaria.
Variables de estratificación y de ponderación: zona de residencia (turística y no turística) y sexo.
Nivel de confianza 95%, suposición más desfavorable en la distribución P-Q=0,5.
Proyecto INNOVA-FULP financiado por SERVATUR y CCC - Compañía Cervecería de Canarias.
Grupo IYI - Instituto TIDES - Universidad de Las Palmas de Gran Canaria ULPGC

Distribución de los encuestados según zona de residencia

Zonas	Población mayor de 18 años	% población	muestra	error
Zonas turísticas	63116	9,1	225	6,50
Zonas no turísticas	627431	90,9	275	5,90
Total	690547	100,0	500	4,40

Utilidad

Los resultados de la investigación podrían ser de utilidad para los gestores públicos al crear campañas focalizadas de concienciación y sensibilización turística en la población residente.
Transmitiendo la importancia del turismo para la economía local, la generación de empleo y como garantía para la protección del medio ambiente.
Pero también para promocionar valores sociales como la multiculturalidad y la diversidad que aportan los turistas, promoviendo el mutuo aprendizaje, la tolerancia y la prevención de conflictos.
Por otra parte, las empresas podrán también conocer cuales son los aportes más valorados y los impactos no deseados de la actividad turística en la sociedad grancanaria.

Entrevistas cualitativas

"Antes era un poco más exigente, pensaba que era importante tener más turistas con más dinero pero ahora no, pienso que todos son bienvenidos, hay que tener de todo, porque hay una oferta para todos." [E-4]
"Los turistas ponen mucho más de su parte que nosotros para intentar entendernos"... [E-2]
"Es importante la renovación de la planta turística y hotelera, tenemos edificaciones de los años 70 sin renovar, con lo cual hay poca tasa de retorno, y poca tasa de reinversión... Tienes que ofrecerle a los turistas algún otro incentivo para que vengan a las Islas Canarias, no sólo sol y playa. Hay una ausencia de touroperadores y aerolíneas canarias; perdemos una gran parte del pastel. una gran parte del valor añadido. Y también está el todo incluido, que para los dueños de esos hoteles puede ser mejor, pero hunde a la oferta complementaria local; la alternativa sería que el todo incluido, incluyese a la oferta complementaria". [E-3]
"La moratoria ha generado detener las inversiones, y parar la construcción, todo sumado a la crisis que vivimos actualmente...La moratoria lo que hace es impedir que se genere oferta nueva; también baja la presión competitiva, porque lo que los que están no tienen por qué renovar ya que tienen el oligopolio. Creo que la moratoria ha sido el principal causante de la pérdida de competitividad". [E-1]