
OPINIÓN PÚBLICA Y TURISMO EN GRAN CANARIA

Pedro Ernesto Moreira Gregori

Licenciado en Sociología con postgrados en Sociología y en Turismo. Cuenta con experiencia laboral en el sector turístico y en docencia universitaria e investigadora. Tiene diversas publicaciones y comunicaciones en congresos nacionales e internacionales.

pedro.moreira.gregori@gmail.com / pedromoreira@ulpgc.es

Grupo ITYT - Instituto TIDES - Universidad ULPGC

Las Palmas de Gran Canaria, España

Resumen

Más de 12 millones de turistas, más de 13 mil millones de euros de gasto turístico, casi el 30 % del PIB, son los datos que reflejan muy someramente la importancia del turismo en las Islas Canarias para el año 2013¹. Concretamente nuestro caso de estudio, la isla de Gran Canaria recibió 4 turistas por habitante el pasado año (casi 3 millones y medio de turistas, siendo 900 mil los residentes en la isla). Datos que justifican un estudio detallado sobre la percepción social del turismo en la isla; ¿qué opinan los residentes al respecto de este fenómeno? De modo que presentamos un estudio basado en una encuesta y en entrevistas en profundidad semiestructuradas. Concluyendo entre otras cosas que; las opiniones y actitudes sobre el turismo en Gran Canaria están condicionadas en gran medida por la zona de residencia (turística o no turística), la vinculación personal y/o familiar con el sector turístico (trabajar/haber trabajado en turismo o no), y la teoría del intercambio social.

Palabras clave

Turismo, Gran Canaria, percepción social, actitudes sociales.

Abstract

More than 12 million tourists, more than 13 billion euros in tourist spending, nearly 30% of GDP, are the data reflecting very briefly the importance of tourism in the Canary Islands for 2013. Specifically our case study, the island of Gran Canaria received four tourists per habitant last year (almost 3 and a half million tourists, and 900,000 residents on the island). Evidences to justify a detailed study on the social perception of tourism on the island; what do residents think about this phenomenon? We present a study based on a survey and and interviews. Among other things we conclude that; the opinions and attitudes about tourism in Gran Canaria are conditioned largely by the area of residence (tourist or non-tourist), personal and / or family links with the tourism sector (working / have worked in tourism or not), and the social exchange theory.

Keywords

Tourism, Gran Canaria, social perception, social attitudes.

¹ Datos ISTAC, 2014.

1. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

El objetivo general es; recabar, evaluar y analizar a través del uso de técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación social, las opiniones, percepciones, valoraciones y actitudes de los residentes en Gran Canaria sobre la problemática del turismo y su desarrollo en la isla.

Los objetivos específicos son estudiar las opiniones, percepciones, valoraciones y actitudes de los residentes en Gran Canaria sobre;

- 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, percepciones, valoraciones y actitudes que estudiamos.

Las hipótesis que planteamos son;

- 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.

2. METODOLOGÍA

Con el objetivo de lograr el objetivo general y los objetivos específicos hemos combinado técnicas cuantitativas (encuesta²) y cualitativas (entrevistas³) de investigación social.

2.1. Técnicas cuantitativas

Las dimensiones del cuestionario elaborado podríamos agruparlas en tres grandes grupos: El primero tiene que ver con las opiniones sobre *la importancia del turismo en Gran Canaria*. Preguntamos sobre la importancia del turismo y sus impactos en la isla, el lugar que ocupa entre las actividades económicas más importantes, el interés personal por los temas relacionados con el turismo y la importancia del turismo para la economía del municipio. Sobre los impactos percibidos hacemos preguntas abiertas acerca de los impactos positivos y negativos. Además de las opiniones (o sea el discurso socialmente

² 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 Cervecera De Canarias. Realizado con el apoyo del Grupo ITYT-Instituto TIDES, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

³ 4 entrevistas en profundidad semiestructuradas realizadas a trabajadores turísticos y no turísticos que residen en zonas turísticas y no turísticas. Ver tabla 1.

expresado y racionalizado) preguntamos sobre *las actitudes concretas y las interacciones con los turistas*. Específicamente sobre el tipo e intensidad de la interacción y si existe alguna relación personal con el turismo (si trabajan en el sector turístico o lo han hecho). También si se producen encuentros con los turistas y en ese caso su lugar y momentos. Continuamos indagando acerca de la percepción de los residentes sobre el trato y la atención que les dan a los turistas. Y la opinión acerca del poder adquisitivo, el comportamiento y el trato de los turistas hacia el medioambiente. En relación a determinadas preferencias o prejuicios sobre grupos específicos de turistas, indagamos sobre las opiniones según nacionalidades o tipo de turistas (turismos de la tercera edad, juvenil, deportivo, gay, familiar, etc.). Finalizamos esta dimensión, consultando sobre el último viaje realizado y sus características y las acciones individuales que podrían hacer para mejorar el sector turístico y la experiencia que se llevan los turistas de regreso a sus lugares de origen. La tercera y última dimensión está relacionada con las opiniones que tienen sobre *asuntos específicos de la actualidad turística de la isla*, vinculados con la gestión del turismo, las políticas turísticas, tanto a nivel público como empresarial-privado. Finalizamos el cuestionario completando el perfil sociodemográfico (sexo, zona de residencia y edad se preguntan al inicio).

2.2. Técnicas cualitativas

Completando y complementando el análisis fruto de la encuesta, hemos realizado 4 entrevistas en profundidad semiestructuradas (tabla 1). Considerando el peso del sector turístico en la economía productiva y en el empleo en la isla optamos por entrevistar a trabajadores que estén en activo. Para obtener información lo más diversa posible, entrevistamos no sólo a trabajadores del sector turístico sino también a trabajadores que no son del sector. Y para lograr una mayor ecuanimidad en las respuestas, a quienes viven y no viven en zonas turísticas y de ambos sexos; 2 hombres y 2 mujeres.

Tabla 1
Datos sociodemográficos de los entrevistados

	E1	E2	E3	E4
Edad	43	35	30	42
Sexo	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
País de nacimiento	España (Gran Canaria)	España (Gran Canaria)	España (Gran Canaria)	Alemania
Zona de residencia	Turística	No turística	No Turística	Turística
Lugar de residencia	San Agustín	Vecindario	Tinocas	Maspalomas
Trabaja en turismo	Si	Si	No	No
Nivel de estudios	Universitarios	Secundarios	Universitarios	Secundarios

Fuente: elaboración propia

3. PRINCIPALES RESULTADOS

3.1. Importancia del turismo y sus impactos positivos y negativos

La importancia del turismo para los grancanarios es notoria; para 7 de cada 10 encuestados el turismo es considerado la primer actividad económica de la isla, pero además si consideramos las tres primeras actividades que se mencionan el turismo es citado por la casi totalidad de los encuestados. A su vez, observamos que los temas relacionados con el turismo interesan mucho y bastante a 8 de cada 10 encuestados demostrando así que tienen un alto interés manifiesto sobre el turismo. A su vez, observamos que para quienes tienen o han tenido alguna vinculación laboral (personal o familiar) con el turismo y residen en alguna zona turística, éste les interesa mucho y bastante a 9 de cada 10, datos que coinciden con la hipótesis H1.

Y si tenemos en cuenta la zona de residencia, vemos que el turismo es la actividad más importante para el 87,5% de los residentes en las zonas turísticas mientras que para quienes residen en las zonas no turísticas lo es para el 71%.

También vemos que hay una clara tendencia de que a mayor nivel de estudios, mayor interés por los temas relacionados con el turismo. A través de la prueba de independencia (chi cuadrado de Pearson) observamos una clara relación entre ese interés y la zona de residencia, la vinculación laboral con el turismo y el nivel de estudios. O sea; tienen más interés a mayor nivel de estudios, residen en las zonas turísticas y tengan una vinculación laboral con el turismo. Y a través de la reducción de datos del árbol de segmentación observamos que la principal variable interviniente en el interés hacia el turismo es haber trabajado en la actividad turística, seguido por ser residente en una zona turística; aspectos que coinciden con las hipótesis H2 y H1 respectivamente.

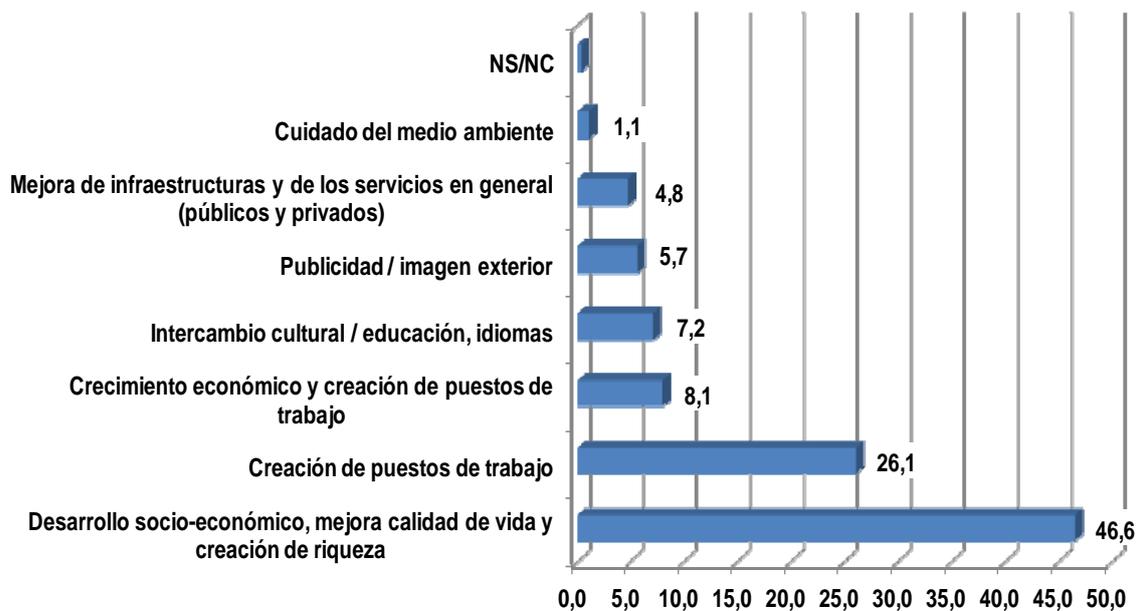
Para casi 8 de cada 10 encuestados el turismo es muy y bastante importante para la economía del Municipio de residencia. Casi el 100% de los encuestados residentes en las zonas turísticas considera que el turismo es muy y bastante importante para su Municipio; de todas formas más de 7 de cada 10 encuestados residentes en zonas no turísticas consideran que el turismo también es muy importante para su Municipio, lo que revela la clara conciencia de que el turismo es importante para todos los Municipios de la isla más allá de su condición turística o no. Realizamos una pregunta abierta y multirrespuesta, que luego recodificamos abarcando todas las categorías de respuesta: hemos preguntado sobre los impactos más positivos y más negativos del turismo para Gran Canaria.

En relación a los impactos más positivos (gráfico 1) destaca el desarrollo socioeconómico, la mejora de la calidad de vida y la creación de riqueza (46,6%), seguidamente de la creación de puestos de trabajo (26,1%) y en tercer lugar el crecimiento económico y la creación de puestos de trabajo (8,1%). Le siguen con menores menciones; el intercambio cultural, la educación y los idiomas; publicidad e imagen exterior de la isla; mejora de las infraestructuras y de los servicios en general (públicos y privados); y el cuidado del medio ambiente. Sobre los impactos más positivos del turismo para la isla y la relación con la zona de residencia, observamos que en las zonas turísticas tienen una mayor valoración de los impactos positivos relacionados con el desarrollo socioeconómico, la mejora de la

calidad de vida, la creación de riqueza, la creación de puestos de trabajo, y el crecimiento económico; por lo que se puede concluir que el residente de un Municipio turístico percibe más directamente en su entorno los impactos positivos del turismo. De todas formas, la percepción positiva de los impactos es muy alta también en los residentes en zonas no turísticas, aunque significativamente menor que los residentes en zonas turísticas. A su vez, más impactos positivos perciben los encuestados que tienen una vinculación directa con el turismo que quienes no la tienen; aunque en ambos grupos prevalecen las valoraciones positivas. Los residentes de zonas turísticas observan muchos más impactos positivos en temas de desarrollo, crecimiento, economía y empleo, que los residentes en zonas no turísticas. Por lo que podemos considerar que estas observaciones coinciden con la hipótesis H1.

Hay una tendencia clara de que a mayor nivel de estudios, mayor interés expresan por los aspectos más cosmopolitas del turismo; el intercambio cultural, el practicar idiomas, el conocer otras culturas y los aspectos educativos.

Gráfico 1
Impactos positivos del turismo en la isla



Fuente: elaboración propia en base a datos de la encuesta PST en GC

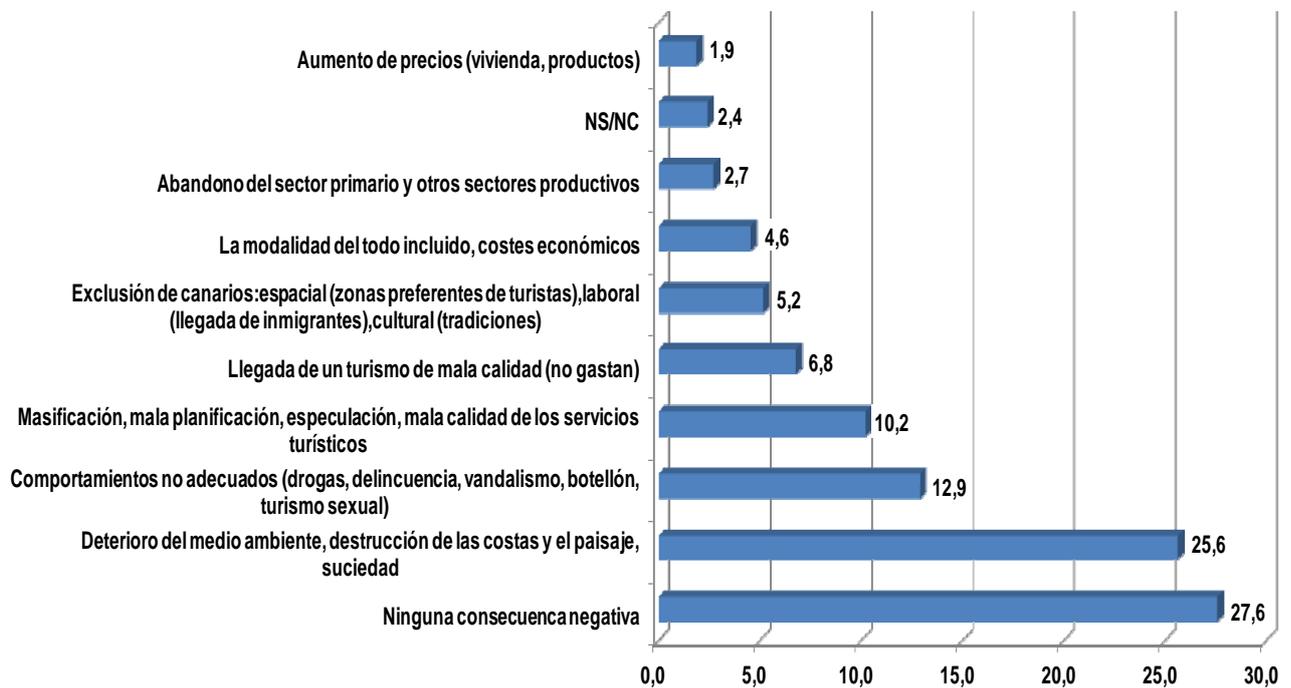
Sobre los impactos negativos (gráfico 2), lo más destacable es que la respuesta más mencionada ha sido “ninguna consecuencia negativa”; casi 3 de cada 10 han optado por esa respuesta. De todas formas, también es importante el porcentaje muy similar que ha respondido el deterioro del medio ambiente, la destrucción de las costas y el paisaje y la suciedad. Porcentajes en torno al 10% han respondido; “los comportamientos no adecuados” (drogas, delincuencia, vandalismo, botellón, turismo sexual), y seguidamente la masificación, la mala planificación, la especulación, y la mala calidad de los servicios turísticos. Respuestas con porcentajes menores al 10% han sido según orden de importancia: llegada de un turismo de mala calidad (no gastan lo suficiente), exclusión de los residentes espacial (zonas preferentemente para turistas), laboral (llegada de

inmigrantes que ocupan puestos de trabajo), y cultural (pérdida general del peso de las tradiciones); la modalidad del todo incluido y sus costes económicos; el abandono del sector primario y otros sectores productivos; y el aumento de los precios (vivienda, productos).

Por otra parte, los “comportamientos no adecuados” son bastante más percibidos y mencionados por parte de los encuestados mayores de 60 años y por las mujeres. Cabe destacar que quienes menos impactos negativos perciben (“ninguna consecuencia negativa”) son los residentes de las zonas turísticas (34,7%) frente a los de las zonas no turísticas (26,9%).

El impacto ambiental es percibido negativamente por 1 de cada 4 encuestados, se trata de una percepción transversal y generalizada independiente de la zona de residencia. Sería de esperar que si hubiera un impacto negativo ambiental fuerte de las actividades turísticas, los residentes de esas zonas lo expresaran más contundentemente que los residentes de las zonas no turísticas, pero no sucede así. Otro dato que llama la atención es que son más los residentes de las zonas no turísticas incómodos por los “comportamientos no adecuados” de los turistas que los residentes de las zonas turísticas; está claro una vez más que estamos evaluando subjetividades y percepciones.

Gráfico 2
Impactos negativos del turismo en la isla



Fuente: elaboración propia en base a datos de la encuesta PST en GC

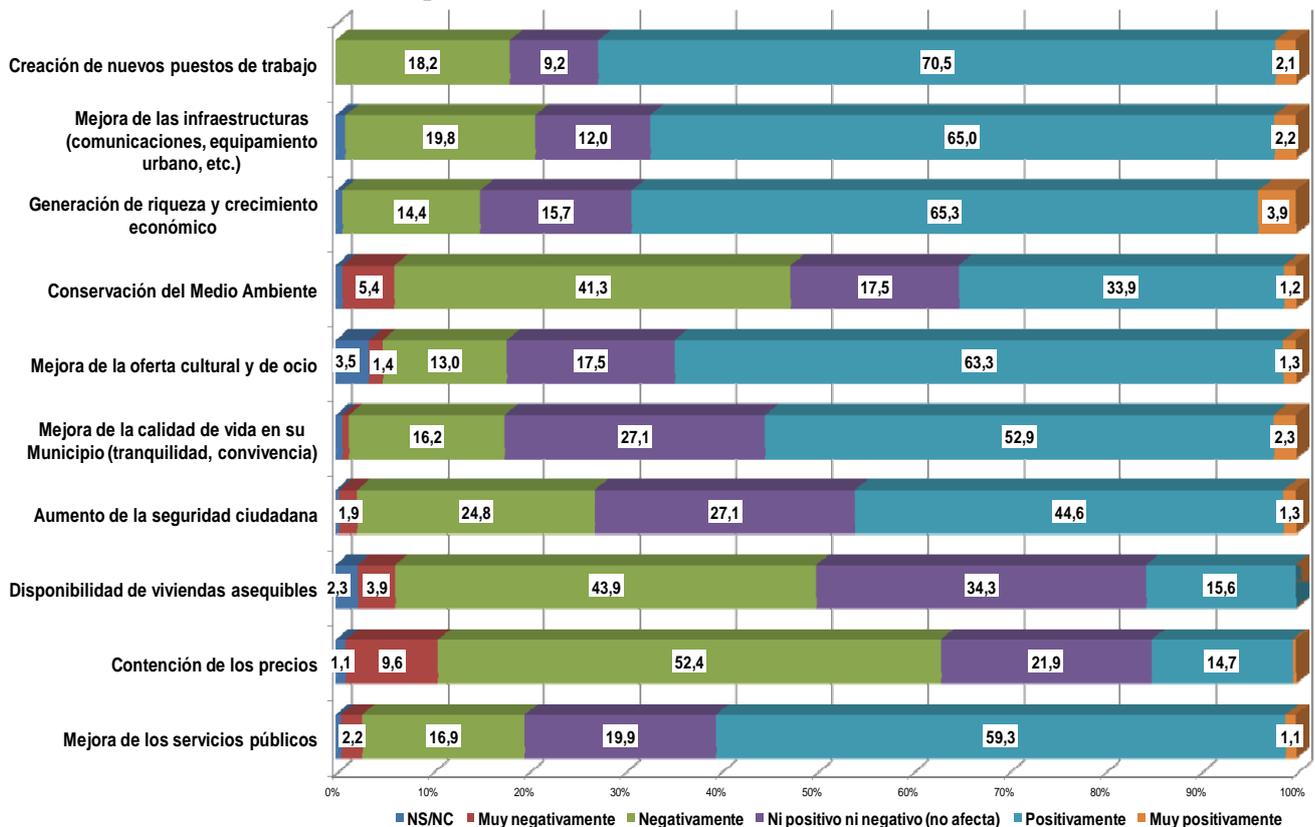
Las respuestas sobre otras consecuencias y efectos del turismo (gráfico 3) han sido:

- Creación de nuevos puestos de trabajo, positivamente para el 70,5%.
- Mejora de las infraestructuras (comunicaciones, equipamiento urbano) positivamente 65%.
- Generación de riquezas y crecimiento económico, positivamente 65,3%.

- Conservación del medio ambiente, negativamente 41,3%.
- Mejora de la oferta cultural y de ocio, positivamente 63,3%.
- Mejora de la calidad de vida en el Municipio de residencia (tranquilidad, convivencia), positivamente 52,9%.
- Aumento de la seguridad ciudadana, positivamente 44,6%.
- Disponibilidad de viviendas asequibles, negativamente 43,9%.
- Contención de los precios, negativamente 52,4%.
- Mejora de los servicios públicos, positivamente 59,3%.

Por lo tanto el impacto mayor más positivo ha sido el de la creación de nuevos puestos de trabajo, seguido de la generación de riquezas y el crecimiento económico y el impacto negativo mayor ha sido sobre la contención de los precios y sobre la disponibilidad de viviendas asequibles. Este dato coincide con la hipótesis H3 sobre el sistema de recompensas y beneficios esperados al recibir turistas, concretamente con la capacidad del sistema turístico de generar puestos de trabajo y generar riquezas y crecimiento económico. La mayor división de opiniones positivas y negativas se da sobre la conservación del medio ambiente.

Gráfico 3
Impactos del turismo en Gran Canaria (I)



Fuente: elaboración propia en base a datos de la encuesta PST en GC

A través del análisis de componentes principales observamos que se generan tres grandes componentes; uno que podríamos denominar efectos positivos primarios directos

(generación de empleo, riqueza, crecimiento y mejoras en las infraestructuras), otro como efectos positivos secundarios indirectos (mejoras en la oferta complementaria, impactos en el medio ambiente y en los servicios en general) y otro como efectos negativos (sobre la contención de los precios y sobre la accesibilidad a la vivienda). En el primer grupo destaca como el más representativo la creación de nuevos puestos de trabajo. Evidentemente, si consideramos además las altísimas tasas de paro y la coyuntura de la fuerte y sostenida crisis, este dato es un valor más que lógico. Entre el segundo grupo de impactos destaca la mejora de la oferta cultural y de ocio. Y entre los impactos más negativos, que el turismo no ayudaría a la contención de los precios, o sea, hay una idea general de que en el sur turístico los bienes y servicios son más caros. Afirmaciones confirmadas al realizar las medias y las desviaciones típicas.

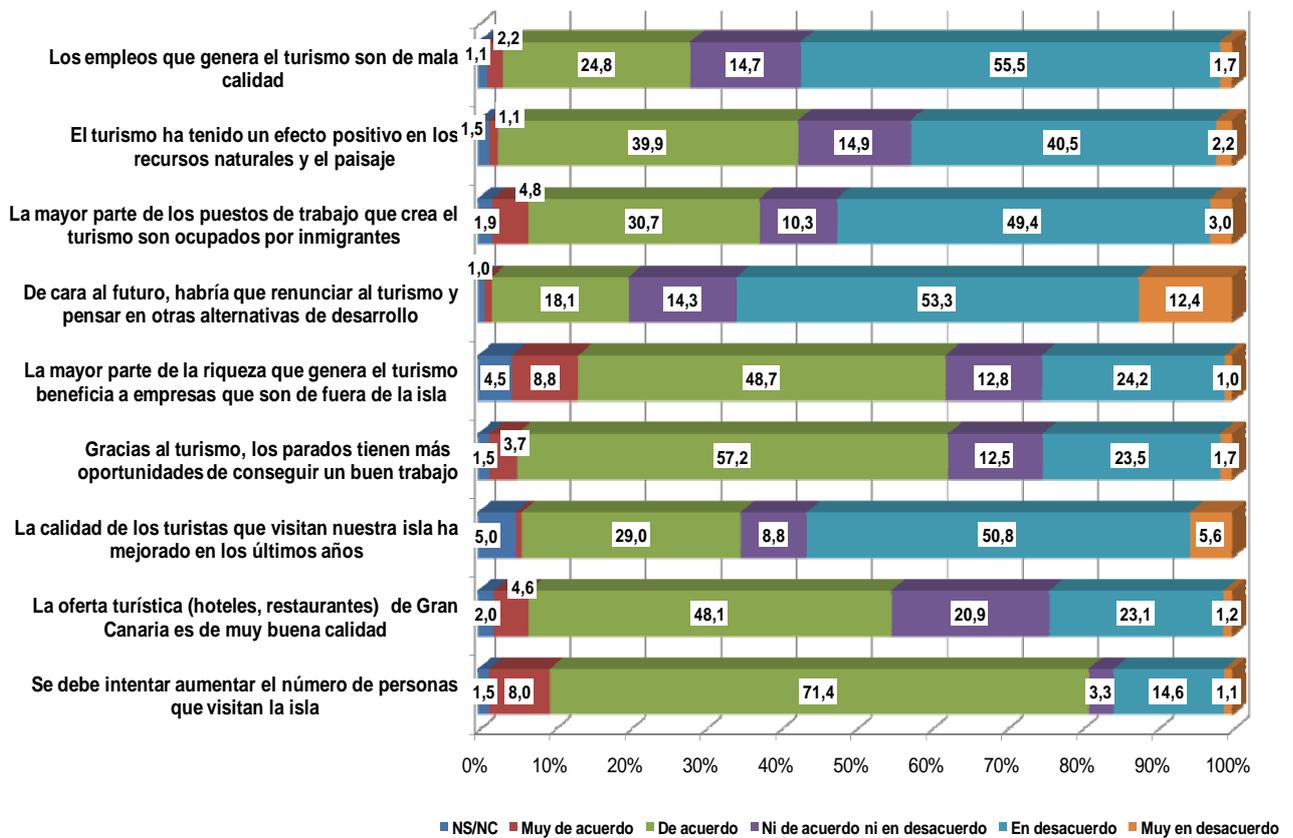
Posteriormente presentamos una serie de afirmaciones relacionadas con los efectos del turismo, y la gestión turística (gráfico 4). Consultamos sobre el grado de acuerdo o de desacuerdo y los resultados han sido:

- Los empleos que genera el turismo son de mala calidad, en desacuerdo 55,5%.
- El turismo ha tenido un efecto positivo en los recursos naturales y el paisaje, en desacuerdo 40,5%.
- La mayor parte de los puestos de trabajo que crea el turismo son ocupados por inmigrantes, en desacuerdo 49,4%.
- De cara al futuro habría que renunciar al turismo y pensar en otras alternativas de desarrollo, en desacuerdo 53,3%.
- La mayor parte de la riqueza que genera el turismo beneficia empresas que son de fuera de la isla, de acuerdo 48,7%.
- Gracias al turismo los parados tienen más oportunidades de conseguir un buen trabajo, de acuerdo 57,2%.
- La calidad de los turistas que visitan nuestra isla ha mejorado en los últimos años, en desacuerdo 50,8%.
- La oferta turística (hoteles, restaurantes) de Gran Canaria es de muy buena calidad, de acuerdo 48,1%.
- Se debe intentar aumentar el número de personas que visitan la isla, de acuerdo 71,4%.

Sobre estas afirmaciones cabe destacar la división de opiniones que hay sobre los efectos positivos del turismo en los recursos naturales y el paisaje, por otra parte, la unanimidad mayor se da en la necesidad de aumentar el número de personas que visitan la isla. Cabría analizar en futuros estudios la relación entre la actual crisis como variable interviniente coyuntural, las posibilidades de empleo real ante el aumento de la llegada de turistas y una mayor laxitud y flexibilidad en la tolerancia hacia los impactos negativos del turismo de masas, o sea, hacia el desarrollismo como modelo generador de empleo a corto plazo. Esos efectos negativos de pagar cierto “coste” relacionado con la masificación y el tipo desarrollista del modelo, estaría tolerado dentro del sistema de compensaciones en la medida que se generen los beneficios deseados en una isla tan castigada por la crisis; principalmente generación de empleo y riquezas. Confirmando la hipótesis H3 sobre la

explicación a partir de la teoría del intercambio social. Concluiríamos por lo tanto que “la teoría del intercambio social” explicaría que el sistema de que las recompensas-beneficios-impactos positivos percibidos y esperados por la llegada de turistas serían en este caso mayores que los costes-desventajas-impactos negativos que ello implicaría. Lo que a su vez permitiría una mayor permisividad y tolerancia hacia los efectos negativos del turismo. El “mayor desacuerdo” es sobre la acción de renunciar al turismo para pensar en otras alternativas de desarrollo. Y el “mayor acuerdo” es sobre la afirmación de que la mayor parte de la riqueza que genera el turismo beneficia a empresas que son de fuera de la isla. Observando las medias y las desviaciones típicas concluimos que los mayores consensos se dan en relación a que se debe intentar aumentar el número de personas que visitan la isla (dato que revela el amplio margen de tolerancia en el umbral de la capacidad de carga social) y las mayores discrepancias generales, en que habría que renunciar al turismo y pensar en otras alternativas de desarrollo. Por lo tanto, los residentes en la isla están conformes con el perfil netamente turístico de la región, y además, desearían recibir aún más turistas. Este tipo de afirmaciones demuestran que el turismo y los turistas son muy bienvenidos en Gran Canaria, por lo que, la posibilidad de conflictos entre residentes y turistas sería baja. A través de la generación de fuzzy numbers-lógica borrosa observamos cómo se comporta la distribución de las variables estudiadas; en este caso se distribuyen en tres conjuntos separados. Por un lado el comportamiento de las opiniones sobre los efectos positivos se agrupa en: mejora en las infraestructuras, creación de nuevos puestos de trabajo, mejora en la calidad de vida y mejora de los servicios públicos. Algo más distante pero en ese grupo figuran las valoraciones positivas en el aumento de la seguridad ciudadana y en la mejora de la oferta cultural y de ocio. Claramente en otro espectro de las valoraciones, se genera un conjunto en el que destacan los impactos negativos de; contención de los precios, accesibilidad a la vivienda. Cercano pero con valoraciones a veces opuestas figuran los impactos en el medio ambiente. Y en un extremo figura aisladamente y por ser un aspecto muy general, la generación de riqueza y crecimiento económico.

Gráfico 4
Impactos del turismo en gran canaria (II)



Fuente: elaboración propia en base a datos de la encuesta PST en GC

Al respecto de la importancia del turismo en la isla, destacamos a continuación las valoraciones de los entrevistados. Consideran en términos generales que el turismo es la principal actividad económica de la isla, generando importantes ingresos y empleos directos e indirectos:

“El turismo es "la" actividad económica de la isla, antes de la crisis existía con fuerza la construcción, hay algo de agricultura y bastante actividad portuaria, pero hay que destacar que es el turismo es el sector que tira de toda la economía canaria; y no sólo por los ingresos directos, si no por los ingresos indirectos también”. (E-1)

Además, el turismo aporta un factor de apertura mental y la gente se vuelve más tolerante hacia lo diferente:

“El turismo es una de las principales fuentes de riqueza de la isla y de apertura mental del gran canario, porque al fin y al cabo, Gran Canaria es una isla y si no hubiera turistas sería todo mucho más rural y estaríamos solos nosotros mismos. Mientras al haber turistas, y de otras nacionalidades, creo que la apertura mental no existiría si no estuviesen. También la gente se vuelve más tolerante”. (E-3)

También destacan la necesidad de que los gran canarios tengan una mayor concienciación turística ya que viven del turismo, pero no lo asumen con toda la importancia que deberían hacerlo. Es fundamental cuidar el medio ambiente, las costas y mantener las infraestructuras competitivas.

Consideran que el mayor impacto negativo tiene que ver con el medio ambiente, pero no con la saturación de la capacidad de carga, sino con que muchas construcciones del pasado ya han provocado un considerable desorden urbanístico:

“La destrucción del medio ambiente es el mayor impacto negativo; el sur es un sitio en donde hace 50 años había playas y barrancos, y ahora hay casas hasta la punta de arriba de un barranco...El problema no es la capacidad de carga, porque hay espacio físico para más construcciones, el problema ha sido el desorden urbanístico que se generó”. (E-3)

A través de muchas de las declaraciones justificando en los medios la moratoria turística, se habría alimentado cierto concepto negativo sobre el turismo y los turistas (estigmatización y culpabilización) tal y como afirma el siguiente entrevistado:

“El concepto negativo del turismo fue generado en gran parte a partir de la campaña que se hizo a favor de la moratoria turística en el comienzo de los años 2000. En donde se presentaba al turista como el que venía a ensuciar, a depredar el territorio, y hacer sus necesidades en la playa: se lo ha estigmatizado y culpabilizado de nuestros errores”. (E-1)

Por otra parte, consideran que los grandes problemas son los corporativismos viendo la necesidad de tener que ponerse todos los sectores más de acuerdo para llegar a un consenso y mejorar el sector turístico. Señalan que muchas personas opinan en los medios sobre turismo sin tener la formación necesaria como para hacerlo; se debería respetar más y oír más a la gente que está preparada, formada, especializada y con experiencia laboral y de estudios en turismo.

3.2 Interacción con los turistas y relación personal con el turismo

La interacción real a través de conductas y actitudes con los turistas demuestra el hecho fáctico y real (más allá de las opiniones) de evitar o no esos encuentros. La gran mayoría de los residentes de la isla se encuentran con turistas todos o casi todos los meses del año y dentro de ese porcentaje 9 de cada 10 lo hacen todos o casi todos los días, siendo los lugares principales de encuentro tanto el Municipio en el que vive como el Municipio donde pasa las vacaciones. También y como era previsible 9 de cada 10 residentes en zonas turísticas se encuentran con los turistas todos o casi todos los meses del año, este porcentaje es del 72,3% para los residentes en zonas no turísticas. Los encuestados consideran que los grancanarios dan una buena y muy buena atención a los turistas. Sólo 5 de cada 100 consideran que la atención brindada es mala. En general se tiene una buena opinión sobre los turistas. Los encuestados consideran que los turistas que visitan Gran Canaria tienen un poder adquisitivo medio (65,5%), bajo (16%) y alto (16%). Consideran en su gran mayoría que el comportamiento que tienen es agradable y muy agradable (74,1%) y que respetan mucho y bastante el medio ambiente (75,2%). En relación a las actitudes e interacción con los turistas no se visualizan conflictos: cuando viajan por la isla no evitan visitar las zonas donde hay más turistas extranjeros, no tienen que ajustar su vida cotidiana para evitar los turistas y tampoco los turistas les ocasionan molestias importantes en sus entornos próximos. De todas formas, observamos que la mitad de los encuestados opina que hay locales o comercios donde son mejor recibidos o tratados los turistas extranjeros que los propios residentes, dato que es ciertamente preocupante ya que podría ser fuente de conflictos principalmente entre residentes. Éste fenómeno de la exclusión

espacial es relativamente frecuente en muchos centros turísticos emergentes de países en vías de desarrollo, aunque en algunos sitios se trata de una exclusión-estigmatización realmente directa y arbitraria. Sobre todo cuando hay una clara distancia cultural, étnica y socioeconómica entre turistas y residentes (cosa que no sucede en la isla). Casi el 14% de los residentes encuestados evita visitar las zonas donde hay más turistas extranjeros.

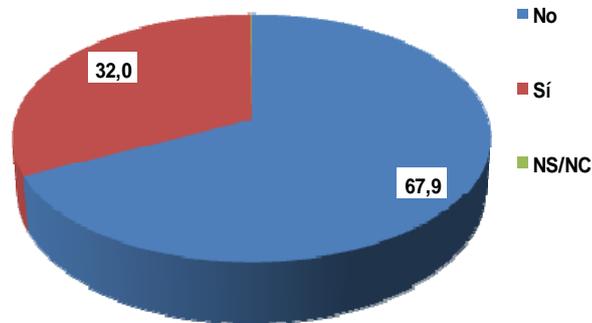
Sobre las preferencias hacia determinados grupos de turistas, observamos que la gran mayoría (más de la mitad) no tiene ninguna preferencia específica por ningún tipo de turista. Pero quienes declaran algún tipo de preferencia, lo hacen por las familias tradicionales (23,1%). Le siguen según un orden de importancia; los jubilados y pensionistas, los gays, y los turistas deportivos. Prácticamente no han sido declaradas las preferencias hacia los jóvenes y estudiantes y hacia las personas solas. Los gays son el grupo de turistas más preferido por quienes tienen un nivel de estudios universitarios y son residentes en las zonas turísticas. Tal y como vimos en las entrevistas, se considera un grupo de turistas que genera más ingresos turísticos y es menos conflictivo; el denominado turismo NKDI (“*no kids double income*”). Las familias tradicionales son el grupo más preferido por quienes tienen estudios secundarios y son residentes en zonas no turísticas. En esta pregunta procede comentar que si bien los turistas lógicamente pueden pertenecer a varios de los grupos mencionados ya que no son categorías excluyentes (jubilados, deportistas, gays, familias tradicionales, etc.) una vez más, lo que importa no es tanto lo que “es”, sino lo que “se percibe” como tal. O sea, el proceso de socialización implica entre otras cosas, agrupar subjetiva y arbitrariamente a la gente en determinados grupos de referencia o pertenencia. Y es esa percepción la que medimos.

Muy mayoritariamente no tienen preferencia entre turistas españoles o extranjeros, pero quienes manifiestan una preferencia lo hacen claramente por los extranjeros (27,4%), más que por los españoles (6,3%). Los residentes en zonas turísticas prefieren más a los extranjeros que los residentes en zonas no turísticas; o sea, cierta preferencia hacia lo “más cosmopolita” se da entre los residentes de las zonas turísticas. También quienes trabajan o han trabajado en turismo prefieren más a los extranjeros que a los españoles. Los encuestados consideran que los extranjeros; gastan y consumen más y tienen más poder adquisitivo, son más educados, agradables y respetuosos, y que les aportan un valor agregado vinculado al intercambio cultural, lo que en este aspecto también nos confirma la hipótesis 3. Lo más valorado en relación a los turistas españoles, es la mayor fluidez en la comunicación. A su vez la gran mayoría no tiene preferencia por ninguna nacionalidad (64,7%), pero quienes sí la tienen prefieren principalmente alemanes (55,5%), escandinavos (25,6%), e ingleses (8,2%).

Sobre la vinculación personal con el turismo, la mayoría no trabaja ni ha trabajado en el turismo (67,9%), pero es muy destacable que 3 de cada 10 encuestados si lo ha hecho o lo hace (32%); porcentaje que coincide con los datos oficiales sobre el peso del turismo en el PIB canario y en los empleos directos. Si consideramos el ámbito familiar del encuestado, este porcentaje aumenta al 44% (gráficos 5 y 6). Por lo que casi la mitad de la población de la isla tiene en su ámbito cercano personas que trabajan o han trabajado en turismo; dato

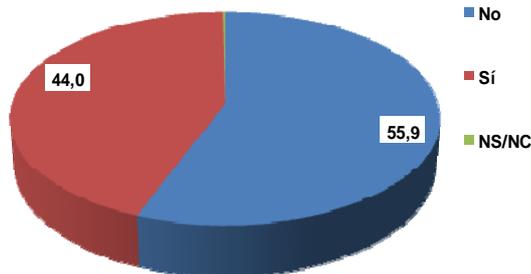
muy significativo y que explica en cierta forma también, el alto interés por el turismo anteriormente ya comentado.

Gráfico 5
Vinculación laboral con el turismo



Fuente: elaboración propia en base a datos de la encuesta PST en GC

Gráfico 6
Vinculación familiar con el turismo



Fuente: elaboración propia en base a datos de la encuesta PST en GC

Sobre el comportamiento turístico, observamos que más de la mitad ha realizado algún viaje de ocio en los últimos 12 meses previos a la encuesta, siendo el destino principal Tenerife, seguido por el norte de España, el resto de España, Fuerteventura, Madrid, Andalucía, Cataluña, y Lanzarote. Sobre los viajes al extranjero destaca Reino Unido. Preguntados sobre los motivos del no viaje, y como era previsible en esta situación de crisis, los motivos económicos son la principal respuesta, casi 6 de cada 10 de quienes no han viajado, no lo han hecho por esos motivos. Tal y como era previsible, lógicamente a menor nivel de ingresos mayor es el peso de las razones económicas como la principal causa del no poder haber viajado. Seguido por los motivos de trabajo propios o de familiares o amigos.

Realizamos una pregunta sobre las acciones individuales para mejorar la situación del turismo en Gran Canaria: la pregunta fue abierta y multirrespuesta. Mayoritariamente opinan que podrían ser más educados, amables, respetuosos, tolerantes, y dar un mejor

trato (61,2%), mejorar los productos turísticos, mejorar la calidad, hacer más promoción turística, diversificar la oferta turística, dar más información y no abusar de los precios (16,9%), cuidar el medio ambiente, el entorno, la limpieza, acometer rehabilitación urbana, de infraestructuras, y de edificios (11,1%) y aprender idiomas, mejorar la formación de los recursos humanos (9%). Por otra parte y considerando las respuestas múltiples agrupadas, observamos que no hay mucha variedad en las respuestas y suelen responder sólo una sola acción individual. Sería una buena oportunidad promover campañas o concursos para imaginar que es lo que podemos hacer cada uno de nosotros para mejorar la situación turística; especialmente entre las futuras generaciones (colegios e institutos).

Considerando las opiniones de los entrevistados observamos que quienes residen en las zonas turísticas se encuentran habitualmente con turistas y eso es algo que viven con total normalidad, no los evitan. También tienen vecinos turistas (turismo-residencial). A su vez, señalan que los turistas tienen su propio recorrido, sus grupos, y que básicamente no interactúan con ellos; no se relacionan, y por lo tanto, tampoco se molestan. Tienen un concepto del turista bastante bueno, de gente respetuosa y amable. Si bien el turista al romper con su rutina puede tener un comportamiento más fiestero, no lo consideran bochornoso; hay gente que se comporta en forma no adecuada tanto si es turista como si no lo es, tal como afirma el siguiente entrevistado:

“El comportamiento en general no varía según el tipo de nacionalidad, o sea los turistas se distribuyen como una población normal: el 80% se comportan normalmente y hay un 10% malo y un 10% exquisitamente bueno”. (E-1)

Destacan que los turistas ponen más de su parte para intentar entenderse y comunicarse; consideran que tenemos la tendencia a criticar lo diferente, lo que no entendemos y que si bien los grancanarios tienen un buen trato con los turistas, en el momento de tener un trato más cercano, de convivir, los residentes no son tan flexibles, ni tan tolerantes, ni tan cosmopolitas como se señala a continuación:

“Los turistas ponen mucho más de su parte que nosotros para intentar entendernos, como diferentes. Además, tendemos a criticar lo que no entendemos, lo diferente, lo que ignoramos. Ellos se adaptan mejor a nosotros que nosotros a ellos, a los canarios nos cuesta mucho adaptarnos a las normas que los turistas traen de fuera”. (E-2)

Inferimos de las entrevista que la mayor parte de los turistas se comportan correctamente, siendo en general del nivel socioeconómico medio; aunque debido a los paquetes nuevos de todo incluido, se está captando más el sector menos pudiente. Afirman que hay buenos y malos turistas en todas las nacionalidades, y en todos los grupos; todos deberían ser bienvenidos; gasten mucho, o gasten menos, lo importante es que sean respetuosos y que vuelvan; o sea, fidelizarlos:

“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)

3.3. Percepciones públicas sobre la situación turística

El turismo en Gran Canaria (y en Canarias en general) es un asunto de enorme sensibilidad social, política y cultural. Por lo que preguntamos sobre la opinión de la situación turística en la isla, para eso presentamos una batería de preguntas y afirmaciones concretas y de actualidad. Preguntamos acerca del acuerdo o desacuerdo sobre las siguientes afirmaciones; que en los últimos dos años ha disminuido el número de turistas, han respondido prácticamente en partes iguales estar de acuerdo y en desacuerdo. Respuesta que sorprende porque el crecimiento en el número de turistas en los últimos años ha sido importante y destacado en los medios de comunicación. Además si consideramos que la mayoría ha respondido que quieren más turistas en la isla, concluimos que la capacidad de carga percibida (físico-ambiental y socio-cultural) estaría lejos de ser sobrepasada.

Sobre la afirmación de que en el último año se han generado entre 20 y 30 mil nuevos empleos en el sector turístico canario, la respuesta ha sido rotundamente en desacuerdo. El 71,4% no está de acuerdo con esa frase, y un importante porcentaje no sabe (21,5%). Éste dato lo incluimos por las declaraciones de varios responsables políticos del empleo y del turismo en Canarias, declaraciones muchas veces contradictorias sobre la capacidad de generación de empleos turísticos y su relación con el aumento de los turistas recibidos.

Casi 9 de cada 10 (89,8%) opinan que los turistas gastan cada vez menos dinero; según las fuentes del sector turístico, si bien ha aumentado el gasto general desde el 2006, ha descendido el gasto por turista en destino. El ingreso turístico ha aumentado debido a que vienen más turistas y gastan más. Pero el problema en este caso es que se gasta más en el origen y menos en el destino y esa tendencia es lo que preocupa. Cabría preguntarse cuál es la tasa de retorno de ese gasto en origen y cuáles son las condiciones y acuerdos entre el sector hotelero y los grandes touroperadores. Casi el 80% está de acuerdo con que las instalaciones turísticas ocupan gran parte del litoral de la isla, pero físicamente no es así; se calcula que las instalaciones turísticas ocupan menos del 4 % de su litoral. Quizás esta percepción esté relacionada más que con la densidad de la extensión construida, con fuertes corrientes de opinión de bastante peso y difusión y pensando más bien únicamente en el litoral urbanizado y no en la superficie total.

La mayoría está acuerdo con que;

- Con el parón de la construcción el turismo se ha transformado en la principal salida de la crisis (73,4%).
- Los turistas gastan poco dinero, generando pocos beneficios (71,7%).
- Tenemos una dependencia extrema de los vuelos y eso no es sostenible a largo plazo (67,3%).
- La riqueza que generan los turistas está mal repartida (66,7%).
- La subida del IGIC⁴ y la cancelación de la bonificación a las tasas aeroportuarias perjudicarán al turismo en Canarias (65,1%).
- El sur turístico de la isla tiene demasiadas instalaciones obsoletas y hay que renovarlas (56%).

⁴ Impuesto General Indirecto Canario.

- La moratoria turística ha frenado las inversiones y el crecimiento turístico en Canarias (54,5%).
- El sur turístico de la isla no soportaría más edificaciones nuevas (51,6%).

Las afirmaciones más rotundamente aceptadas (con más respuestas muy de acuerdo) han sido que el sur turístico de la isla tiene demasiadas instalaciones obsoletas y hay que renovarlas, que las posibles prospecciones petrolíferas ponen en riesgo las playas de Fuerteventura y Lanzarote como recurso turístico, que el sur turístico de la isla no soportaría más edificaciones nuevas, y que la subida del IGIC y la cancelación de la bonificación a las tasas aeroportuarias perjudicarían al turismo en Canarias. La afirmación más controvertida ha sido la de que el tren de Gran Canaria será bueno para el desarrollo turístico y la movilidad de turistas y residentes; la opinión a favor es del 42% y en contra del 46,2%.

Preguntados acerca de los actores con mayor influencia en el sector turístico de la isla, observamos una clara diferencia según la zona residencia. El 63,8% de los residentes de las zonas turísticas consideran que quienes tienen mayor peso son los tour-operadores y las agencias de viaje, porcentaje que se reduce al 45% para los residentes en las zonas no turísticas. Pero para los residentes en ambas zonas, los touroperadores es el grupo de poder más influyente. Otra diferencia que hay es que los residentes de las zonas no turísticas consideran como segundo actor más influyente el gobierno de Canarias (24,5%) siendo este porcentaje bastante menor para los residentes de las zonas turísticas (15,2%). Y el tercer actor en influencia y poder, serían las compañías aéreas, 11% y 6,1% respectivamente para residentes en zonas no turísticas y turísticas. De todas formas, para ambos grupos de residentes y más allá de las significativas diferencias, los tres principales actores más influyentes para el sector turístico de Gran Canaria son según su importancia; los tour-operadores y las agencias de viajes, el Gobierno de Canarias, y las compañías aéreas. En este caso la percepción sobre la concentración de poder en las elites dirigentes deja claro que la desigualdad se percibe no solo en el reparto de los beneficios generados por el turismo, sino también en su gestión política y empresarial.

Al respecto de la situación turística de la isla, destacamos de los entrevistados la importancia de la renovación de la oferta turística, de la planta hotelera; así como la necesidad de renovar lo existente antes de empezar a hacer cosas nuevas. Especialmente, la necesidad de renovar Playa del Inglés y Maspalomas. También consideran fundamental diversificar la oferta turística, ofrecer un valor añadido para que los turistas quieran volver. Lógicamente el sol y la playa son el principal producto, pero también sería bueno darles a conocer otras partes de la isla, otros productos relacionados con la cultura, con el ocio, y con la oferta complementaria multiplicando así los beneficios generados por el ingreso turístico. Señalan la preocupación del aumento del gasto en origen y del descenso en destino; considerando la necesidad de tener tour-operadores y aerolíneas propias. O al menos, intentarlo y de la necesidad de una mayor y mejor distribución de los ingresos por turismo. Señalan que el todo incluido habría venido a Canarias para quedarse; pero los entrevistados no tienen una buena valoración sobre esta relativamente nueva modalidad en la isla, el turista prácticamente no sale del hotel y no gasta en la oferta complementaria. La

alternativa podría ser incluir la oferta complementaria en el todo incluido, o mejorar la calidad de la media pensión, como señala el siguiente entrevistado:

“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)

Atrayendo en algunos casos a turistas que les interesa básicamente beber, que no les interesa conocer nada de la isla y que en algunos casos generan conflictos por su comportamiento entre los huéspedes del hotel; principalmente cuando hay mezclas de grupos. Sobre este comportamiento hay un artículo interesante publicado por Mendoza, M. y Monterrubio, J. (2012) en el que se a ese grupo de turistas se les denomina “spring breakers”. Serían los turistas que se “desmadran”, lo que en la prensa española se presenta como el turismo inglés de borrachera en Salou o Magaluf.

Destacan la importancia de la concienciación turística, a través de la formación turística en los colegios, de una mayor formación técnica de los trabajadores, y un mayor involucramiento de los residentes en las zonas no turísticas de la isla en la importancia del turismo para toda Gran Canaria, como se señala a continuación:

“Me encantaría que en la formación primaria de los colegios canarios se le explicase a los niños desde la base, que los turistas no son los cabrones que vienen a emborracharse y ensuciar, que los turistas son nuestra materia prima.” (E-2)

Porque afirman que muchos quieren los beneficios del turismo pero sin tener que mezclarse con los turistas. Son críticos con la poca valoración de los oficios y profesiones turísticas: ven la necesidad de un mayor apoyo de los empresarios a los trabajadores. Está claro que el trabajo en la hostelería y el turismo es de un ritmo intenso e intensivo, por lo ante al gran aumento de turistas consideran necesarias las mejoras en las condiciones laborales.

Consideran que en cierta forma, el participar en actividades de ocio turístico, “nos iguala”; o sea, en la playa todos somos iguales, y el turista masificado es en cierta forma una gran clase media en busca de evasión y diversión. Por lo que todos serían bienvenidos, siempre y cuando, participen como consumidores en los canales de comercialización de los productos turísticos.

En general, los entrevistados tienen una valoración negativa de los efectos de la moratoria turística (ley que limita nuevas construcciones hoteleras). Consideran que no se puede regular de esa forma un destino cuando ya está maduro y que el concepto de que necesitamos la mitad de turistas que gasten el doble es absurdo, no es viable ni competitivo. Afirman que la moratoria habría impedido que se genere oferta nueva, bajando la presión competitiva y generando inseguridad jurídica. Opinan que la puesta en marcha de la moratoria turística está generando desigualdades en el acceso por parte de los empresarios a oportunidades de negocio y a generar en consecuencia, mayores contrataciones y empleos, como afirma el entrevistado:

“La moratoria ha sido negativa para el desarrollo turístico de Gran Canaria: porque no se puede pretender regular un destino cuando ya está maduro, no se puede borrar el pasado, la isla tiene capacidad de carga para recibir más turistas. 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)

4- CONCLUSIONES

En primer lugar nos llaman la atención algunas generalizaciones; es muy bajo el porcentaje de las personas que optan por no responder o responden que no saben (NS/NC), es un dato muy llamativo que gran parte de la población de la isla sí tenga opinión formada. Lo que demuestra la gran importancia que tiene en la opinión pública el turismo, una población que madura y reflexiona al respecto. Por otra parte, no observamos grandes diferencias relacionadas entre las opiniones, percepciones, actitudes y valoraciones, y las principales variables sociodemográficas (grupos de edad, sexo y en menor medida nivel de estudios), lo que demuestra una población bastante cohesionada en sus opiniones al respecto del objeto de estudio.

Cabe destacar que las variables explicativas más importantes son básicamente dos; la zona de residencia (turística o no turística) y la vinculación laboral con el turismo (presente o pasada, personal o familiar); lo que **confirma las hipótesis H1 y H2 respectivamente**. El lugar de residencia (turístico o no turístico) así como la vinculación personal / familiar con el turismo, influye en las opiniones sobre los impactos del turismo. Concretamente, quienes residen en zonas turísticas y trabajan en turismo son los más favorables al sector.

Del estudio destaca además la importante percepción del impacto positivo del turismo en; creación de nuevos puestos de trabajo, mejora de las infraestructuras, generación de riqueza y crecimiento económico, mejora de la oferta cultural y de ocio así como de los servicios públicos y de la calidad de vida en el Municipio de residencia. Los beneficios del turismo se perciben en la medida que los entrevistados tengan empleos en el sector o vivan en núcleos turísticos.

El sistema de recompensas, y beneficios generados por el turismo, concretamente en la creación de empleo y desarrollo explica las opiniones y valoraciones positivas expresadas. En este sentido la teoría del intercambio social (a través de un equilibrio entre costes y beneficios derivados del turismo) explica con bastante certeza el grado de aceptación de los residentes hacia ese sector. Esto nos lleva a **confirmar la hipótesis H3**; la teoría del intercambio social explica en gran medida las opiniones sobre las ventajas y desventajas del turismo en la sociedad.

La opinión es más crítica en relación con la conservación del medio ambiente, la contención de precios, y el acceso a viviendas asequibles, aunque la percepción de impactos negativos es mucho menor que la percepción de los impactos positivos. La gran mayoría considera al turismo la principal actividad económica de la isla y a su vez, los

temas relacionados con el turismo interesan mucho y bastante. De todas formas, consideran que los beneficios generados por el turismo deberían estar mejor repartidos en la sociedad. Gran parte de los encuestados se encuentra con turistas casi todos los meses del año, y consideran que el trato que se les da es bueno. A su vez, la mayoría cree que el comportamiento de los turistas es agradable, que son respetuosos con el medio ambiente, y que tienen mayoritariamente un poder adquisitivo medio. Tienen un buen concepto de la calidad del empleo turístico, y un importante porcentaje está relacionado directa o indirectamente con el empleo turístico. Consideran que la calidad del tipo de turismo habría descendido algo en los últimos años, que los turistas deberían gastar más, y que debería aumentar el número de personas que visitan la isla. La mayor parte no tiene preferencias por ningún colectivo específico aunque quienes las declaran lo hacen principalmente por los turistas alemanes y hacia el turismo familiar. Consideran que debido a la crisis, el turismo es la alternativa de trabajo y económica más importante, pero son escépticos en que el sector genere los suficientes puestos de trabajo ante unos porcentajes de paro tan elevados. La percepción que se tiene sobre los conceptos de masificación y construcciones obsoletas en el sur y sobre la proporción del litoral de la isla ocupado por instalaciones turísticas, es una opinión bastante crítica del estado de situación. También son críticos con la moratoria turística, la dependencia del sector con la conectividad aérea, y el impacto del aumento de los impuestos para el sector turístico. Mayoritariamente consideran que son los touroperadores y las agencias de viaje quienes tienen mayor influencia en el turismo de la isla. Hay una llamativa diferencia que despunta en el total de las opiniones, las de los residentes en zonas turísticas frente a los residentes en zonas no turísticas; los primeros tienen una opinión más favorable al turismo y a los turistas en general.

Según la tipología de residentes de Davis (citado en Harril, 2004) estaríamos en general frente a “románticos cautos”: reconocen los impactos positivos del turismo, pero son críticos con el crecimiento masificado y sus impactos medioambientales. Aunque por otra parte, también desean la llegada de más turistas. Y frente a quienes “aman por motivo o razón”; aprobando el turismo en la medida que crea empleo y ofrece facilidades recreacionales a los residentes. Son mayoritarias las opiniones a favor de; el desarrollismo en el turismo para enfrentar esta crisis y generar empleo y crecimiento a corto o medio plazo y de la recualificación y renovación de la oferta turística. Muchos son críticos y muy cautos con el impacto negativo hacia el medio ambiente. Cabría considerar las diferencias valorativas expresadas por los encuestados a la hora de planificar políticas turísticas o campañas de sensibilización sobre los efectos positivos del turismo en la población local. Está claro que las visiones contradictorias siguen siendo parte de la esencia del turismo; en algunos casos se plantea que debilita las tradiciones populares del destino turístico, en otros que es un factor de revitalización cultural. Lo mismo sucede con la agricultura local, con la buena distribución o no del gasto turístico, con la posibilidad o no de generar empleos directos e indirectos y la precariedad o no de los mismos, o sobre si es una amenaza o una garantía para el medio ambiente.

Por otra parte los datos generales del aumento del riesgo de pobreza y exclusión social, del paro y del estancamiento en la generación de empleos en la hostelería de los últimos años y a su vez el gran aumento del ingreso de turistas y de ingresos económicos por turismo, son

claros indicios de que este modelo de desarrollo turístico no está generando todos los beneficios que debería generar en la sociedad receptora (y en tiempos de crisis). Fenómeno éste que sería un interesante objeto de estudio para próximas investigaciones; la relación entre el crecimiento y el desarrollo del turismo con el desempleo y la desigualdad social en destinos turísticos consolidados.

REFERENCIAS

- Aguiló, E., Roselló, J. (2004), "Host community perceptions; a cluster analysis", *Annals of Tourism Research*, 32(4), 925-941.
- Alvarez, A. (2005), "La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teóricos-metodológicos", *Revista Política y Sociedad*, Vol. 42, Núm. 1, 57-84.
- Ap, J. (1992), "Residents perceptions on tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, 19 (4), 665-690.
- Cea, M.A. (2005), "La senda tortuosa de la calidad de la encuesta", *REIS*, 111, 75-103.
- Corbetta, P. (2003), *Metodología y técnicas de investigación social*, Madrid, Mc Graw Hill Pennings.
- De Kadt, E. (1991), *Turismo pasaporte al desarrollo? Turismo y Sociedad*, Madrid, Endymion.
- Días, V. (2005), *Manual de trabajo de campo en la encuesta*, Madrid, CIS Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Garzón, A. (2010), *Condicionantes de la competitividad turística grancanaria*, Sevilla, Editorial Círculo Rojo.
- Giner, S., Lamo, E., Torres, C. (2006), *Diccionario de Sociología*, Alianza Editorial, Madrid.
- Harrill, R. (2004), "Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning", *Journal of Planning Literature*, Vol 18, N°3, 251-266.
- Jurdao, F. (1992), *Los mitos del Turismo, Turismo y sociedad*, Madrid, Endymion.
- Mazón, T., Huete, R., Mantecón, A. (2009), "La dependencia del turismo y la percepción de la comunidad de acogida. Apuntes sobre la teoría del intercambio social", *Tourism & Management Studies*, N°5, 25-36.
- Medina, D. (2009), *La competitividad turística de Gran Canaria*, Las Palmas de Gran Canaria, ULPGC.
- Morales, J. (1978), "La teoría del intercambio social desde la perspectiva de Blau", *Revista Española de Investigaciones Sociales*, N°4, 129-146.
- Moreira, P. (2011), "Percepción social del turismo en Andalucía - España", *Revista Gaudeamus* de la Universidad Latina de Costa Rica, 133 - 157.
- Santana, A. (1997), *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*, Ariel, Barcelona.
- Smith, V. (1992), *Anfitriones e invitados, Turismo y sociedad*, Madrid, Endymion.
- Turner, L., Ash, J. (1991), *La horda dorada, Turismo y sociedad*, Madrid, Endymion.

Valles, M. (2009), *Entrevistas cualitativas*, Madrid, CIS Centro de Investigaciones Sociológicas

Vera, J., (coord.), López F., Marchena M., Anton S. (2011), *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*, Colección Crónica, Valencia.

Web-pages (accesos 2014):

www.antoniojarzon.com.

www.exceltur.org (IMPACTUR, EXCELTUR).

www.grafcan.es (Cartografía de Canarias S.A.).

www.iet.tourspain.es (Instituto de Estudios Turísticos - IET).

www.ine.es (Instituto Nacional de Estadística - INE).

www.istac.com (Instituto Canario de Estadística - ISTAC).

www2.unwto.org/es (Organización Mundial Del Turismo).