



PROGRAMA DE DOCTORADO EN TURISMO,  
ECONOMÍA Y GESTIÓN

TESIS DOCTORAL

PERCEPCIÓN SOCIAL DEL TURISMO EN GRAN CANARIA.

Costes y beneficios percibidos por los residentes



PEDRO ERNESTO MOREIRA GREGORI

Septiembre de 2019

Las Palmas de Gran Canaria

Portada:

“Campaña de concienciación turística para la población residente”, Gobierno de Canarias.  
Calles de Las Palmas de Gran Canaria (fotografías Moreira, P. 2015)







UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS  
DE GRAN CANARIA

**D<sup>a</sup> BEATRIZ GONZÁLEZ LÓPEZ-VALCÁRCEL COORDINADORA DEL  
PROGRAMA DE DOCTORADO TURISMO, ECONOMÍA Y GESTIÓN  
DE LA UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA,**

**INFORMA**

Que la Comisión Académica del Programa de Doctorado, en su sesión de fecha 03 de Sept. 2019 tomó el acuerdo de dar el consentimiento para su tramitación, a la tesis doctoral titulada "PERCEPCIÓN SOCIAL DEL TURISMO EN GRAN CANARIA. Costes y beneficios percibidos por los residentes", presentada por el doctorando D. Pedro Ernesto Moreira Gregori y dirigida por el Doctor Juan Carlos Martín Hernández y la Doctora Concepción Román García.

El doctorando cumple con los requisitos establecidos en el Art.º 18 del vigente Reglamento para optar a la Mención Internacional.

Y para que así conste, y a efectos de lo previsto en el Art.º 11 del Reglamento de Estudios de Doctorado (BOULPGC 4/03/2019) de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, firmo la presente en Las Palmas de Gran Canaria, a 03 de Septiembre de dos mil diecinueve



**ESCUELA DE DOCTORADO**

PROGRAMA DE DOCTORADO: TURISMO, ECONOMÍA Y GESTIÓN

**TÍTULO DE LA TESIS:**

PERCEPCIÓN SOCIAL DEL TURISMO EN GRAN CANARIA.  
Costes y beneficios percibidos por los residentes

Tesis doctoral presentada por: D. Pedro Ernesto Moreira Gregori

Dirigida por el Doctor: Juan Carlos Martín Hernández  
Codirigida por la Doctora: Concepción Román García

El Director

La Codirectora

El Doctorando

Las Palmas de Gran Canaria, septiembre de 2019

## AGRADECIMIENTOS

- **Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC):**

**Directores de Tesis:** Juan Carlos Martín y Concepción Román

**Instituto de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (TIDES):** Carmelo León, Sergio Moreno, Javier de León, Jorge Araña, Heriberto Suárez, Rosa Batista, Matías González, Teresa Aguiar, Juan Luis Jiménez, Antonio González, Tatiana David y Chaitanya Suarez

**Comisión Académica del Doctorado en Turismo, Economía y Gestión:** Beatriz González López - Valcárcel y Francisco Vázquez - Polo

**Vicerrectorado de Investigación, Innovación y Transferencia:** José Pablo Suárez y Antonio Falcón

**Servicios Generales de Investigación:** Elena Domínguez

**Escuela de Doctorado:** Pedro Herráez

**Departamento de Análisis Económico Aplicado:** Vicente Báez

- **Fundación Universitaria de Las Palmas (FULP):** Manuel Campos y María Salvador. Conjuntamente con las empresas auspiciantes **SERVATUR** y **Compañía Cervecera de Canarias**
- **Instituto Universitario de Investigación Social y Turismo (ISTUR-ULL):** Agustín Santana y José Pascual
- **Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA-CSIC):** Pablo Rodríguez y Eduardo Moyano
- **Facultad de Ciencias Sociales (FCS-UDELAR, Uruguay):** Marcelo Boado
- **Servicios Estadísticos de Canarias S.L.:** Sergio Mendoza

**A las personas anónimas encuestadas y entrevistadas**

**PERCEPCIÓN SOCIAL DEL TURISMO EN GRAN CANARIA.  
Costes y beneficios percibidos por los residentes**

**ÍNDICE**

<b>1- RESUMEN</b>	<b>2</b>
<b>2- MARCO TEÓRICO</b>	<b>9</b>
2.1 “Perception Residents Tourism” y “Tourism Social Perception”. Propuesta de revisión temática desde España	10
<b>3- LA PERCEPCIÓN SOCIAL DEL TURISMO EN GRAN CANARIA</b>	<b>53</b>
3.1 Opinión pública y turismo en Gran Canaria	54
3.2 Turismo y desigualdad en Gran Canaria: apuntes para su análisis	87
3.3 A hybrid-fuzzy segmentation analysis of residents' perception towards tourism in Gran Canaria (Análisis de segmentación híbrido - difusa de la percepción de los residentes hacia el turismo en Gran Canaria)	97
3.4 Consideraciones sobre la percepción social del turismo en Gran Canaria: factores determinantes	126
<b>4- GRAN CANARIA Y ESTUDIOS COMPARATIVOS</b>	<b>146</b>
4.1 Public opinion and tourism in Spanish destinations. The cases of Gran Canaria, Andalusia and Malaga (Opinión pública y turismo en destinos españoles. Los casos de Gran Canaria, Andalucía y Málaga)	147
4.2 Turismo y medio ambiente en Málaga y Gran Canaria. Opiniones de los residentes	163
<b>5- ANEXOS</b>	<b>171</b>
Cuestionario, Frecuencias, Ficha técnica	171

## 1. RESUMEN

### PERCEPCIÓN SOCIAL DEL TURISMO EN GRAN CANARIA.

#### Costes y beneficios percibidos por los residentes <sup>1</sup>

El pasado año (2018), las Islas Canarias fueron visitadas por más de 15 millones de turistas, generando más de 16 mil millones de euros de gasto turístico (ISTAC <sup>2</sup> 2019). A su vez, España recibió más de 82 millones de turistas anuales convirtiéndose en el segundo país del mundo en llegada de turistas internacionales (UNWTO <sup>3</sup> 2019). En el caso de las Islas Canarias, la participación del sector turístico en el PIB está por encima del 35% (EXCELTUR <sup>4</sup> 2018). Por otra parte, este porcentaje es aún mayor según islas (Fuerteventura, Lanzarote).

En el caso que estudiamos, la isla de Gran Canaria tiene menos de 900 mil residentes, pero el pasado año recibió más de 4 millones y medio de turistas: el equivalente a unos 5 turistas por habitante. Por otra parte, y si consideramos la reciente crisis económica, vemos que el turismo ha sido uno de los pocos sectores productivos en crecimiento generando cierto alivio en la economía de las islas.

Estos datos generales ilustran en cierta medida la gran importancia del turismo en las Islas Canarias. Lo cual justifica que sea un sector al que se le preste detallada atención y estudio, y dentro de este marco general se presenta esta tesis doctoral. El objetivo de la misma es conocer las opiniones, valoraciones y actitudes de los residentes respecto del turismo y los turistas. Centrándonos tanto en las valoraciones sobre sus impactos positivos y negativos, así como en una variada serie de opiniones y comparaciones sobre el turismo y sus circunstancias en la isla.

## 2- MARCO TEÓRICO

Iniciamos la tesis con un marco teórico a modo de referencia y soporte temático para la lectura del resto de los capítulos. En el apartado 2.1 (“**Perception Residents Tourism**” y “**Tourism Social Perception**”). **Propuesta de revisión temática desde España**), realizamos

---

<sup>1</sup> Algunos de los textos que se presentan corresponden, o bien en parte o bien en su totalidad, a publicaciones realizadas como doctorando matriculado durante el período 2014-2019. Producción académica exigida en los compromisos de permanencia tanto en el programa de Doctorado en Turismo, Economía y Gestión, así como en el programa propio de ayudas predoctorales de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Los textos siguen el formato y las normas de redacción (citas y referencias) exigidos por los equipos editoriales de cada una de las publicaciones.

<sup>2</sup> Instituto Canario de Estadística (ISTAC) <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/>

<sup>3</sup> World Tourism Organization (UNWTO) <https://statistics.unwto.org/>

<sup>4</sup> Alianza para la Excelencia Turística (EXCELTUR)

<https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2018/07/IMPACTUR-Canarias-2017-julio-2018-.pdf>

una revisión completa de la literatura, analizando una amplia gama de aportaciones teóricas y metodológicas sobre la Percepción Social del Turismo (PST).

Se presentan inicialmente algunos de los modelos teóricos más relevantes que han sido discutidos en recientes revisiones temáticas: desde los estudios centrados en el índice de irritación turística (Irridex Model), el ciclo de vida del destino, así como las principales teorías sociales que interpretan el fenómeno. Dentro de las últimas se destacan entre otras: la Teoría del Intercambio Social - TIS (Social Exchange Theory - SET), la Teoría de las Representaciones Sociales (Social Representations Theory), la Teoría del Apego a la Comunidad (Community Attachment Theory) y la Teoría de la Máquina del Crecimiento (Growth Machine Theory). El citado análisis nos permite concluir que la Teoría del Intercambio Social es la más recurrida y citada en la bibliografía. Según esta teoría, el turismo es un fenómeno que sucede porque se produce un intercambio interesado y racional entre costes y beneficios entre los grupos sociales que participan: turistas y residentes. Si tal intercambio satisface las expectativas de ambos no se sucederían conflictos ni desequilibrios en la relación. Por otra parte, se analizan también las diferentes tipologías de residentes: una amplia gama que abarca desde quienes “odian”, a quienes “aman” al turismo y sus efectos en el destino, pasando por quienes se perciben como “ambivalentes”. Tipologías que además suelen variar según las etapas del ciclo de vida del destino.

Posteriormente analizamos las principales conclusiones de publicaciones realizadas durante el período 2005-2018 sobre destinos españoles y basadas en estudios cuantitativos. Esto nos permite tener una idea general de la forma en que se han abarcado este tipo de estudios: desde las más diversas teorías o productos turísticos hasta diferentes tipos de destinos nacionales.

Seguidamente, y aplicando la metodología para las revisiones bibliográficas de grandes volúmenes, analizamos a través de un estudio taxonómico las principales publicaciones de la base de datos Scopus según los términos: “Perception Residents Tourism”, “Tourism Social Perception” y “Social Exchange Theory” (período 2008-2018). Lo cual nos ha permitido, no sólo conocer sus principales frecuencias, términos y conceptos, sino también, establecer interrelaciones, conjuntos, jerarquías y categorías relevantes.

Finalmente proponemos clasificaciones cualitativas con categorías no excluyentes, agrupando teorías y aproximaciones empíricas similares. Este ejercicio se propone más como una propuesta reflexiva y en construcción que como un patrón estándar cerrado y categórico. Ya que, por otra parte, ante tanta diversidad y complejidad de los destinos, no consideramos viable establecer modelos universales y estandarizados. Habiendo observado, además, que muchos estudios llegan a conclusiones a veces contradictorias o ambiguas. Se concluye que es necesario considerar los particulares contextos y que profundizar en las visiones cualitativas sería un buen aporte para el cuerpo de conocimiento. Máxime a día de hoy donde se dan situaciones y fenómenos recientes, categorizados como de “turismofobia, turistificación, overturismo, economía colaborativa, alquiler vacacional, undermanagement”: todo lo cual colma a la coyuntura turística de conflictos de una considerable complejidad. Complejidad tanto en su

interpretación como en su gestión que requerirá una elaboración de estrategias consensuadas que permitan establecer políticas turísticas adecuadas a conseguir mejorar la competitividad turística del destino.

### **3- LA PERCEPCIÓN SOCIAL DEL TURISMO EN GRAN CANARIA**

El capítulo tercero presenta el diseño del cuestionario desarrollado con el objetivo de medir las opiniones, percepciones, valoraciones y actitudes de los residentes de Gran Canaria sobre el turismo y los turistas. La encuesta propia ha sido realizada a 504 residentes, y según cuotas de sexo y zona de residencia (turística o no turística). La técnica cuantitativa ha sido complementada con la realización de una técnica cualitativa, lo que se conoce en Ciencias Sociales como Método Mixto de Investigación, realizando entrevistas en profundidad semiestructuradas a diferentes agentes económicos. Aunque resulte evidente, cabe destacar que a través de la encuesta y las entrevistas valoramos y analizamos la subjetividad de los encuestados sin pretender establecer verdades absolutas ni hechos irrefutables

El primer apartado 3.1 (**Opinión pública y turismo en Gran Canaria**) sirve para concluir que las opiniones de los encuestados están en gran medida condicionadas por la zona de residencia (turística o no turística), la vinculación personal y/o familiar (presente o pasada) con el sector turístico, y la Teoría del Intercambio Social.

Cabe destacar, en primer lugar, que se trata de una población que tiene mayormente opinión formada al respecto del turismo y que se percibe como una temática de gran interés. Es muy bajo el porcentaje de encuestados que responden "no sabe/no contesta". Por otra parte, si bien hay matices en las opiniones, se trata de una población con opiniones relativamente homogéneas y consensuadas. De todas formas, quienes trabajan en el sector turístico y residen en las zonas turísticas son el grupo más afín al turismo y a su desarrollo. Aunque cabe destacar que si bien estos trabajadores son quienes más impactos positivos perciben son también quienes más impactos negativos observan.

Entre los principales impactos positivos, destacan: la creación de nuevos puestos de trabajo, la mejora de las infraestructuras, la generación de riqueza y el crecimiento económico, la mejora de la oferta cultural y de ocio, de los servicios públicos y de la calidad de vida en el municipio de residencia. Y entre los principales impactos negativos: el acceso a viviendas asequibles, la contención de precios de bienes y servicios y la conservación del medio ambiente.

Consultados sobre algunas valoraciones específicas sobre la gestión y la coyuntura turística, los residentes en Gran Canaria consideran mayormente que: los beneficios derivados del turismo deberían estar mejor repartidos en la sociedad y que los turistas deberían gastar más. Opinan que son los touroperadores y las agencias de viaje quienes tienen una mayor influencia en la gestión turística en la isla.

En términos generales, tienen una buena valoración sobre los turistas y no expresan preferencias por ningún grupo determinado. Quienes sí la expresan, prefieren a los extranjeros (consideran que gastan más que los nacionales) y al turismo familiar. Una mayoría se encuentra

con turistas de forma regular y casual durante casi todo el año. Preferirían que la isla recibiera un mayor número de turistas ya que además consideran que el turista tiene en general un comportamiento agradable, un poder adquisitivo medio y es respetuoso con el medio ambiente. Si bien tienen un buen concepto sobre la calidad del empleo turístico, no creen que los empleos generados por el sector sean suficientes para lograr un descenso considerable del paro.

Según la tipología de residentes podríamos considerar que se trata de “románticos cautos” (valoran los buenos impactos del turismo, pero son cautos con la masificación turística y los impactos ambientales) y “aman por motivo o razón” (valoran al turismo en la medida que genere más beneficios que costes en el destino).

Consideramos que valorar toda la gama de matices de esta encuesta podría ser de utilidad para los gestores turísticos. Ya sea para la gestión integral del destino, así como para la elaboración de campañas de concienciación turística de respeto y tolerancia que prevenga de los conflictos en la convivencia que han aparecido en otros destinos importantes del país.

El apartado 3.2 (**Turismo y desigualdad en Gran Canaria: apuntes para su análisis**) presenta inicialmente un marco teórico sobre exclusión y desigualdad social, analizando datos primarios y secundarios para el período propuesto de estudio de tres años (2009-2012).

Hemos tomado ese período ya que es cuando se suceden fenómenos simultáneos relativamente desconcertantes. En primer lugar, se da un crecimiento exponencial muy significativo del turismo en las Islas Canarias, un crecimiento de 2 millones de turistas. Y a su vez, la paradoja de otro crecimiento muy significativo: el del paro, el riesgo de pobreza y de exclusión social en el destino. El año 2012 en las Islas Canarias se caracterizó por ser el de mayor gasto turístico total hasta esa fecha y a su vez año récord de paro y pobreza.

El objetivo de este capítulo ha sido reflexionar al respecto de uno de los debates más cuestionados: la relación (o no) entre crecimiento económico y desarrollo. Comentamos también las opiniones de los residentes respecto de los impactos del turismo en Gran Canaria, donde está claro que se perciben considerables desigualdades. Los residentes destacan un desigual reparto de los beneficios generados por el turismo y que la mayor parte de las ganancias benefician a empresas de fuera de la isla, así como la concentración del poder de decisión en pocos actores, principalmente touroperadores y agencias de viaje.

Lógicamente, el desarrollo de un turismo sostenible y sustentable en el tiempo debería generar beneficios tanto a turistas como a residentes, generando empleo, riqueza, crecimiento y desarrollo en las sociedades de acogida. Los consensos entre empresarios y trabajadores, la participación ciudadana y de la sociedad civil, la puesta en marcha de políticas públicas turísticas, así como de políticas de empleo e integración social, ayudarían a grandes sectores de la población a beneficiarse del crecimiento económico de la principal actividad económica de las Islas Canarias. La redistribución de la riqueza, así como la multiplicación y maximización de los efectos positivos del turismo, son evidentemente cuestiones a tener en cuenta en la agenda de los agentes decisores.

En el apartado 3.3 (**“A hybrid - fuzzy segmentation analysis of residents' perception towards tourism in Gran Canaria” - Análisis de segmentación híbrido - difusa de la percepción de los residentes hacia el turismo en Gran Canaria**), hemos utilizado una escala de los 10 principales impactos positivos y negativos observados en la encuesta, agrupando a los residentes según su percepción del turismo y dos hipotéticos escenarios posibles. Aplicando el método de segmentación híbrido-difusa hemos obtenido tres grupos diferentes. Los cuales podríamos denominar como: “amantes turísticos extremos”, “aborrecedores turísticos extremos y ambivalentes” en el primer escenario de opiniones extremas; y “amantes, aborrecedores y ambivalentes” en un segundo escenario de las opiniones realmente emitidas por los residentes.

Los hallazgos nos demuestran que los principales beneficios del turismo están asociados a los beneficios económicos, mientras que los impactos negativos están más relacionados con el medio ambiente. La mayoría de los residentes podría ser considerada como “ambivalentes”. De todas formas, cabe destacar que el denominado grupo de “enemigos” no es nada despreciable en uno de los escenarios planteados. Este hecho es muy relevante para el destino porque la percepción negativa de los residentes puede disminuir la competitividad turística del mismo, máxime, hoy en día, si consideramos algunas de las demostraciones hostiles hacia el turismo en algunos destinos españoles.

Teniendo en cuenta objetivos estratégicos genéricos de desarrollo del turismo, los resultados que presentamos podrían ser de utilidad para los gestores públicos al considerar principalmente: la mejora del bienestar a largo plazo de la población local, y la optimización de los impactos positivos del turismo que garanticen un equilibrio sostenible entre los beneficios económicos y los costes socio-culturales y ambientales.

Por último, consideramos la metodología de “encuesta deliberativa” como factible y de utilidad para ser utilizada en el estudio de los impactos del turismo en Gran Canaria. Dicha metodología se basa en realizar encuestas a los mismos grupos de residentes, antes y después de un debate participativo con expertos del fenómeno a estudiar. Analizando de esta forma la variación (o no) de las opiniones según los respectivos debates y el acceso a información cualificada.

El capítulo finaliza con el apartado 3.4 (**Consideraciones sobre la percepción social del turismo en Gran Canaria: factores determinantes**). Esta sección, a través de la metodología de Modelo Logit Ordinal, analiza cuáles son los factores más determinantes de las opiniones de los residentes. Destacando principalmente las valoraciones que tienen que ver con la creación de nuevos puestos de trabajo, y la creación de riqueza y crecimiento económico. Seguidamente de la influencia del turismo en la mejora de las infraestructuras.

En términos generales, los encuestados consideran que el turismo es muy y bastante importante para la economía del municipio de residencia. Por otra parte, las valoraciones más positivas las expresan quienes: trabajan o han trabajado en turismo, residen en un municipio turístico, residen en la capital (Las Palmas de Gran Canaria), viven en pareja, son hombres, han viajado en los últimos 12 meses, tienen una renta menor a 1.500 € y han tenido una interacción

frecuente con los turistas. Sin que resulte contradictorio, también observamos que los impactos negativos son más frecuentemente percibidos por quienes trabajan o han trabajado en turismo y quienes han viajado en los últimos 12 meses. También observamos que, a mayor edad, mayor es la probabilidad de expresar opiniones negativas.

En resumen, las variables que mejor explican e influyen en las opiniones son: residir en un municipio turístico, trabajar o haber trabajado en turismo y la edad.

Los encuestados consideran mayormente que los turistas tienen un poder adquisitivo “medio”, que se comportan en general de forma agradable y que respetan el medio ambiente.

Por último, deseamos incidir en que no ha sido sencilla la tarea de establecer relaciones causales de los factores determinantes, en gran medida, debido a la complejidad de tan diversos y variados matices, así como a las características propias de las variables explicadas.

#### **4- GRAN CANARIA Y ESTUDIOS COMPARATIVOS**

El capítulo 4 incluye dos apartados donde comparamos encuestas propias de opinión pública en Gran Canaria y Andalucía. En el momento de elaborar el cuestionario para la isla, tuvimos en cuenta la utilidad y originalidad de mantener algunos módulos de preguntas iguales al caso andaluz. Precisamente para poder realizar las comparaciones que presentamos y observar similitudes y diferencias. En Gran Canaria, la encuesta se realizó de forma telefónica a 504 residentes (TIDES-ULPGC 2012) y en Andalucía se realizó de forma presencial a 1781 residentes de las ocho provincias andaluzas (IESA - CSIC 2008). En el caso andaluz, nos centramos en analizar las opiniones de los residentes de la provincia de Málaga, el motivo es que se trata de su provincia más turística y la que más se asemeja a Gran Canaria como destino turístico maduro de sol y playa.

El apartado 4.1 (**“Public opinion and tourism in Spanish destinations. The cases of Gran Canaria, Andalusia and Malaga” - Opinión pública y turismo en destinos españoles. Los casos de Gran Canaria, Andalucía y Málaga**) concluye que cuanto mayor es el desarrollo turístico del lugar de residencia los encuestados, las opiniones están más formadas, y se perciben más beneficios, aunque también son más críticos con respecto a las externalidades negativas.

Más allá de las similitudes en su principal producto turístico (sol y playa), cabe destacar algunas diferencias significativas entre ambos destinos: la alta estacionalidad en la costa mediterránea durante el verano no se da en las Islas Canarias. Por lo que la presión turística en el territorio es bastante más laxa en Gran Canaria. Logrando además una mayor distribución temporal de los flujos de turistas durante todo el año, una mayor rentabilidad y una mejor calidad del empleo turístico. A su vez, los turistas en Málaga son en gran parte nacionales, mientras que en la isla sucede lo contrario: lo cual influye en la percepción sobre la distancia cultural entre ambos grupos de turistas y residentes. Todo lo cual deriva en una mayor dependencia del turismo en Canarias, una mayor participación en el PIB regional y una economía menos diversificada.

En términos generales, podemos afirmar que en Gran Canaria las opiniones son más uniformes y más críticas que en Málaga y Andalucía. Y a su vez, las opiniones de los malagueños son más críticas que para el conjunto de los andaluces. Por lo que, a mayor desarrollo turístico, mayor número de opiniones formadas, mayores beneficios personales se perciben y a la vez mayores opiniones críticas son expresadas. Es muy notorio que los residentes de la isla expresan un porcentaje mucho menor de respuestas “no sabe/no contesta”, lo que demuestra una población que toma partida a la hora de opinar sobre el principal sector productivo de su economía.

En lo que coinciden ambas regiones es en visiones claramente favorables sobre los impactos del turismo. Principalmente en: creación de empleo, generación de riqueza, mejora de la oferta cultural y de ocio y mejora de las infraestructuras. Aunque destacan en la isla los impactos negativos en: la disponibilidad de viviendas asequibles, la contención de los precios de bienes y servicios, y los impactos ambientales.

Podemos afirmar que los encuestados de la isla “esperan” más del turismo que los encuestados de Málaga, y estos últimos, más que los encuestados del conjunto de Andalucía.

La sección 4.2. (**Turismo y medio ambiente en Málaga y Gran Canaria. Opiniones de los residentes**) complementa las comparaciones del apartado anterior. En este caso, se analizan algunos de los indicadores turísticos y ambientales de ambos destinos, conjuntamente con las opiniones de los residentes acerca de los costes ambientales del desarrollo turístico en Málaga y Gran Canaria. Para lo cual, hemos utilizado las encuestas anteriormente detalladas y la explotación de datos secundarios.

Es destacable que ambos territorios cuentan con diferentes figuras de protección ambiental. Gran Canaria tiene una protección ambiental muy por encima de la media española y europea, y existe una especial sensibilidad de los grancanarios respecto de los temas ambientales y su relación con el turismo. La crítica a algunos casos de masificación urbanística y al desarrollismo en pos exclusivamente del crecimiento (principalmente durante la década de los años sesenta) es una constante en las opiniones de los grancanarios.

De todas formas, ambos destinos cuentan a día de hoy con una serie de garantías ambientales en lo referente a normativas y legislación que impedirían, en teoría, los atropellos urbanísticos que alguna vez han sufrido en sus costas.

Son los residentes de la isla quienes más desean recibir más cantidad de turistas, y a su vez, quienes más preocupados están por los temas ambientales. Por lo que considerando ambas variables podríamos concluir que la visión mayoritaria es que el crecimiento del turismo no estaría reñido con la protección ambiental.

El desarrollo de un turismo sostenible y sustentable en el tiempo que respete la capacidad de carga cultural, económica, social y ambiental del destino, se perfila como el tipo de desarrollo deseado por los encuestados de ambas regiones.

## **2- MARCO TEÓRICO**

2.1 "PERCEPTION RESIDENTS TOURISM" Y "TOURISM SOCIAL PERCEPTION".  
PROPUESTA DE REVISIÓN TEMÁTICA DESDE ESPAÑA

## “PERCEPTION RESIDENTS TOURISM” Y “TOURISM SOCIAL PERCEPTION”. PROPUESTA DE REVISIÓN TEMÁTICA DESDE ESPAÑA

### Resumen

A través de este estudio analizamos las principales aportaciones teórico - metodológicas sobre los impactos positivos y negativos del turismo en la población residente. Analizando las diversas revisiones publicadas, así como un análisis de contenido de las publicaciones en la base de datos Scopus sobre los conceptos “Perception Residents Tourism” y “Tourism Social Perception”. Incluimos también apartados respecto de los análisis para destinos españoles, asimismo sobre referencias teóricas de la principal teoría explicativa hasta ahora utilizada: la Teoría del Intercambio Social y su aplicación en el ámbito de los estudios de la opinión pública del turismo.

**Palabras clave:** Turismo, Residentes, Comunidad, Percepción, Opinión, España, Revisión Temática

“PERCEPTION RESIDENTS TOURISM” AND “TOURISM SOCIAL PERCEPTION”.  
THEMATICAL PROPOSAL REVIEW FROM SPAIN

### Abstract

Through this study we analyze the main theoretical and methodological contributions on the positive and negative impacts of tourism on the resident population. Analyzing the various published reviews, as well as a content analysis of the publications in the Scopus database on the concepts “Perception Residents Tourism” and “Tourism Social Perception”. We also include sections regarding the analysis for Spanish destinations, as well as on the theoretical references of the main explanatory theory so far used: The Social Exchange Theory and its application in the field of the tourism public opinion studies.

**Keywords:** Tourism, Residents, Community, Perception, Opinion, Spain, Thematical Review

## 1. INTRODUCCIÓN

A modo de introducción general consideramos relevante comentar las principales revisiones temáticas acerca del objeto de estudio. Si bien abundan las investigaciones sobre las opiniones de los residentes de los impactos positivos y negativos en los destinos, no son frecuentes las revisiones temáticas. A continuación, comentamos las principales revisiones publicadas lo cual nos ayudará a contextualizar la aproximación teórica de este complejo fenómeno.

Monterrubio (2008) analiza de forma exhaustiva las principales teorías y modelos sobre los estudios de las opiniones de los residentes de destinos turísticos. Comienza citando a Doxey (1975) destacando que se trata de una de las primeras y más importantes contribuciones: el índice de irritación turística o "Irridex Model". Reconociendo los impactos desfavorables que el desarrollo turístico podría provocar en la comunidad de destino este modelo teórico consta de las cuatro etapas que explicarían las respuestas de las comunidades anfitrionas. Tal irritación se determinaría según el grado de incompatibilidad entre los intereses de los residentes y de los turistas. El modelo estaría relacionado con las etapas de desarrollo y varía desde: (1) la euforia, (2) la apatía, (3) el fastidio, y finalmente (4) el antagonismo.

Otra contribución significativa es el modelo de ciclo de vida del destino turístico de Butler (2006). Basándose en el concepto del ciclo de vida del producto, considera que las áreas turísticas evolucionan y cambian con el tiempo y que el número de visitantes disminuiría en la medida en que se estanque el destino o se supere la capacidad de carga. Las etapas que las áreas turísticas experimentarían son: (1) exploración, (2) implicación, (3) desarrollo, (4) consolidación, (5) estancamiento, y (6) declive y/o rejuvenecimiento.

Por su parte el modelo de Dogan (1989) propone diversas estrategias actitudinales de los residentes frente a los efectos del turismo: (1) resistencia, (2) repliegue, (3) mantenimiento de límites, (4) revitalización, y (5) adopción. Sugiere que si el turismo no se convierte desde el inicio en una parte integral de la vida socioeconómica de la comunidad receptora, es probable que la respuesta sea de resistencia y no necesariamente de euforia como ha sido sugerido por Doxey.

Para los modelos de Ap y Crompton (1993) la reacción de los residentes al turismo podría ser considerada como una continuidad integrada por cuatro estrategias: (1) la adopción, (2) la tolerancia, (3) el ajuste, y (4) la retirada. Reconociendo a su vez que este marco teórico no es rígido ya que dentro de una comunidad puede haber una gran diversidad de actitudes y manifestaciones conductuales para con el turismo.

Además de estos cuatro modelos principales propone como relevantes algunas teorías generales, tales como: la Teoría del Intercambio Social (TIS) o Social Exchange Theory, y la de las Representaciones Sociales. Dentro de un marco turístico la TIS postula que las actitudes de un individuo hacia el turismo estarían influenciadas por su evaluación de los impactos en la comunidad (Andereck et al. 2005). Por lo que en el marco del intercambio entre residentes y visitantes se evaluarían de forma racional los costes y beneficios generados: dicha relación sería positiva en la medida que se satisfagan de forma equilibrada las expectativas e intereses de ambos grupos. Por otra parte la teoría de las Representaciones Sociales se centra específicamente en comprender cualitativamente el conocimiento cotidiano y en cómo se utiliza este conocimiento para interpretar el mundo en el que viven los individuos y por lo tanto guiar las acciones y decisiones a tomar (Fredline y Faulkner 2000, Pearce et al. 1996).

Finalmente Monterrubio sugiere realizar más estudios comparativos a nivel regional, nacional o internacional. Además de la necesidad de que las hipótesis consideren la enorme diversidad de las realidades existentes. Señala que las investigaciones hasta ahora publicadas

tienen frecuentemente inconsistencias que han variado desde opiniones ligeramente similares a puntos de vista completamente opuestos sobre unas idénticas dimensiones. Dentro de un contexto teórico una de las carencias destacables sería la falta de escalas estándar para medir las actitudes de los residentes hacia los turistas y las percepciones de los impactos del turismo en diferentes circunstancias. Por lo que no se proporcionaría una base consistente para realizar análisis comparativos adecuados. Por lo tanto puede concluirse que en muchos contextos podría ser más práctico y razonable desarrollar instrumentos que se basen en las circunstancias y características particulares de cada una de las comunidades. Las variables externas, contextuales, dinámicas y coyunturales son cruciales para comprender y explicar las diferencias. Por otra parte y aunque existe una clara tendencia al uso de técnicas cuantitativas y de enfoques positivistas se ha empezado a reconocer la complementariedad e importancia necesaria del uso de las técnicas cualitativas de investigación social.

En otra completa revisión temática Harrill (2004) estudia las actitudes de los residentes hacia el turismo y las clasifica según: (1) los factores socioeconómicos, (2) los factores espaciales, (3) la dependencia económica, (4) la medición de las tipologías de residente, (5) las actitudes de los residentes sobre el desarrollo turístico, y (6) las perspectivas-teóricas tales como el Apego a la Comunidad, la TIS, y la Teoría de la Máquina de Crecimiento (Growth Machine Theory).

Sobre los factores socioeconómicos (1) destaca como variables explicativas de las opiniones: el ingreso, la etnicidad, el tiempo de residencia en el destino, la edad, el idioma, el lugar de nacimiento, y el sexo.

Basado en las variables de tamaño, distancia y ubicación, los factores espaciales (2) explicarían las actitudes específicas y la distancia física entre residentes y turistas.

La dependencia económica (3) se basa en el beneficio económico o la situación económica dentro de la comunidad.

Sobre la medición de las tipologías de residentes (4) Harrill reseña los modelos anteriormente comentados de Doxey (1975) "Irridex Model" y de Ap y Crompton (1993) con estados que varían desde la adopción a la retirada o rechazo. Continúa detallando la categoría aportada por Davis et al. (1988) quienes clasifican a los residentes entre: (4.1) quienes "odian al turismo" con opiniones muy negativas hacia el turismo y los turistas, (4.2) quienes "aman al turismo" con posiciones muy favorables, (4.3) los "románticos cautos" siendo un grupo que si bien reconocen los beneficios del turismo también sostienen opiniones anticrecimiento, (4.4) "los intermedios" teniendo opiniones moderadas sobre los beneficios del turismo y el crecimiento continuo del sector, y (4.5) "quienes aman por un motivo o razón" motivados por los puestos de trabajo generados en el sector y por las oportunidades de ocio y recreación en los destinos.

En este contexto y para explicar las actitudes de los residentes (5) se ha utilizado a menudo la TIS y el estudio de los intercambios materiales y psicológicos. La mayor parte de esta literatura demuestra que los residentes reconocen tanto los impactos positivos como negativos en la dependencia económica en el turismo.

Harrill continúa referenciando las perspectivas teóricas (6). Sobre (6.1) el Apego a la Comunidad (Community Attachment) cita a Mc Cool et al. (1994) quien lo define como el tipo de integración, de participación y de intensidad del sentimiento de integración en la vida comunitaria. Según esta teoría el turismo es (también) una actividad con potencial para socavar la calidad de vida de la comunidad, por lo tanto, cuanto más apegados sean los residentes a su comunidad más efectos negativos percibirían sobre el desarrollo turístico. La (6.2) TIS implica el intercambio de recursos entre individuos y grupos. Es una teoría complementaria a la del Apego a la Comunidad aunque enfatizando el concepto de "reciprocidad" en lugar del de "solidaridad". Según Ap (1992) la TIS asume que las relaciones sociales implican un intercambio de recursos entre las partes que buscan el beneficio mutuo y en el que se deberían satisfacer las expectativas de ambas partes. Prolongando esa relación para un futuro y evitando conflictos de intereses. Y la (6.3) Teoría de la Máquina de Crecimiento se centra en los intereses y las alianzas que emergen en apoyo al crecimiento urbanístico. Esta teoría es particularmente útil para comprender las diferencias de opiniones de los residentes y las élites locales ante el desarrollo urbanístico. Las hipótesis que consideran algunos investigadores señalan que el desarrollo del turismo es controlado por las poderosas elites defensoras de intereses urbanísticos en lugar de por los residentes individualmente. Por lo que es de suponer que los individuos que no reciben beneficios económicos no apoyarían ese tipo de desarrollo turístico y urbanístico.

Sharpley (2014) es otro de los autores que aporta también una detallada revisión respecto de las principales investigaciones en este campo. Destacando además que los destinos turísticos son intrínsecamente dinámicos por lo que se adaptan y transforman en respuesta a los cambios en la oferta y la demanda y según los desafíos que surgen en un entorno turístico global cada vez más competitivo.

Sin embargo destaca una de las críticas que se suele hacer a la TIS como marco conceptual, es que las percepciones están influenciadas o formadas dentro de un marco socio-cultural e histórico más amplio. Por lo que centrarse en una forma particular de intercambio social es obviar el contexto sociocultural más amplio y diverso dentro del cual se produce. Señala a su vez un detalle no menor, y es que, por lo general ni las actitudes positivas ni negativas llevan a los residentes a acciones posteriores. La naturaleza de la interacción entre turistas y residentes puede estar determinada por una variedad de factores relacionados tanto con la estructura del encuentro como con las distinciones socioculturales entre ambos grupos. La variedad de los contextos en los que se suceden las interacciones es tan diversa y compleja que considera inviable establecer un modelo de planificación general. Aunque reflexiona a su vez sobre la necesidad de adoptar un enfoque más multidimensional para investigar las percepciones de los residentes.

Finalmente considera el autor que es importante no excluir a los turistas de la ecuación, quienes también tienen opiniones, percepciones y expectativas que condicionarían a su vez las opiniones y actitudes de los residentes.

En otra revisión sobre esta temática y basado en la metodología de análisis de contenido (content analysis) de 140 artículos publicados desde 1984 a 2010, Nunkoo et al. (2013) evaluaron los siguientes términos: “*residents / community perceptions of / attitudes to ...*”, “*residents / community views of ...*”, “*residents / community support for...*”, “*residents / community perspectives on...*”, “*residents / community reactions to...*” y “*perceived impacts of...*”. Se trata de artículos publicados en *Annals of Tourism Research* (n=54), *Tourism Management* (n=43) y *Journal of Travel Research* (n=43).

La mayoría de los cuales son en el 72,1% de los casos de naturaleza cuantitativa, siendo los artículos de revisión muy poco frecuentes y representando la investigación cualitativa un 12,9%. Alrededor del 13,5% se basaron en enfoques de métodos mixtos. Por otra parte la mayor parte de los estudios (54,3%) son de naturaleza atórica mientras que los restantes (45,7%) sí se basaron en teorías. De los artículos teóricos, la gran mayoría, el 56,3% aplicó la TIS, el 18% el Ciclo de Vida del Destino y el 11% utilizó el Modelo Irridex. Aunque la TIS y el paradigma positivista continúan siendo la teoría sociológica predominante en estos estudios, últimamente han surgido diversas teorías nuevas en la investigación. Destacando entre otras: la Teoría de la Resistencia (Chhabra 2010), la Teoría del Apego al Lugar (Gu y Ryan 2008), la Teoría de la Acción Razonada (Kwon y Vogt 2010; Lepp 2007), la Teoría de las Partes Interesadas la cual deriva de los estudios de la gestión (Nicholas et al. 2009), la Teoría de la Dependencia proveniente de la disciplina económica (Lepp 2008; Mbaiwa 2005). Y las Teorías de la Construcción Personal (Lawton 2005) y de la Actitud las cuales derivan de la psicología (Kwon y Vogt 2010).

Estos autores finalizan su publicación con la recomendación de adoptar enfoques de métodos mixtos. Donde los métodos cuantitativos se combinen con los métodos cualitativos, lo que probablemente mejore el rigor de los estudios sobre las actitudes de los residentes y ofrezcan en consecuencia nuevas perspectivas y avances en esta temática.

## 2. METODOLOGÍA

Los estudios sobre la percepción social del turismo son extremadamente diversos y a menudo con resultados y conclusiones contradictorias, por lo que hemos tomado el desafío de intentar sistematizar los estudios publicados más relevantes. No con el objetivo de obtener un modelo universal ya que no solo lo consideramos inviable, sino que además no sería deseable estandarizar arbitrariamente tanta diversidad y complejidad. Motivados en gran medida por nuestra propia necesidad de una revisión bibliográfica sobre una temática bastante estudiada, pero a su vez poco sistematizada.

Inicialmente en el apartado 3.1 presentamos una revisión bibliográfica comentando los estudios de la percepción social del turismo en destinos españoles (20 publicaciones de 29 investigadores, investigaciones basadas en encuestas). Y no sólo por situarse en España nuestros principales objetos de estudio sino por ser este país el segundo más visitado del mundo en 2018 (UNWTO 2019). Lo cual hace de este destino un privilegiado laboratorio para su estudio.

Seguidamente en el apartado 3.2 aplicamos la metodología basada en las principales recomendaciones para la realización de revisiones bibliográficas de grandes volúmenes (Torraco 2005; Short 2009). Tales como: análisis crítico, análisis exhaustivo, poder de síntesis, esquematización, búsqueda de patrones comunes y compartidos, de asociaciones entre teorías y metateorías, y de coincidencias, complejidades y/o ambigüedades. Por lo que realizamos una explotación taxonómica de las principales publicaciones sobre “Perception Residents Tourism” (n=550), “Tourism Social Perception” (n=669) y “Social Exchange Theory” (n=128) publicadas en la base de datos Scopus durante el período 2008-2018. Para lo cual nos hemos basado en los principales programas de análisis de contenidos (content analysis): metodología de análisis denominada “Computer Assisted Qualitative Data Analysis” (CAQDAS). Los programas utilizados han sido QDAMiner Wordstat (Silver 2004; Cisneros Puebla 2004) y VOSviewer (Van Eck y Waltman 2009). Ambos programas facilitan el análisis epistemológico a través de la visualización de patrones, de tendencias de codificación y de coocurrencias de grandes volúmenes de información. Además de la generación de conglomerados, de textos contextuales, de escalas multidimensionales, de secuencias, y de construcción de mapas y redes conceptuales.

En el apartado 3.3 proponemos una clasificación cualitativa de los principales autores y teorías respecto de los estudios en este campo. Se trata inicialmente de una propuesta de clasificación y de categorías no excluyentes, más bien como un ejercicio cualitativo de clasificación y agrupamiento de conjuntos de aproximaciones teóricas y empíricas.

Por último, en el apartado 3.4 finalizamos el capítulo con un conciso análisis sobre la principal y más frecuente teoría social explicativa del fenómeno: la Teoría del Intercambio Social. Abarcando tanto sus aspectos cualitativos como cuantitativos a través de la explotación bibliográfica de grandes volúmenes.

### **3. RESULTADOS**

#### **3.1 Opiniones de los residentes en destinos españoles. Revisión bibliográfica**

Casi 83 millones de turistas visitaron España en el año 2018 (INE 2019) lo cual refleja claramente que se trata de una potencia turística mundial, siendo el segundo país más visitado del mundo (UNWTO 2019). Dependiendo del destino español que se considere la proporción turista - residente es sorprendente: lo cual explica en términos generales la importancia de los estudios turísticos en este país. Y específicamente los estudios acerca de la percepción del turismo en la población residente, motivo por el que referenciamos a continuación las principales publicaciones al respecto.

Se trata de 20 publicaciones de 29 investigadores, durante el período comprendido entre 2005 y 2018 (Tabla 1): hemos seleccionado solamente investigaciones basadas en la técnica cuantitativa de la encuesta. Escogimos inicialmente 2005 como año de partida por ser el año en el que se publicó el primer artículo en una revista de impacto respecto de esta temática. Cabe señalar que al igual que en otras tantas publicaciones de este tipo en lengua inglesa, si bien hay conclusiones generales y compartidas, no se puede establecer de momento un modelo

explicativo universal. Sucediéndose además algunas contradicciones o ambigüedades según el tipo de estudio, la metodología, el autor, el tipo de destino o el nivel de desarrollo turístico. En términos generales podríamos decir que los residentes de los destinos turísticos españoles perciben más impactos positivos y también a su vez (sin que resulte contradictorio) más impactos negativos que los residentes de núcleos turísticos menos desarrollados o de zonas no turísticas.

Entre los impactos positivos destacan la mejora de: la calidad de vida, de los servicios públicos, de las posibilidades de empleo, de la oferta cultural, hostelera y comercial, de las posibilidades de intercambio cultural y de generación de riqueza y crecimiento económico.

Y entre los impactos negativos un aumento de: los precios de la vivienda, de la criminalidad, del tránsito y los atascos, de la masificación, de los impactos ambientales y del encarecimiento general de los precios de bienes y servicios. Considerando más bien negativo el producto turístico del todo incluido y opinando que gran parte de los beneficios económicos generados por la actividad se fugarían hacia el extranjero generando pocos beneficios entre los residentes o al menos no todos los beneficios deseados.

En los destinos con alta estacionalidad (costa mediterránea) la calidad del empleo turístico se percibe de forma bastante más precaria que en los destinos con un flujo más estable de turistas sin esa marcada estacionalidad (costa canaria).

Entre las variables que más condicionan las opiniones y actitudes de los españoles hacia el turismo y el turista destacan: trabajar o haber trabajado en el sector, residir en un núcleo turístico, el nivel educativo, la edad, el tiempo de residencia en el destino, así como la temporada alta o baja en el momento de la encuesta.

Los más jóvenes, las personas con mayor nivel educativo, los residentes en zonas urbanas o turísticas, tienen opiniones más favorables al desarrollo turístico que las personas más mayores, con menor nivel educativo y los residentes en zonas rurales o no turísticas.

La TIS se ha erigido como la teoría social explicativa más utilizada de esas opiniones y actitudes, complementándola a su vez con el Modelo Irridex y el Apego Comunitario.

Tabla 1. Principales publicaciones sobre destinos españoles

Nº	Año de publicación	Destino/s	Año/s de ejecución	Nº de encuestados	Técnicas cualitativas	Referencias
1	2018	Málaga, Andalucía y Gran Canaria	2012 / 2008	504 / 1781		Moreira, P. (2018). Turismo y Medio Ambiente en Málaga, Andalucía y Gran Canaria. Opiniones de los residentes. I Congreso Internacional de Turismo Transversal y Paisaje. Málaga: Universidad de Málaga
2	2017	Benalmádena	2012	770		Vázquez, A. M. B. *, Barreira-Fernández, D., & Hernández-Escampa, M. (2017). The sociocultural impact of tourism in Benalmádena. International Journal of Scientific Management and Tourism, 3(1), 29-45. * Autora de la tesis: "La actitud del residente ante los impactos del turismo. El caso de Benalmádena", UM (Universidad de Málaga), 2014
3	2017	Gran Canaria	2012	504		Moreira, P., Martín, J.C., y Román, C. (2017). Tourism and residents in Gran Canaria. Local opinions according to labour linkage in tourism sector. II Spring Symposium on Challenges in Sustainability Tourism Development. Maspalomas: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
4	2016	Benalmádena	2012	770		Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbueno-Vázquez, A., & Cortes-Macías, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). Tourism Management, 54, 259-274
5	2016	Andalucía, Málaga y Gran Canaria	2012 / 2008	504 / 1781		Moreira, P., Martín, J.C., y Román, C. (2016). Tourism social perception in Andalucía, Málaga and Gran Canaria. I Spring Symposium on Challenges in Sustainability Tourism Development. Maspalomas: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
6	2015	Las Palmas de Gran Canaria	2013	467		Luis, J. Á. H., Del Chiappa, G., & Battino, S. (2015). Percepción de los residentes de las Palmas de Gran Canaria ante el turismo de cruceros. Vegueta: Anuario de la Facultad de Geografía e Historia, (15)
7	2014	Huelva	2009 / 2010	770		Vargas-Sánchez, A., Porras-Bueno, N., & de los Angeles Plaza-Mejía, M. (2014). Residents' attitude to tourism and seasonality. Journal of Travel Research, 53(5), 581-596
8	2014	Islas Baleares e Ibiza	2002 / 2011	1873 / 418		Cardona, J. R. (2014)*. Types of tourism and residents' attitudes: the case of Ibiza. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 8(1), 3. * Autor de la tesis doctoral: "Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: El caso de Ibiza", UIB (Universidad de la Islas Baleares), 2012
9	2014	Tenerife y Mallorca	2005	487 / 584		Garau-Vadell, J. B., Diaz-Armas, R., & Gutiérrez-Taño, D. (2014). Residents' perceptions of tourism impacts on island destinations: A comparative analysis. International Journal of Tourism Research, 16(6), 578-585
10	2014	Gran Canaria	2012	504	Entrevistas en profundidad	Moreira, P. (2014). Opinión pública y turismo en Gran Canaria. II Foro Internacional de Turismo Maspalomas Costa Canaria (pp. 429-449). Maspalomas: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
11	2013	Valencia	2011	1156		Marrero, J. R. y Huete, R. (2013) La opinión pública sobre el empleo turístico en la Comunidad Valenciana. Cuadernos de Turismo, 32:189-206
12	2013	Gran Canaria	2012	504		Moreira, P. y Román, C. (2013). Tourism and inequality in Gran Canaria: notes for analysis. ROTUR: Revista de Ocio y Turismo, 6 (1), 140-154
13	2012	Palma de Mallorca	2010	373		Nawijn, J., & Mitas, O. (2012). Resident attitudes to tourism and their effect on subjective well-being: the case of Palma de Mallorca. Journal of Travel Research, 51(5), 531-541
14	2011	Andalucía	2008	1781		Moreira, P. (2011). Percepción social del turismo en Andalucía-España. Revista Gaudeamus, Universidad Latina de Costa Rica, 3 (1), 133-157
15	2011	Huelva	2008	440		Vargas-Sánchez, A., Porras-Bueno, N., & de los Angeles Plaza-Mejía, M. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible? Annals of Tourism Research, 38(2), 460-480
16	2010	Tenerife	2004 / 2005	431 / 220		Diaz Armas, R., & Gutiérrez-Taño, D. (2010). La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 8(4) * Autor de la tesis: "Las actitudes de los residentes ante el turismo", ULL (Universidad de La Laguna), 2010
17	2009	Andalucía	2008	1781		Moyano, E., Rodríguez P. y Moreira, P. (2009). Barómetro de opinión pública y turismo en Andalucía. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía. JATUCODE2009/014
18	2007	Andalucía	2005 / 2006	3200	Grupos de discusión	Rodríguez González, P. (2007). Los andaluces y el turismo: percepción social del turismo en Andalucía
19	2005	Islas Baleares	2002 / 2003	791		Pérez, E. A., & Nadal, J. R. (2005). Host community perceptions a cluster analysis. Annals of Tourism Research, 32(4), 925-941
20	2005	Islas Baleares	2002 / 2003	791		Nadal, J. R., & Bestard, A. B. (2005). Determinantes de la actitud ambiental frente al turismo: una aplicación para el caso de los residentes de las Islas Baleares. Papers de Turisme, (37), 45-56

Fuente: Elaboración propia según la bibliografía referenciada

A continuación reseñamos las publicaciones anteriormente comentadas (Tabla 1): para facilitar su lectura seguimos su orden numérico habiendo dejado para el final de este apartado las publicaciones autoría de quien suscribe (Moreira, P.).

Sobre el estudio realizado en la localidad costera de Benalmádena (Málaga - Andalucía) Vázquez et al. (2017) plantean como una de las consideraciones más relevantes, que los residentes que habitan un destino turístico desarrollado perciben más impactos positivos y negativos que los residentes de núcleos turísticos menos desarrollados. Por otra parte los residentes de Benalmádena tienen una opinión sobre el impacto social y cultural bivalente o ambigua. Esto podría ser debido a que reconocen tanto los aspectos positivos como negativos que el turismo provoca en el destino. Aunque los campos económicos y medioambientales son esenciales para los encuestados, consideran los aspectos socioculturales de una mayor influencia a medio y a largo plazo. La mitad de los encuestados opina que gracias al turismo se suceden más actividades culturales. La mayor parte de los residentes opina que al acrecentar sus posibilidades económicas mejora su calidad de vida. Prácticamente la mitad considera que el turismo mejora los servicios públicos aunque la mayor parte se halla entre indeciso y disconforme. Lo cual podría ser debido a que a lo largo de la temporada alta la población se multiplica por tres pero no de este modo el personal que atiende esos servicios públicos produciendo una saturación de los mismos. A su vez los residentes son conscientes de los aspectos negativos que lleva consigo el turismo: eminentemente el consumo de drogas y alcohol, la mitad de los encuestados estima que la temporada alta acarrea consigo más criminalidad. Otro de los aspectos más negativos son los atascos y los inconvenientes para aparcar. Benalmádena lleva conviviendo con los turistas desde los años sesenta y es por este motivo que los intercambios y las relaciones entre residentes y turistas han sido siempre habituales. Por otra parte cabe destacar que entre residentes y turistas no habrían surgido tensiones o enfrentamientos considerables motivados por sus diferencias socioculturales. En relación también a Benalmádena como destino turístico Almeida-García et al. (2016) inciden en la influencia de variables como: nivel educativo, lugar de nacimiento y tiempo que los encuestados han estado viviendo en la comunidad, las cuales explicarían significativamente la variación de las actitudes y las opiniones. Los autores describen tres predictores de actitudes negativas hacia el turismo: (1) el bajo nivel educativo, (2) el haber nacido en Benalmádena y (3) el haber vivido en Benalmádena a lo largo de más de diez años. Los nativos y aquellos que han vivido en esta localidad a lo largo de más de diez años por lo general perciben el impacto del turismo de forma más negativa que otros residentes. Por otra parte las actitudes de los no nativos cara al turismo empeora luego de cinco a diez años de residir en el destino. Ese cambio de actitud es relevante entre los extranjeros puesto que sus actitudes iniciales suelen ser por lo general más bien positivas. De todas formas las actitudes hacia el turismo mejoran conforme aumenta el nivel educativo de los encuestados. Quienes tienen un nivel educativo más bajo tienen percepciones más críticas sobre el turismo.

En relación con la modalidad de turismo de cruceros, Hernández et al. (2015) sobre la encuesta realizada a los residentes de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria resaltan el alto nivel educativo de los encuestados y que solamente el 8% percibe beneficios directos. Por lo tanto es bajo el porcentaje en sí de encuestados influidos en sus opiniones por el incentivo económico recibido debido a esta modalidad turística. Los encuestados consideran en términos generales muy positivos los impactos económicos y socioculturales del turismo de cruceros, modalidad con especial auge en los últimos años en la ciudad. Así como en el impacto en las oportunidades laborales, la posibilidad de intercambio cultural y la mejora de la calidad de la oferta hotelera, gastronómica y comercial en general. Resaltando además la necesidad de que las instituciones grancanarias promocionen esta modalidad de turismo. Entre los pocos impactos negativos destacan: los incrementos del coste de vida, de la contaminación del mar y del aire, y de que la mayoría de las ventajas irían a inversores extranjeros y no locales. Por último destacan que los encuestados están en desacuerdo con que se limite o detenga el número de cruceros que arriban a la ciudad.

Vargas-Sánchez et al. (2014) sobre el desarrollo del turismo en Huelva - Andalucía han intentado elaborar un modelo explicativo de la actitud de los residentes. El caso de estudio se aplica a un destino todavía no masificado, pero con una alta y creciente estacionalidad. El hallazgo más relevante tiene que ver con la repercusión de la estacionalidad en las opiniones y actitudes de los residentes. A lo largo de la temporada baja, los efectos del turismo y de los propios turistas se perciben de forma más positiva existiendo una mayor predisposición hacia el desarrollo turístico: los beneficios superan los costes. Al recibir un mayor beneficio personal se percibe a los turistas de forma más positiva, tanto en el trato personal como en el gasto turístico. Mientras que es durante la temporada alta cuando la percepción del desarrollo turístico es más negativa. La estacionalidad influye tanto en lo territorial donde el turismo está muy concentrado en la costa, como en lo temporal debido a la concentración a lo largo del tercer trimestre del año durante el periodo estival. Los autores consideran que en estos casos la TIS se complementaría con el Modelo Irridex: a mayor desarrollo y saturación del turismo menos favorable es la actitud hacia un mayor desarrollo del mismo. Sin embargo en este caso y debido en gran medida al moderado nivel de desarrollo turístico (lejos aún de superar la capacidad de carga) se explica el porqué las opiniones son más favorables hacia un mayor desarrollo turístico futuro. Con lo que sugieren que sea singularmente a lo largo de la temporada alta cuando se realicen las campañas de concienciación turística dirigidas a los residentes resaltando las ventajas generadas por la actividad en la localidad. En especial las ventajas económicas sobre el empleo y el desarrollo. Por otra parte sostienen que cuanto mayor sea el apego comunitario entre los residentes menor será su inclinación hacia un mayor desarrollo del turismo en el destino.

Sobre uno de los más emblemáticos destinos de turismo de masas Cardona (2014) analiza la aceptación por parte de los residentes de los diferentes productos turísticos ofertados en las Islas Baleares e Ibiza. Estableciendo tres grupos bien diferenciados: (1) los productos bien aceptados: turismo de sol y playa, rural y de naturaleza, deportivo, náutico, cultural, de congresos y ferias, (2) los productos moderadamente aceptados: segundas viviendas y alquiler vacacional,

y (3) los productos problemáticos: clubbers, golf y todo incluido. Observando cierta relación entre el grado de aceptación de cada producto turístico y la interacción de la comunidad local con cada uno de estos. Destaca la existencia de un fuerte antagonismo entre quienes están a favor y quienes están contra de la modalidad del todo incluido. Singularmente por el perjuicio económico que representaría para la oferta complementaria y por el escaso o bien nulo contacto con los residentes. También sobre el turismo en islas, Garau-Vadell et al. (2014) ofrecen uno de los pocos análisis comparativos de la percepción de los residentes entre destinos españoles. En este caso, entre los residentes de las islas de Tenerife y Mallorca. Ambos son destinos maduros de sol y playa aunque tienen una gran diferencia: la estacionalidad estival que sí se sucede en Mallorca (y por consiguiente una mayor concentración y densidad espacio - temporal) no se da en Tenerife. Además de tener Mallorca un bastante mayor porcentaje de turistas por habitante que Tenerife. Basándose en la TIS los encuestados valoran las percepciones sobre los impactos positivos y negativos del turismo en la economía, la sociedad, la cultura y el medioambiente. La percepción general de los impactos del turismo es positiva en ambos destinos, habiendo configurado tres tipologías de opiniones: (1) positivo, (2) cauto y, (3) crítico. Las creencias positivas de los impactos del turismo son eminentemente apreciables en la dimensión económica. Por otra parte los impactos más negativos del turismo giran en torno a las dimensiones ambientales. Aunque surgen resultados afines en las dos islas se dan asimismo diferencias significativas en lo que se refiere al nivel de percepción de los impactos. En Mallorca, siendo el destino con mayor proporción de turistas por habitante y mayor estacionalidad, se observan valoraciones positivas aunque más bajas. En Tenerife, donde tienen un menor índice de turistas por habitante, es más notable el grupo positivo. Los tinerfeños tienen valoraciones considerablemente más positivas mientras que los mallorquines son quienes perciben mayores costes del turismo en el destino.

Marrero y Huete (2013) estudian otra de las regiones más turísticas de España, la Comunidad Valenciana: específicamente analizan la opinión de los residentes sobre el empleo en el ámbito turístico y sus peculiaridades. Las autoras proponen 3 hipótesis: "(1) el turismo es considerado de forma positiva ya que se considera fuente de empleo y riqueza, (2) las condiciones laborales son peores en el turismo que en otras actividades, y (3) los trabajadores con una mayor vinculación con el turismo son más favorables a aceptar esta actividad y a valorar más positivamente sus condiciones laborales." Los resultados consiguieron confirmaron las dos primeras hipótesis pero no así la tercera. Concluyendo además que las opiniones sobre las condiciones de trabajo varían independientemente de la vinculación o no del encuestado con el turismo. El presente modelo laboral "flexible" y más precario así como las consecuencias de la globalización hacen que el desempleo se transforme en un fenómeno estructural y central en la sociedad española. Lo que explica entre otras muchas cosas que a pesar de las precarias condiciones de trabajo en el ámbito turístico ello no va en menoscabo de su apoyo social: en tanto que lo esencial sería "tener trabajo". Con lo que se da la ambigüedad de reconocer por una parte la relevancia económica del turismo y por otra sus malas o bien precarias condiciones de trabajo.

En un novedoso estudio Nawijn y Mitas (2012) estiman la relación directa entre los impactos percibidos por el turismo y el bienestar subjetivo general, concretamente entre los residentes de otro de los grandes destinos maduros y consolidadas del país: la ciudad de Palma de Mallorca. Desde la perspectiva del turista y como resulta lógico el turismo estaría relacionado con la faceta de hedonismo y de disfrute de la vida y del tiempo libre. Mientras que en el residente el turismo afectaría en términos generales la satisfacción en sí mismo de la vida: al residir en un destino maduro el turismo afecta a más facetas de la vida y de forma más permanente. Aseveran que el turismo afecta el componente cognitivo del bienestar subjetivo de los residentes: más o menos el 9% de la alteración en la satisfacción con la vida de los residentes se explicaría por los impactos del turismo. Los resultados señalan que los impactos percibidos del turismo están asociados a la satisfacción de la vida en su componente cognitivo y no con el componente afectivo. Destacando que el estado percibido de salud, las relaciones interpersonales y de amistad, la calidad de los servicios y de las infraestructuras se verían influenciados positivamente por el turismo.

En otra de las publicaciones sobre la provincia andaluza de Huelva, Vargas-Sánchez. et al. (2011) destacan que se trata de un destino lejos todavía de superar su capacidad de carga considerándolo además uno de los destinos emergentes de la costa española. Una de las contribuciones primordiales de este estudio es la incorporación de las variables “comportamiento de los turistas”, “densidad de turistas” y “nivel de desarrollo turístico percibido por el residente”. En general la percepción de los impactos positivos supera a los negativos explicando en gran medida la actitud de los residentes hacia el turismo. La percepción general de los impactos estaría relacionada con la satisfacción de los residentes: cuanto más positiva es su percepción sobre el comportamiento respetuoso de los turistas mayor es la percepción general de que los impactos positivos superan los impactos negativos y más favorable es su actitud hacia el desarrollo del turismo. A su vez los residentes que obtienen beneficios personales de esta actividad, perciben mayores ventajas del turismo y en términos más favorables a los turistas, demostrando de esta forma una actitud de mayor apoyo al desarrollo del mismo. Por otra parte cuanto mayor sea el nivel de desarrollo turístico percibido por los residentes más positiva es su percepción de los turistas.

Díaz y Gutiérrez (2010) sobre el turismo en las Islas Canarias consideran que los niveles de apoyo de los residentes hacia el turismo cambian conforme la percepción del beneficio individual y/o para la isla de Tenerife. Allí donde el beneficio comunitario del turismo prevalece consigue altos niveles de aprobación. La dimensión económica condiciona en gran medida las actitudes hacia el turismo, por otra parte, el contacto rutinario con esta actividad genera una actitud menos positiva para con el sector. Consideran esencial una segmentación de los grupos de residentes ya que generalizar las opiniones no sería lo adecuado y restaría cierta comprensión a la complejidad del fenómeno. Después de equiparar los resultados de dos encuestas efectuadas en Tenerife (una en 2004 y otra en 2005) los autores han confirmado las dos hipótesis iniciales: “(1) si los factores condicionantes, internos y externos al residente, permanecen invariantes, los segmentos no presentarán modificación alguna en base a los impactos,

beneficios y costes, percibidos, y (2) la observación longitudinal de los factores e impactos que modifican la actitud del residente permite ajustar las opciones estratégicas y operativas de la concienciación actitudinal del residente”.

En el primer libro publicado en España respecto de esta temática y desde el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA - CSIC) Rodríguez (2007) afirma que los andaluces reconocen que el turismo tiene efectos positivos sobre la creación de empleo y la generación de riqueza y desarrollo económico. Reconociendo además otros efectos positivos: una mayor oferta cultural y de ocio, mejora de las infraestructuras y equipamientos, mejora de los servicios públicos, incremento de la seguridad ciudadana y por norma general mejora de la calidad de vida en las zonas turísticas. Entre los encuestados las opiniones sobre la actividad turística son básicamente favorables con un alto nivel de acuerdo sobre las ventajas que aporta el turismo a la economía andaluza así como sus efectos positivos en el campo social y cultural. Destacando entre los efectos negativos en las zonas turísticas el aumento en los costes de bienes y servicios así como el de la vivienda (siendo estos los inconvenientes más mencionados). La idea de una masificación en las zonas turísticas es una opinión bastante localizada a aquellas zonas donde el turismo ha alcanzado un desarrollo más considerable. Es escaso el número de encuestados que considera excesiva la presión turística en su zona de residencia. Por otra parte cabe destacar que subyace la idea de que la calidad del turismo está relacionada con la conservación del paisaje y que es este recurso natural lo que verdaderamente atrae a los turistas. Otra variable que incide en las creencias de los andaluces sobre el turismo es la vinculación laboral o no con el sector. No obstante dicha relación no es simple y directa sino que se sucede de forma más bien indeterminada. Prácticamente la mitad de los encuestados estima que el empleo en este sector es de mala calidad siendo una opinión que crece entre la población vinculada con el turismo: comprensible (afirma el autor) si se considera la alta temporalidad, los bajos sueldos y la sobrecualificación.

Como precursores de este tipo de estudios y desde la Universidad de las Islas Baleares, Aguiló y Roselló (2005) analizando los resultados de una encuesta demuestran que los residentes conocen ciertos efectos positivos y negativos del turismo en las Islas Baleares, siendo a su vez ambivalentes sobre las propuestas de un tipo de desarrollo que implique un número creciente de turistas. Los residentes perciben meridianamente las ventajas económicas y asimismo las culturales y sociales (aunque estas en menor medida). A su vez reconocen que el turismo tiene ciertas desventajas al provocar entre otros inconvenientes la saturación de los servicios, la congestión del tráfico y el alza de los precios. Se crearon diferentes grupos de opinión destacando “los proteccionistas” que son quienes se han mostrado más preocupados y críticos hacia el desarrollo del turismo en las islas y la masificación. De todas formas cabe destacar la idea general de que los impactos se perciben como positivos. También sobre el turismo en las Islas Baleares, Roselló y Bujosa (2005) estudian si existe relación entre la concentración de plazas hoteleras y la opinión de los residentes sobre los impactos ambientales negativos provocados por el turismo. Los resultados prueban que una mayor densidad del alojamiento turístico conlleva una mayor permisividad por parte de los residentes. Con lo que una

mayor concentración turística está relacionada con una actitud más favorable hacia la actividad turística y más despreocupada sobre los impactos en el medioambiente. Resaltan los autores además que esto podría deberse en buena medida a la dependencia económica y laboral de los individuos con el sector turístico.

A continuación detallamos las publicaciones en las que ha participado este doctorando como autor principal. Tratando principalmente sobre el destino Gran Canaria: Moreira (2018); Moreira et al. (2017); Moreira et al. (2016); Moreira (2014); Moreira y Román (2013). Sostiene que la grancanaria es una sociedad bastante homogénea respecto de las opiniones sobre los impactos del turismo no observándose diferencias importantes relacionadas entre las creencias, percepciones, actitudes y valoraciones, y las principales variables sociodemográficas. De los estudios resalta la percepción del impacto positivo del turismo en: generación de riqueza y desarrollo económico, mejora de las infraestructuras, creación de nuevos puestos de trabajo, mejora de la oferta cultural y de ocio, así como de los servicios públicos y de la calidad de vida. Considera que la TIS (mediante un equilibrio entre costes y beneficios derivados del turismo) explica con bastante certidumbre el grado de aceptación de los residentes. La opinión es más crítica en relación a la conservación del medioambiente, la contención de costes, y el acceso a la vivienda accesible. La percepción de impactos negativos es mucho menor que la percepción de los impactos positivos: la enorme mayoría considera al turismo como la actividad primordial económica de la isla y los temas relacionados con el mismo interesan mucho y bastante. De todas formas estiman que los ingresos generados por el turismo habrían de estar mejor repartidos en la sociedad. Básicamente tienen un buen concepto de la calidad del empleo turístico y un gran porcentaje está relacionado directa o bien de forma indirecta con el empleo turístico. Es muy bajo el porcentaje de las personas que no contestan: lo que resalta que gran parte de la población de la isla sí tiene opinión formada respecto del fenómeno turístico. Las variables que más explican las valoraciones son: la zona de vivienda (turística o no turística) y la vinculación laboral con el turismo (presente o bien pasada, personal o familiar). Al respecto de las consideraciones sobre crecimiento turístico y mejora en las condiciones de vida de los residentes destaca que desde el estancamiento turístico del año 2009, el año 2012 fue hasta ese momento el año récord en llegada de turistas y gasto turístico. Y también a su vez año récord de paro y pobreza. Los datos generales del gran incremento en el riesgo de pobreza y exclusión social, del paro y del estancamiento en la generación de trabajos en la hostelería, y por otra parte el notable incremento del ingreso de turistas y de ingresos económicos por turismo son claros datos de que el turismo no estaba produciendo todas las ventajas que debería producir en la sociedad receptora (período 2009 - 2012). Por otra parte en la encuesta realizada surge la información de que la mayoría de los grancanarios estima que el negocio turístico favorece primordialmente a empresas de fuera de la isla y que los beneficios en la comunidad de destino deberían ser mayores. Del grupo de encuestados que trabaja o ha trabajado en turismo (32%) casi ocho de cada diez lo consideran como el sector de mayor relevancia en la economía de la isla. Si bien son los encuestados más conscientes de la relevancia y del peso del turismo son a su vez quienes más opiniones críticas tienen. A través de dos encuestas se compararon los

impactos del turismo percibidos por los residentes de los destinos españoles de Andalucía, Málaga (provincia andaluza) y la isla de Gran Canaria. La marcada estacionalidad que se da en Málaga no se da en Gran Canaria, siendo a su vez la presencia de turistas nacionales mucho más relevante en la provincia andaluza. Los grancanarios mostraron generalmente opiniones más uniformes y menos contestaciones “no sabe / no contesta”, y una mayor preocupación por los temas ambientales y su relación con la actividad turística.

En publicaciones específicas sobre Andalucía quien suscribe publicó también: Moreira (2011); Moyano et al. (2009) donde analizan las percepciones y creencias sobre el grado y el impacto socio - cultural, económico, ambiental, en las infraestructuras, en las costumbres y en la cotidianidad de los andaluces sobre el turismo y los turistas. Esa actividad está muy bien valorada por los andaluces en general. Y es moderadamente crítica la opinión en relación a temas ambientales, de masificación urbanística y sobre la calidad de los empleos. Polarizándose las percepciones entre jóvenes, estudiantes, y encuestados con estudios superiores (algo más progresistas) y quienes tienen menos estudios, retirados y pensionistas, mayores de sesenta años, amas de casa y residentes del interior rural andaluz (algo más conservadores y con muchas más respuestas “no sabe/no contesta” demostrando además un menor interés por los temas turísticos). Comparando ambas encuestas andaluzas (2008 y 2006) destaca un creciente escepticismo sobre el futuro del desarrollo en general y del desarrollo turístico en particular: probablemente debido a la influencia de la incipiente y fuerte crisis económica del año 2008. De todas formas incidimos en la opinión de los encuestados sobre el aspecto positivo de que el desarrollo turístico debe acompañarse con la preservación y el control ambiental. Con lo que podríamos concluir que la sociedad andaluza ha evolucionado desde su etapa desarrollista a una basada en el desarrollo del turismo sostenible. Despunta entre el total de las opiniones las de los residentes de la provincia de Málaga (provincia que recibe un tercio de los turistas que visitan Andalucía) frente a las provincias menos visitadas. Los malagueños tienen en términos generales opiniones más pro-turismo y más pro-turistas. Aunque a su vez también son más críticos en sus impactos negativos fruto probablemente de la experiencia de residir en la provincia andaluza con los destinos más maduros y en ciertos casos con cierta obsolescencia o masificación. Claro está asimismo que las ventajas del turismo se perciben en mayor medida si los encuestados tiene trabajos en ese sector o bien residen en núcleos turísticos.

### 3.2 Aproximación cuantitativa según datos Scopus

Luego de una exhaustiva revisión bibliográfica hemos generado dos archivos a través de la reconocida base de datos de publicaciones de impacto Scopus. Se trata de los términos que consideramos más representativos según nuestro objeto de estudio: (1) "Perception Residents Tourism" (PRT), y (2) "Tourism Social Perception" (TSP). A continuación se detallan los principales datos sobre ambas bases (Tablas 2 y 3).

Tabla 2. "Perception Residents Tourism" (PRT)

<i>Nº of articles:</i> 550 articles	<i>Main authors:</i> Jaafar, M. Woosnam, K.M. Nunkoo, R. Rasoolimanesh, S.M. Brida, J.G. Gursoy, D.	<i>Main countries:</i> United States China Australia UK Malyasia Spain
<i>Period:</i> 2008-2018		
<i>Nº of documents in 2017:</i> More than 90 documents		
<i>Subjects:</i> Social Sciences 75,6% Business, Management and Accounting 72,5% Environmental Sciences 15,1% Earth and Planet Sciences 6,4% Arts and Humanities 4,5% Economics, Econometrics and Finance 4,2% Energy 3,8% Agricultural and Biological Sciences 2,2% Decision Sciences 0,7% Engineering 0,5% Other 1,8%	<i>Journals:</i> Sustainability Switzerland Tourism Management Asia Pacific Journal of Tourism Research Journal of Sustainable Tourism Journal of Travel Research Annals of Tourism Research International Journal of Tourism Research Tourism Geographies Current Issues in Tourism Tourism Analysis	<i>Affiliations:</i> University Sains Malaysia Hong Kong Polytechnic University University of Johannesburg Univestiy of Waterloo Texas A and M University Free Univeristy of Bozen- Bolzano

Fuente: Elaboración propia según datos Scopus (2018)

Tabla 3. “Tourism Social Perception” (TSP)

<i>Nº of articles:</i> 669 articles	<i>Main authors:</i> Nunkoo, R. Brida, J.G. Woosnam, K.M.	<i>Main countries:</i> United States Australia UK China Spain Canada
<i>Period:</i> 2008-2018	Font, X. Gursoy, D. Jaafar, M.	
<i>Nº of documents in 2017:</i> More than 100		
<i>Subjects:</i> Social Sciences 74,7% Business, Management and Accounting 67,6% Environmental Sciences 16,3% Economics, Econometrics and Finance 6,6% Arts and Humanities 5,4% Earth and Planet Sciences 5,1% Energy 3,7% Agricultural and Biological Sciences 3,3% Engineering 1,9% Psychology 1,6% Other 4,3%	<i>Journals:</i> Tourism Management Journal of Sustainable Tourism Current Issues in Tourism Sustainability Switzerland International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research Asia Pacific Journal of Tourism Research International Journal of Tourism Research Journal of Travel Research Annals of Tourism Research Tourism Geographies	<i>Affiliations:</i> Hong Kong Polytechnic University University of Florida Griffith University James Cook University University of Waterloo Univeristy of Johanesburg

*Fuente: Elaboración propia basada en datos Scopus (2018)*

Centrándonos en el número de frecuencias observamos en la Tabla 4 que para PRT las mayores son para los conceptos de: Tourism Development, Local Resident, Tourism Impact e Impact Have Tourism. Y para TSP: Tourism Development, Tourism Industry, Social Medium y Social Impact.

De todas formas estas valoraciones cambian de alguna forma al interpretarlas según la medida Tf\*Idf. El índice Tf \* Idf (Term Frequency \* Inverse Document Frequency) ilustra una medida estadística que demuestra la importancia y el peso de un término en el total del texto. Esta ponderación se basa en el supuesto de que cuanto más frecuente es un término en un documento, más representativo es. Y a la vez en cuantos más documentos aparece pero con menor frecuencia, menos representativo es. Y observando el Tf\*Idf observamos que para PRT surgen con mayor fuerza los conceptos de: (1) Tourism Development, Local Resident, Tourism Impact e Impact Have Tourism. Y para TSP: (2) Tourism Development, Climate Change, Social Medium y Social Impact. Por otra parte es importante destacar que tanto para PRT como para TSP (y en este último con más peso) surge el concepto de Social Exchange Theory (SET).

Tabla 4. “Perception Residents Tourism” y “Tourism Social Perception” según frase

	Frequency	Nº Cases	Tf • Idf		Frequency	Nº. Cases	Tf • Idf
Tourism Development	496	257	164,3	Tourism Development	278	139	189,7
Local Resident	202	139	120,8	Climate Change	80	26	112,8
Tourism Impact	194	135	118,5	Social Medium	81	32	106,9
Impact Have Tourism	132	88	105,2	Social Impact	81	46	94,2
Quality Have Life	88	58	86,0	Impact Have Tourism	79	51	88,3
Perception Have Tourism	104	87	83,4	Tourism Industry	92	74	88,0
Local Community	78	56	77,5	Tourism Destination	75	51	83,8
Sustainable Tourism	81	63	76,3	Tourism Impact	69	43	82,2
Resident Perception	82	68	74,5	Sustainable Tourism	68	44	80,4
Social Impact	66	41	74,5	Local Resident	70	48	80,1
Support for Tourism	71	50	74,0	Social Capital	51	18	80,1
Tourism Destination	70	52	71,8	Local Community	73	54	79,8
Social Exchange	82	75	71,0	Social Exchange Theory	70	54	76,5
Negative Impact	68	51	70,3	Sustainable Development	58	36	73,6
Social Exchange Theory	78	73	68,5	Perception Have Tourism	68	57	72,7

Fuente: Elaboración propia según datos Scopus (2018, QDA Miner)

Las Cartas Térmicas (Figura 1) “son representaciones gráficas de Tablas de tabulación cruzada en las que las frecuencias relativas se representan mediante diferentes tonos o brillantez de colores y en los que se ha aplicado un algoritmo de clasificación (clustering) para reordenar las filas y/o columnas” (Cisneros Puebla 2004). La intersección entre filas y columnas y la intensidad del color demuestran el tipo de relación entre filas (conceptos y conglomerados jerárquicos) y columnas (categorías propias de clasificación). El color negro representa el valor más bajo y la relación más débil. En este caso hemos optado por analizar los resúmenes y las primeras seis palabras clave de las publicaciones para PRT y TSP por considerar esta información de suficiente relevancia como para su sistematización jerárquica.

En la categoría PRT observamos tres grandes conglomerados de combinaciones finales o más tardías entre los cuales destacan los términos:

- (1)- Tourism, Sustainable, Tourist,
- (2)- Economic, Ecotourism, y
- (3)- Cultural, Area.

Abarcando por lo tanto en las investigaciones los sistemas turísticos, económicos y culturales. Siendo los términos más frecuentes y más relacionados: Tourism, Perception, Development, Tourist, Sustainable y Economic. Los conceptos con la relación más débil son Religious, Natural, Sense, National y Park. Sorprende de todas formas cierta debilidad en la relación con las palabras Sustainability y Develop, quizás sea por ser demasiado abarcativas y su relativa poca especificidad. O en el caso de Sustainability su debilidad se deba a la fuerza relacional de su término análogo Sustainable (uno de los más relacionados).

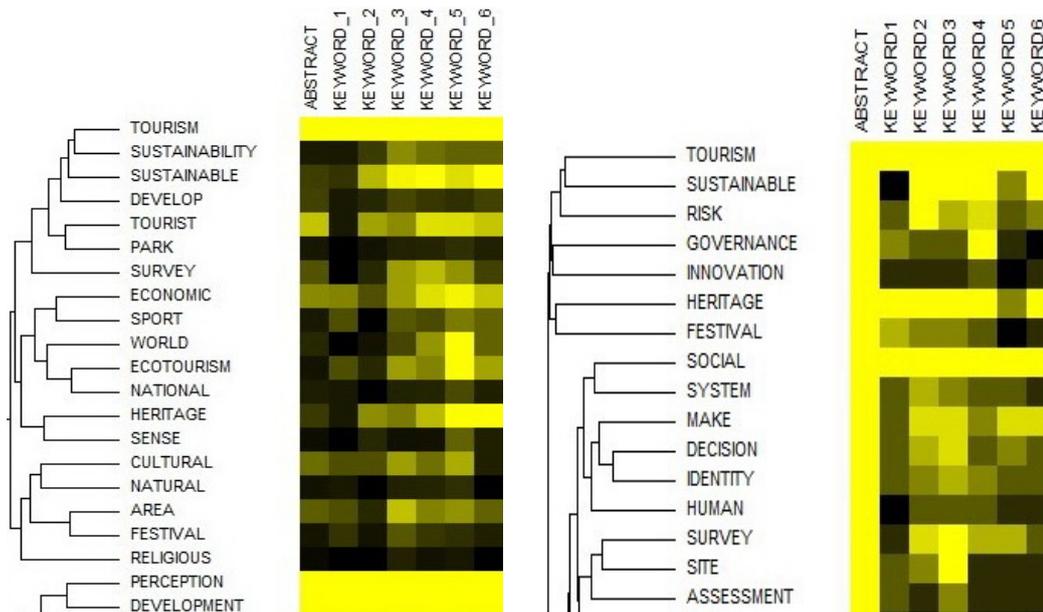
Mientras que en la categoría TSP observamos básicamente dos grandes conglomerados de las combinaciones finales, entre los cuales destacan los términos:

- (1)- Tourism, Sustainable, Heritage, y

(2)- Social, Make, Survey.

Incluyendo por lo tanto en las investigaciones el sistema turístico y el sistema social a su vez que el de la aplicación metodológica. Los términos más frecuentes y más relacionados son: Tourism, Social, Heritage, Sustainable, Make y Survey. Los conceptos con la relación más débil son Innovation y Human.

Figura 1. “Perception Residents Tourism” y “Tourism Social Perception” según resumen, palabras clave y conglomerados principales



Fuente: Elaboración propia según datos Scopus (2018, QDA Miner)

En la Figura 2 observamos dos Dendogramas según se trate de “PRT” o “TSP”. Los Dendogramas son gráficos de árbol o gráficos de clasificación jerárquica enlace - promedio para la creación de conglomerados partiendo de una matriz de similitud (“average-linkage hierarchical clustering method”, Cisneros Puebla 2004). En el eje vertical se sitúan los términos que surgen de la búsqueda automática y en el eje horizontal los conglomerados generados por el proceso de clasificación. Cabe destacar que los términos que aparecen próximos ilustran las combinaciones tempranas mientras que los más alejados son los más independientes entre sí. Un Dendrograma especifica exclusivamente “el orden temporal de la secuencia de ramificación” (Cisneros Puebla 2004). Obteniendo los siguientes resultados a destacar:

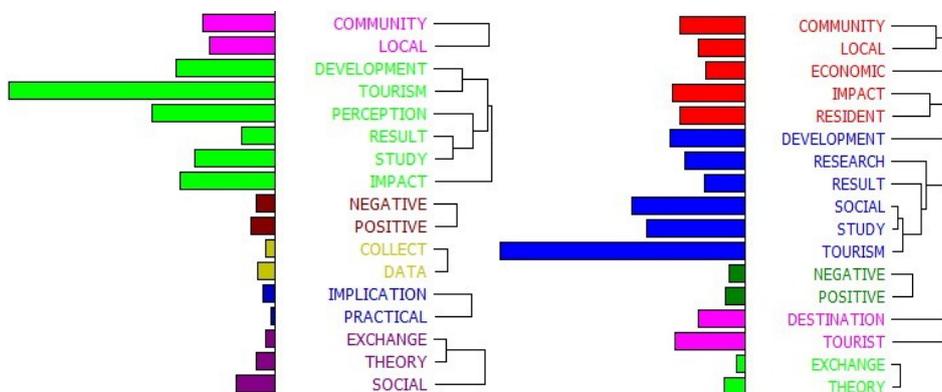
PRT: (1) Tourism, Perception; Community, Local; Social Exchange Theory; Positive, Negative.

TSP: (2) Tourism, Social; Impact, Resident; Tourist, Destination; Positive, Negative; Theory, Exchange.

Configurándose los dos principales conglomerados como: (1) Tourism, Perception, Development y (2) Tourism, Social, Development. Temporalmente próximos a los términos comunitarios (Community, Local / Community, Impact, Resident).

Como una de las teorías sociales más generales era un valor esperado (en el marco global de las investigaciones y publicaciones) que la TIS se situase en un extremo como entidad algo más propia e independiente. Pero a su vez próxima a los términos de (1) “Implication / Practical” y (2) “Tourist / Destination”: por ser esta la teoría social más utilizada para explicar este objeto de estudio (Nunkoo et al. 2013)

Figura 2. “Perception Residents Tourism” y “Tourism Social Perception” según conglomerados principales



Fuente: Elaboración propia según datos Scopus (2018, QDA Miner)

Finalmente, hemos generado para ambos términos (PRT y TSP) Mapas Conceptuales. Habiendo surgido palabras clave y conglomerados de acuerdo a las coocurrencias entre los términos. El tamaño del círculo está en función de las coocurrencias en las que participa, por otra parte, es relevante observar las distancias entre cada uno de los círculos ya que ilustran el grado de proximidad. Observamos para ambos mapas que el nodo central y más representado es el concepto de “Perception”: al ser el círculo de mayor tamaño es el término con mayores tasas de coocurrencias.

En la Figura 3 (PRT) observamos además la configuración de los siguientes seis conglomerados que ilustran claramente su peso en las investigaciones:

- (1) Perception - Public Attitude
- (2) Tourist Destination - Tourism Management - Decision Making - Destination Image - Tourism Market
- (3) Ecotourism - Sustainability - World Heritage Site
- (4) Resident Population - Economic Impact - Psychology
- (5) Social Impact - Tourism Market - Perceptions
- (6) Resident Attitudes - Residents

Otros racimos de círculos se visualizan en un segundo plano como una nube de puntos. Entre los que podemos observar (aunque con menores frecuencias de coocurrencias) otras teorías sociales y métodos de investigación. Tales como: Place Attachment, Neighborhood, Stakeholder Theory, Life Satisfaction, Policy Making, Local Development, Tourism Planning, Empirical Analysis, Theoretical Study, Market Segmentation, Regression Analysis, Numerical Model. Claramente las teorías alternativas son las menos frecuentes, las de mayor dispersión, y las más distantes del nodo central de "Perception".

En el caso del término TSP (Figura 4) además de ser también el nodo central el concepto de "Perception" observamos la generación de seis conglomerados:

- (1) Perception - Perceptions - Tourist Destination - Social Exchange Theory
- (2) Tourism - Tourist Behavior - Stakeholder - International Tourism - Travel Behavior
- (3) Tourism Development - Sustainable Tourism - Socioeconomic Impact
- (4) Stakeholder - Social Behavior - Human
- (5) Ecotourism - Protected Area - Sense of Place - Local Participation - Tourism Impacts
- (6) Tourism Management - Social Media - Numerical Model

Y en este caso en la nube de círculos en segundo plano surgen otras teorías y conceptos secundarios más asociados a conceptos metodológicos de investigación e incluso empresarial: Consumption Behavior, Service Quality, Corporate Strategy, Corporate Social Strategy, Content Analysis, Motivations, Structural Equation Model, Authenticity, Psychological Aspect, Qualitative Research, Adaptative Management.



### 3.3 Aproximación cualitativa

Complementando las visiones cuantitativas hasta ahora expuestas, y como propuesta cualitativa, hemos elaborado grupos de categorías teóricas no excluyentes lo más abarcativas posibles. Para este ejercicio de abstracción teórica hemos elaborado la Tabla 5 clasificando los principales estudios publicados sobre la Percepción Social del Turismo.

Entre las (1) “TEORÍAS PRINCIPALES” ubicamos la conocida “Teoría del Intercambio Social” (Social Exchange Theory) desempeñando el papel más relevante. Según la cual se daría un intercambio interesado en sus fines de acciones y beneficios mutuos entre los dos grupos sociales implicados “turistas y residentes”. En la medida que se satisfagan las correspondientes expectativas la relación perduraría en el tiempo sin conflictos. Pero este equilibrado balance e implícito acuerdo racional puede verse perjudicado en la medida que se dé un desequilibrio de fuerzas y primen los intereses de los unos sobre los otros. Este apartado incluye también la “Teoría de la Máquina de Crecimiento” (Growth Machine Theory) la cual analiza las opiniones de los residentes sobre los intereses urbanos, los planes de desarrollo y la influencia de las elites locales en el desarrollo turístico. Observando que las opiniones sobre los efectos de las grandes infraestructuras turísticas dependen en gran medida de si estos análisis se hacen ex ante o ex post. Esta teoría se centra en los factores y alianzas que surgen para apoyar y beneficiarse del crecimiento urbano. Siendo particularmente útil para entender las diferencias entre las actitudes hacia el desarrollo entre los residentes y las elites locales. El hacinamiento urbano y el deterioro del medio ambiente se encuentran entre los impactos más negativos citados y suele deberse a la competencia que el turismo crea entre los residentes y los turistas sobre los escasos recursos urbanos. La “Teoría del Apego Comunitario” (Community Attachment Theory) resalta la importancia de la intensidad de la identidad local y el peso de la comunidad local en la vida cotidiana. La “Teoría de Las Representaciones Sociales” (Social Representations Theory) explica desde la psicología social el fenómeno turístico: desde lo cognitivo - afectivo interpreta los significados y conocimientos simplificados y compartidos del sentido común construidos por los grupos sociales a partir de la realidad que les rodea.

No es sencillo llegar a conclusiones generales ni universales en este tipo de estudios ya que son muchas las contradicciones entre las teorías y son muy diversos los contextos culturales e históricos de los destinos así como las respectivas etapas de desarrollo en el ciclo de vida. Por lo que estas teorías necesitarían de un mayor enriquecimiento metodológico y de comparaciones con otras teorías sociales. Estas contradicciones y dificultades añaden si cabe un mayor valor añadido a la necesidad de las campañas de educación y concienciación turística con el objetivo de disminuir la resistencia u hostilidad de los residentes hacia el desarrollo de un turismo sostenible y de la mejora de la experiencia turística en beneficio tanto de turistas como residentes. Las opiniones de los residentes en el apoyo de los planes de desarrollo turístico son cruciales y deberían ser seriamente consideradas por los planificadores de turismo y los responsables de formular políticas públicas. La implicación y la posibilidad de la participación ciudadana en la aplicación de esos planes son más necesarias que nunca. En algunos casos

diferentes grupos de residentes pueden tener percepciones diferentes ya sea según sexo, nivel educativo, conciencia medioambiental, tipo de zona de residencia (turística o no turística) o duración de la residencia en el destino. Estos segmentos pueden percibir de manera diferente muchos de los impactos positivos y negativos asociados con el desarrollo turístico.

Otra serie de estudios puede clasificarse de acuerdo con la perspectiva de (2) "OTRAS TEORÍAS SOCIALES". Haciendo hincapié en la "Calidad de Vida" se pone de relieve la influencia del turismo en la percepción de la calidad de vida y como esto condiciona el apoyo de la comunidad a la actividad turística así como su participación en la planificación turística. La calidad de vida y el nivel de desarrollo del turismo en el destino se estudian de manera integral junto con el nivel general de satisfacción en la vida. La "Teoría de la Identidad del Lugar" (Place Identity Theory) analiza la influencia de la singularidad de un carácter distintivo, la autoestima y la autopercepción de las opiniones de los residentes. La "Teoría de la Marginalidad Étnica" (Ethnicity Marginality Theory) centra su atención en investigar la influencia de las diferencias en las percepciones según los grupos étnicos de pertenencia. Desde los "Impactos Socioculturales" se estudian especialmente los efectos sociales y culturales en la población de destino a consecuencia de la interacción e influencia de los visitantes. La "Imagen del Lugar del Residente" afecta a las opiniones de los residentes sobre el apoyo a los planes de desarrollo turístico considerando que esta imagen podría beneficiar a la comunidad. Mientras que la "Teoría del Conflicto Social" (Social Conflict Theory) analiza la implementación externa del negocio turístico en comunidades pequeñas y tradicionales en las que es necesario analizar los conflictos étnicos entre empresarios, residentes y turistas. Bajo el "Paradigma del Rechazo Anfitrión - Invitado" (Host Guest Paradigme Rejection) se analiza desde la Antropología el fenómeno de la interacción entre los residentes y los turistas de forma algo más compleja y desde teorías etnográficas, humanistas y cualitativas.

En el apartado (3) "SISTEMA TURÍSTICO" incluimos las categorías intrínsecas al funcionamiento del sistema. En cuanto al contexto geográfico del análisis se puede observar que bajo la categoría de "Análisis comparativo según destinos turísticos" incluimos los estudios que comparan diferentes destinos turísticos de masas, como el caso de Portugal, Turquía, Florida-USA, Fiji, Nueva Zelanda y Australia. Los análisis en destinos predesarrollados y no masificados los hemos agrupado bajo la categoría de "Destinos turísticos predesarrollados" y tratan sobre destinos en países como India, Malasia, Vietnam, Ghana, Jordania, Cabo Verde, Irán y Uganda. En la categoría de "Modelos de desarrollo del ciclo de vida, Productos turísticos, Perfiles de los residentes" incluimos una variedad de estudios sobre la vida nocturna, el turismo rural, el declive del destino, los tipos de desarrollo, y la dependencia del sector turístico. Las "Políticas públicas de turismo" se han analizado en Turquía y Hawái (Estados Unidos) y la particular modalidad de "Visitantes de fin de semana y puentes festivos" (Spring Breakers) en México como desafío de gestión sobre la turistificación y la capacidad de carga. Como uno de los modelos más citados en los estudios sobre las opiniones de los residentes y por su singularidad hemos incluido el

“Modelo Irridex” como una categoría individual, el cual analiza los diferentes grados de “irritación” de los residentes sobre el desarrollo del turismo y sus etapas.

En cuanto al (4) “ÉNFASIS METODOLÓGICO” observamos que las técnicas de “Análisis clúster”, “Modelos de ecuaciones estructurales”, “Modelo accesorio al lugar” (Place Attachment Model), “Modelos de regresión”, “Análisis de cohorte”, “Valoración contingente”, “Triangulación metodológica”, “Modelo matrix” han sido metodologías singulares de estudio.

En la categoría (5) “IMPACTOS GENERALES” hemos agrupado una serie de publicaciones más genéricas donde se hace hincapié en detallar los impactos generales positivos y negativos percibidos por los residentes.

Al respecto de (6) “OTRAS INFLUENCIAS” destacamos la singularidad de dos vertientes poco estudiadas: la “Influencia religiosa” y la “Influencia del nacionalismo” en la opinión pública en el destino.

En el extenso apartado de (7) “DESTINOS ESPAÑOLES” agrupamos los estudios en destinos de las regiones españolas de: Islas Canarias, Gran Canaria, Tenerife, Andalucía, Valencia, Islas Baleares, Mallorca, Ibiza y Extremadura.

La categoría (8) de “REVISIONES” completa el último grupo de esta clasificación con algunos de los aportes teóricos más valorados, prácticos y difíciles de realizar debido a la complejidad propia y de los contextos de los casos de estudio.

Tabla 5. Percepción social del turismo: principales categorías teóricas y metodológicas

PERCEPCIÓN SOCIAL DE TURISMO: PRINCIPALES ENFOQUES TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS	AUTORES
<b>1) TEORÍAS PRINCIPALES</b>	
TEORÍA DEL INTERCAMBIO SOCIAL (SOCIAL EXCHANGE THEORY)	Özel, Ç. H., & Kozak, N. (2017); Mantecón, A. (2016); Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., & Ramayah, T. (2015); Suosheng, W. & Chen, J. (2015); Lawton, L. & Weaver, D. (2015); Wang, Y., & Lu, L. (2014); Nunkoo, R. & Gursoy, D. (2012); Ward, C., & Berno, T. (2011); Poh, L. & Jakpar, S. (2011); Burns, P. M., & Fridman, D. (2011); Wang, Y. & Pfister, R. (2008); Lee, C. & Back, K. (2006); Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R. & Vogt, C. (2005); Mc Gehee, N. & Anderek, K. (2004)
APEGO COMUNITARIO (COMMUNITY ATTACHMENT), TEORÍA DEL INTERCAMBIO SOCIAL (SOCIAL EXCHANGE THEORY), TEORÍA DE LA MÁQUINA DE CRECIMIENTO (GROWTH MACHINE THEORY)	Agüera, F. O., & Morales, P. C. (2015); Harrill, R., Uysal, M., Cardon, P., Vong, F. & Dioko, L. (2010); Lee, C., Kang, S., & Reisinger, Y. (2010); Simpson, K., & Bretherton, P. (2009); McCool, Stephen F., & Steven R. Martin. 1994 (1994)
TEORÍA DEL INTERCAMBIO SOCIAL (SOCIAL EXCHANGE THEORY), TEORÍA DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES (SOCIAL REPRESENTATIONS THEORY)	Suess, C., & Mody, M. (2016); Andriotis, K. & Vaughan, R. (2003); Fredline & Faulkner (2000); Pearce, P., G. Moscardo & G. Ross (1996)
<b>2) OTRAS TEORÍAS SOCIALES</b>	
CALIDAD DE VIDA	Yu, C., Cole, S. T., & Chancellor, C. (2018); Al-Saad, S., Al-Orainat, L., Al-Badameh, M., & Al-Makhadmeh, A. (2018); Cameiro, M. J., Eusébio, C., & Caldeira, A. (2018); Uysal, M., Sirgy, J., Woo, E., & Kim, H. (2016); Jeon, M. M., Kang, M. M., & Desmarais, E. (2016); Liang, Z., & Hui, T. (2016); Yu, C., Cole, S. T., & Chancellor, C. (2016); Kachniewska, M. A. (2015); Guo, Y., Kim, S., & Chen, Y. (2014); Eusébio, C., & Cameiro, M. J. (2014); Usher, L. E., & Kerstetter, D. (2014); Kim, K., Uysal, M. & Sirgy, J. (2013); Polonsky, M., Hall, J., Vieceil, J., Atay, L., Akdemir, A., & Marangoz, M. (2013); Jeroen, N. & Mitas, O. (2012); Alipour, S. & Kaboudi, M. (2012); Andereck, K. & Nyaupane, G. (2011); Cecil, A. K., Fu, Y., Wang, S., & Avgoustis, S. (2010); Eraqi, M. (2007)
TEORÍA DE LA IDENTIDAD DEL LUGAR (PLACE IDENTITY THEORY)	Chen, S., Wang, S., & Xu, H. (2017); Vong, L. T. (2015); Wang, S., & Chen, J. S. (2015); Wang, S. & Xu, H. (2015); Nunkoo, R. & Gursoy, D. (2012)
TEORÍA DE LA MARGINALIDAD ÉTNICA (ETHNICITY MARGINALITY THEORY)	U. Maruyama, N., Woosnam, K. M., & Boley, B. B. (2017); Andereck, K., Valentine, K., Vogt, C. & Knopf, R. (2007)
IMPACTOS SOCIOCULTURALES	Jaafar, M., Rasoolimanesh, S. M., & Ismail, S. (2017); Brunt, P. & Courtney, P. (1999)
IMAGEN DEL LUGAR DEL RESIDENTE	Stylidis, D. (2016); Stylidis D., Biran A., Sit J. & Szivas E. (2014)
TEORÍA DEL CONFLICTO SOCIAL (SOCIAL CONFLICT THEORY)	Yang J., Ryan C. & Zhang L. (2013)
PARADIGMA DEL RECHAZO ANFITRIÓN - INVITADO (HOST GUEST PARADIGME REJECTION)	Aramberri, J. (2001)
<b>3) SISTEMA TURÍSTICO</b>	
ANÁLISIS COMPARATIVO SEGÚN DESTINOS TURÍSTICOS	Petrović, M. D., Vujko, A., Gajić, T., Vuković, D. B., Radovanović, M., Jovanović, J. M., & Vuković, N. (2017); Li, R., Wu, D., Yin, H., Shan, Y., Wu, M., Zhu, T., & Wang, Y. (2016); Vargas, A., Oom, P., Da Costa, J. & Albino, J. (2015); Marković, I., & Fuerst-Bjeliš, B. (2015); Lundberg, E. (2015); Svets, K. (2015); Nejati, M., Mohamed, B., & Omar, S. I. (2014); Tosun, C. (2002); Lawson, R., Williams, J., Young, T. & Cossens, J. (1998); Faulkner, B. & Tidswell, C. (1997); Horn, C. & Simmons, D. (2002)
DESTINOS TURÍSTICOS PREDESARROLLADOS	Bagri, S. & Kala, D. (2016); Hayrol, M., Azimi, H., Sulaiman, Y., Bahaman, A., D' Silva, J., Tiraeiyari, N. & Muhammad, M. (2015); Hong, P. (2012); Mensah, C. (2012); Alhammad, F. (2012); Castillo, A., Canalejo, M., Osuna, M. & López, S. (2012); Mendoza, M., Monterrubio, J. & Fernández, M. (2011); Amuquandoh, F. (2010); Rastegar, H. (2010); Lepp, A. (2008); Lepp, A. (2007); Teye, V., Sónmez, S. & Sirakaya, E. (2002); Mason, P. & Cheyne, J. (2000); Ap & Crompton (1993)
MODELOS DE DESARROLLO DEL CICLO DE VIDA, PRODUCTOS TURÍSTICOS, PERFILES DE LOS RESIDENTES	Draper, J., Woosnam, K. & Norman, W. (2011); Royo, M. & Ruiz, M. (2009); Butler (2006); Diedrich, A. & García, E. (2009); Pappas, N. (2004); Upchurch, R. & Teivane, U. (2000); Smith, M. & Kranich, R. (1998) Davis, Duane, Jeff Allen, & Robert M. Cosenza (1988)
POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO	Brida, J. G., Disegna, M., & Osti, L. (2014); Kuvan, Y. & Akan, P. (2005); Sheldon, P. & Abenjon, T. (2001)
VISITANTES DE FIN DE SEMANA Y PUENTES (SPRING BREAKERS)	Mendoza, M., & Cordero Monterrubio, J. (2012)
MODELO IRRIDEX	Doxey (1975)
<b>4) ÉNFASIS METODOLÓGICO</b>	
ANÁLISIS CLÚSTER	Del Chiappa, G., Lorenzo-Romero, C., & Gallarza, M. (2018); Sinclair, G., Gursoy, D. & Vieregge, M. (2015); Vareiro, L. M. C., Cristina Remoaldo, P., & Cadima Ribeiro, J. A. (2013); Chen, S. C. (2011); Brida, J. G., Osti, L., & Barquet, A. (2010); Williams, J. & Lawson, R. (2001)
MODELOS DE ECUACIONES ESTRUCTURALES	Park, D., Nunkoo, R. & Yoon, Y. (2015); Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B. & Carter, J. (2007); Gursoy, D., Jurowski, C. & Uysal, M. (2002); Ko, D. & Stewart, W. (2002); Lindberg, K. (1997)
MODELO ACCESORIO AL LUGAR (PLACE ATTACHMENT MODEL)	Stylidis, D. (2018); Xu, Z., Zhang, J., Geoffrey, W., Cao, J., & Zhang, H. (2009); Ambroz, M. (2008)
MODELOS DE REGRESIÓN	Devine, J., Gabe, T. & Bell, K. (2009)
ANÁLISIS DE COHORTE	Huh, C. & Vogt, C. (2008)
VALORACIÓN CONTINGENTE	Lindberg, K. & Johnson, R. (1996)
TRIANGULACIÓN METODOLÓGICA	Poli, M. & Torres, E. (2013)
MODELO MATRIX	Camichael, B. (2000)
<b>5) IMPACTOS GENERALES</b>	
IMPACTOS GENERALES POSITIVOS Y NEGATIVOS	Dimitriadis, E., Papadopoulos, D. & Kaltsidou, D. (2013); Poli, M. & Da Silva, F. (2013); Brida, G., Riaño, E. & Zapata, S. (2012); Sharma, B. & Dyer, P. (2012); Zamani, H. & Musa, G. (2008); Haley, A., Snaith, T. & Miller, M. (2004); Besculides, A., Lee, M. & Mc Cormick, P. (2002); Snaith, T. & Haley, A. (1999); Tatoğlu, E., Erdal, F., Özgür, H. & Azakli, S. (1998); Akis, S., Peristianis, N. & Warner, J. (1996); Haralambopoulos, N. & Pizam, A. (1996)
<b>6) OTRAS INFLUENCIAS</b>	
INFLUENCIA RELIGIOSA	Khaksari, A., Lee, T. J., & Lee, C. (2014); Zamani, H. & Musa, G. (2012); Urieli, N., Aviad, I. & Reichel, A. (2003)
INFLUENCIA DEL NACIONALISMO	Griffiths, I. (2012)
<b>7) DESTINOS ESPAÑOLES</b>	
ISLAS CANARIAS, GRAN CANARIA, TENERIFE, ANDALUCÍA, VALENCIA, ISLAS BALEARES, MALLORCA, IBIZA, EXTREMADURA	Moreira, P. (2018); Moreira, P., Martin, J.C., & Román, C. (2017); Vázquez, A. M. B., Barrera-Fernández, D., & Hernández-Escampa, M. (2017); Campón-Cerro, A. M., Folgado-Fernández, J. A., & Hernández-Mogollón, J. M. (2017); Moreira, P., Martin, J.C., & Román, C. (2016); Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. A., Balbuena-Vázquez, A., & Cortés-Macias, R. (2016); Luis, J. Á. H., Del Chiappa, G., & Battino, S. (2015); Vargas-Sánchez, A., Porras-Bueno, N., & de los Ángeles Plaza-Mejía, M. (2014); Cardona, J. (2014); Moreira, P. (2014); Garau-Vadell, J. B., Díaz-Armas, R., & Gutiérrez-Taño, D. (2014); Moreira, P. & Román, C. (2013); Marrero, J. R. & Huete, R. (2013); Nawijn, J., & Mitas, O. (2012); Moreira, P. (2011); Vargas-Sánchez, A., Porras-Bueno, N., & Plaza-Mejía, M. (2011); Díaz Armas, R., & Gutiérrez Taño, D. (2010); Moyano, E., Rodríguez, P. & Moreira, P. (2009); Rodríguez González, P. (2007); Pérez, E. A., & Nadal, J. R. (2005); Nadal, J. R., & Bestard, A. B. (2005)
<b>8) REVISIONES</b>	
REVISIÓN TEMÁTICA	Sharpley, R. (2014); Nunkoo, R., Smith, S., & Ramkissoon, M. (2013); Deery, M., Jago, L. & Fredline, L. (2012); Amer, J. (2009); Monterrubio Cordero, J. (2008); Easterling, D. (2004); Harrill, R. (2004)

Fuente: Elaboración propia según la bibliografía referenciada

### 3.4 Teoría del Intercambio Social (TIS)

Tal y como lo comentamos en la introducción, la TIS es la principal teoría que citan los investigadores acerca de la percepción social del turismo en la población residente, representando el 56,3% de las publicaciones teóricas (Nunkoo, et al. 2013). Por este motivo hemos incluido un apartado especial detallando esta clásica y vigente teoría sociológica relacionada con diversos campos de la dinámica social.

Uno de los primeros artículos sobre la TIS es autoría de Domínguez (1978, reinterpretando al sociólogo austríaco Michael Peter Blau). Con el objetivo de integrar la mayoría de los resultados experimentales relativos a la interacción en los pequeños grupos humanos, señala que se trata de una teoría general de la interacción cuyo objeto de estudio son los fenómenos grupales de conformidad. Basándose en dos supuestos cruciales: (1) la permanencia de cualquier relación interpersonal tiene su origen en el propio interés, y (2) el individualismo en virtud del cual se explican el resto de acciones. La aportación de Blau a la TIS se centra en superar la partes más psicológicas y reduccionistas de la misma.

Por otra parte es Ap (1992) uno de los primeros autores que centra sus estudios en esta teoría y su impacto en el sistema turístico. Desde el punto de vista teórico y con “el poder” como una dimensión central en el intercambio entre dos actores y dependiendo del grado de poder de cada uno de estos plantea 4 posibles resultados. Como se ve en la matriz de la Tabla 6 el intercambio equilibrado que representa los niveles altos y bajos de poder que tienen los actores se ubica en los cuadrantes 1 y 4 respectivamente. Estos dos cuadrantes dan una base para equiparar los resultados de las interacciones como positivas o bien como negativas. Cuando los niveles de poder son altos para los dos actores el intercambio es mutuamente ventajoso. Los cuadrantes 2 y 3 representan intercambios no equilibrados donde los niveles de poder entre los actores son diferentes. Dependiendo de la situación de poder de un actor con relación al otro el intercambio puede ser provechoso o desfavorable. Destaca este autor que la unidad de análisis es la relación de intercambio en sí misma y no cada uno de los “actores” y sus peculiaridades. El foco está en los procesos implicados en tal intercambio. Una de las importantes restricciones para avanzar en el entendimiento de las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo es que no habría entre visitantes y residentes una vinculación demasiado explícita, ni demasiado regular, cotidiana ni mantenida en el tiempo. O sea, entre las mismas personas o actores físicos. De todas formas el autor plantea la TIS como el mejor paradigma para explicar los impactos positivos y negativos del turismo tal y como los percibe la población de acogida. Se trata de una teoría lógica, intuitiva y atrayente que puede emplearse para explicar las opiniones de los residentes respecto del turismo, los turistas y sus impactos en el destino.

Tabla 6. **Matriz de la Teoría del Intercambio Social (TIS)**

		Poder del actor B	
		Alto	Bajo
Poder del actor A	Alto	1- Intercambio mutuo equilibrado	2- Intercambio desequilibrado (actor "A" favorecido)
	Bajo	3- Intercambio desequilibrado (actor "A" desfavorecido)	4- Intercambio equilibrado y sin recompensa

*Fuente: Elaboración propia según Ap (1992)*

Por otra parte Ward et al. (2011) en su artículo sobre el turismo y la TIS, considera que si bien esta se ha empleado para explicar y pronosticar las actitudes hacia el turismo y los turistas, se la ha criticado por carecer de sofisticación teórica. Partiendo de la TIS con el objetivo de probar un modelo predictivo y adoptando un enfoque integrador de las relaciones intergrupales, los autores incorporan la hipótesis “De Contacto y la Teoría Integrada de Amenazas”. Planteando la idea de que las actitudes positivas hacia el turismo estarían en función del empleo en el sector, del país de residencia y de las percepciones positivas de los impactos del turismo. Se planteó además la idea de que cuanto más frecuente y satisfactorio sea el contacto intercultural, menores serían las percepciones de amenazas y mayores y más positivos serían los estereotipos sobre los turistas. Prediciendo de este modo una menor conflictividad intergrupala y mayores actitudes positivas de los residentes hacia los visitantes.

Desde el punto de vista fundamentalmente sociológico, Mantecón (2016) estima que la TIS no sería completamente satisfactoria en tanto que se centra en enfoques reduccionistas, sobredimensionando la faceta económica de la vida de las personas. Además de esto estima que no sería del todo correcto trasladar la idea económica de la racionalidad y de la búsqueda de la maximización de los beneficios, al estudio de las diversas situaciones sociales como las vinculadas al turismo. Situaciones estas en las que intervienen entre otras muchas variables los sentimientos y las emociones, los aspectos simbólicos, las costumbres culturales y todo tipo de elementos “no racionales”. A su vez el contexto en el que se suceden las actividades turísticas no sería el de un “mercado perfecto”. El autor plantea la necesidad de concepciones teóricas más centradas en el concepto “de poder”: factor explicativo básico, elemento esencial generador y condicionador de la dinámica social. Realizando por otro lado esquemas de trabajo en los que la investigación cuantitativa se complementa con la investigación cualitativa.

Completando este análisis bibliográfico y desde las técnicas de Content Analysis observamos en la Figura 5 la trama de proximidad de palabras encontradas más cercanas y en combinación con las tres palabras esenciales de búsqueda, es decir, la coocurrencia de los términos de la TIS.

En el eje vertical se sitúan las palabras encontradas y en el eje horizontal se sitúan las tres palabras objeto de estudio: "Social", "Exchange", "Theory" (SET). Hemos subdividido la barra en tres partes con el objetivo de conocer si existe un patrón en su distribución.

Inicialmente, observamos que el término "Social" es el más habitual de los tres, lo que es lógico por ser un término este muy genérico, siguiéndole el de "Theory" y finalmente, pero con un volumen similar "Exchange". Es habitual que los términos genéricos sean los más frecuentes, los que más se combinan y sobre los cuales se suceden más coocurrencias.

Analizando los tres términos de forma conjunta, observamos que las palabras con mayores frecuencias son: Study, Resident, Result, Tourism, Research, Impact, Finding, Base, Examine, Perceive, Attitude, Positive, Development, Economic, Paper, Influence, Analysis. Lo que nos desvela el peso importante que tienen los aspectos estrictamente metodológicos para esta teoría social (Study, Result, Research, Finding, Base, Examine, Paper, Analysis) así como una serie de términos positivos (Positive, Development) y de mayor especificidad sobre los casos de estudio (Resident, Tourism, Impact, Perceive, Attitude, Economic, Influence).

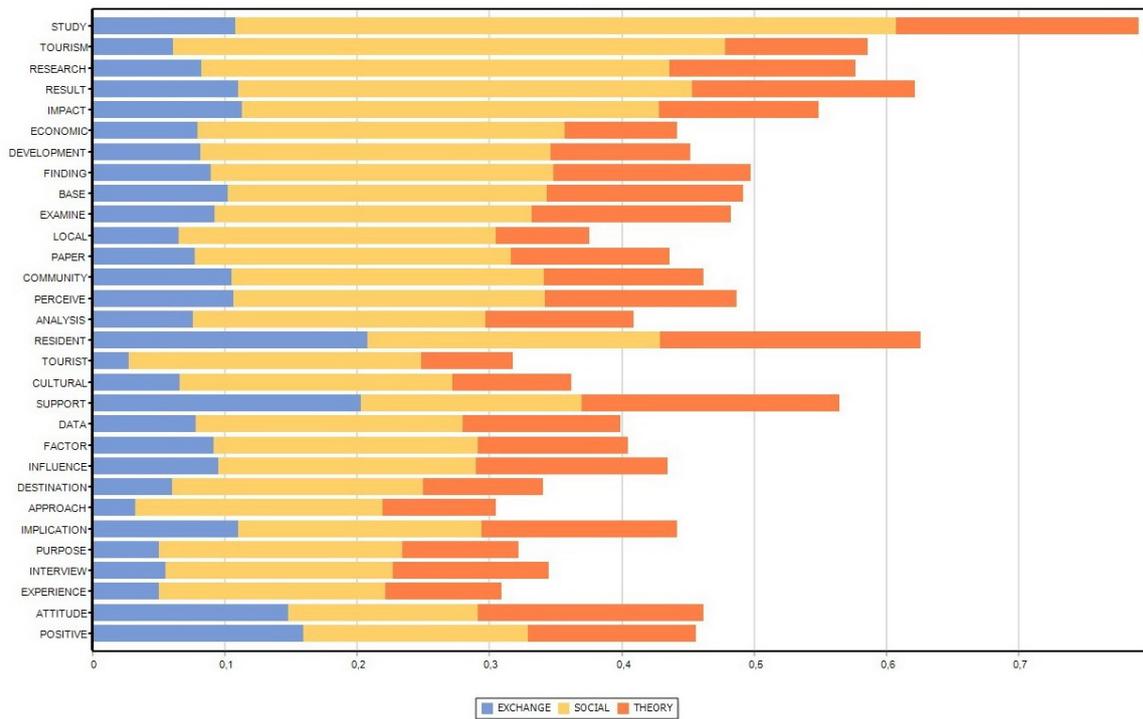
Observando además cada uno de los tres términos de búsqueda hallamos las siguientes combinaciones y proximidades:

- (1) "Exchange"; Resident, Support, Positive, Attitude, Implication, Study;
- (2) "Social"; Study, Tourism, Research, Result, Impact, Economic, Development;
- (3) "Theory"; Resident, Support, Study, Attitude, Result, Implication.

Cabe recordar que la TIS es una teoría social clásica que se aplica a los fenómenos y dinámicas sociales en el marco del intercambio racional e interesado de bienes y servicios. Y de la satisfacción o frustración de las expectativas generadas respecto de ese intercambio entre los grupos sociales. Motivo por el cual sí es relevante que hayan surgido algunos términos específicos vinculados al turismo y a los residentes. Lo que explica y demuestra nuevamente la popularidad de esta teoría entre los investigadores que estudian los impactos sociales del turismo en la población residente de los destinos.

Por último y desde la técnica de "Keyword in Context" (KWIC) incluimos como unidad de búsqueda la palabra "Exchange". Si bien predomina muy ampliamente la combinación esperada de Social "Exchange" Theory, cabe destacar en el marco de los segmentos de textos inmediatos, la aparición de otras teorías sociales y marcos teóricos relacionados. Tales como: Stakeholder Theory, Cognitive Appraisal Theory, Theoretical Perspective, Weber's Theory, Conceptual Model, Emotional Solidarity Theory, Holistic Theories, Oliver's Expectancy, Structural Equation Modeling, Place Identity Theory, y Cultural Theory (Tabla 7).

Figura 5. Teoría del Intercambio Social (TIS) según proximity plot



Fuente: Elaboración propia según datos Scopus (2018, QDA Miner)

Tabla 7. Teoría del Intercambio Social (TIS) según “Keyword in Context” (KWIC)

	KEYWORD	
on stakeholder theory and social	exchange	theory, this study developed an
their support based on social	exchange	theory and cognitive appraisal theory
on the premise of social	exchange	theory is tested utilizing data
of volunteer tourism. Utilizing social	exchange	theory (SET), this research examines
in model creation are Social	exchange	Theory and the Theory of
Using social	exchange	theory, this study investigated residents'
theoretical perspective that blends Social	exchange	Theory with Weber's Theory
conceptual model by integrating social	exchange	theory (SET), emotional solidarity theory
the appropriateness of combining social	exchange	theory with more holistic theories
Results indicate that Social	exchange	Theory can be used in
resident attitudes toward tourism. Social	exchange	Theory underpinned this study of
a framework based on social	exchange	theory (SET) and previous empirical
can be situated within social	exchange	theory and Oliver's expectancy
are explained through the social	exchange	theory and practical implications, along
of tourism development. Using social	exchange	theory, the research explores rural
the emirate. Based on social	exchange	theory, structural equation modeling was
(SEM). The implications of social	exchange	theory and stakeholders' theory provide
Social	exchange	theory (SET) has made significant
campaign was based on social	exchange	theory. A questionnaire was administered
In using a revised social	exchange	theory framework, this study makes
place identity theory and social	exchange	theory complement each other and
While tourism literature suggests social	exchange	theory to be a useful
tourism literature has suggested social	exchange	theory to be a useful
By following the social	exchange	theory, a sample of residents
outcomes indicate support for social	exchange	theory in the expression of
tourism development. According to social	exchange	theory, the paper chooses seven
ways consistent with the social	exchange	theory
supporting the well know social	exchange	theory. Some implications for the
tourist destinations and (2) advancing social	exchange	theory which emphasizes understanding the
study based on the social	exchange	theory by using a scale
Based on the social	exchange	theory (SET), 24 variables are examined
results lend support for social	exchange	theory in the context of
Under the framework of social	exchange	theory, this study has attempted
According to social	exchange	theory, negative outcomes from deviant
and benefits, as per social	exchange	theory, include considerations of 'non
for tourism based on social	exchange	theory, institutional theory of political
found partial support for social	exchange	theory. Cultural theory of political
impacts, this study uses Social	exchange	Theory to explore visitors' perceptions
the Olympic Games utilizing social	exchange	theory. The importance and legacy
be explained by the social	exchange	theory, rather than by social
a framework that integrates social	exchange	theory with the theory of
in the new park. Social	exchange	theory underpinned the present study
tourism development, with the social	exchange	theory as its theoretical base
Guided by the Social	exchange	Theory, this study investigated
theoretical framework based on social	exchange	theory. The framework defines attitudes
communities within Tijuana, Mexico. Social	exchange	theory has been used to
indicate mixed support for social	exchange	theory. Implications are discussed concerning
data lend support for social	exchange	theory and improve its understanding
universal influence of social	exchange	theory

Fuente: Elaboración propia según datos Scopus (2018, QDA Miner)

#### 4. CONCLUSIONES

Las revisiones temáticas no son frecuentes respecto de los impactos positivos y negativos del turismo en la población residente. Lo que nos ha motivado a analizar las principales revisiones acerca de esta temática ha sido tanto la necesidad teórica de nuestras propias investigaciones en destinos españoles así como realizar un aporte que pueda considerarse de utilidad práctica para los colegas investigadores en este campo.

Iniciamos el texto analizando algunas de las principales revisiones académicas hasta ahora publicadas (Monterrubio 2008; Harrill 2004; Sharpley 2014; Nunkoo et al. 2013). Observamos la importancia inicial de los estudios de Doxey (1975) sobre el índice de irritación turística o "Irridex Model". Así como los estudios centrados en el ciclo del destino turístico de Butler (2006) y los modelos de Dogan (1989) y de Ap y Crompton (1993) respecto de las diferentes reacciones de los residentes frente al desarrollo turístico. Comentamos seguidamente las diversas teorías que se utilizan para explicar estos estudios pero cabe destacar por sobre todas, la Teoría del Intercambio Social (TIS). Según la cual se daría un intercambio de costes y beneficios entre residentes y visitantes el cual se satisfecería en la medida en que ambos grupos vieran colmadas sus expectativas e intereses. Otras teorías de relevante importancia son la de las Representaciones Sociales, la del Apego a la Comunidad, y la Teoría de la Máquina del Crecimiento. Las tipologías de residentes es otra de las referencias teóricas habituales: partiendo de quienes "aman" a quienes "odian" al turismo y sus impactos, aportada por Davis et al. (1988).

Seguidamente presentamos un estudio de las principales publicaciones españolas: 20 publicaciones de 29 investigadores para el período 2005-2018. Una relación de casos de estudios cuantitativos basados en encuestas que nos permiten tener una idea general de las diferentes aproximaciones teóricas y de las conclusiones pragmáticas según destino y producto turístico nacional.

Posteriormente y aplicando la metodología para las revisiones bibliográficas de grandes volúmenes y a través de la técnica de "Computer Assisted Qualitative Data Analysis" (CAQDAS) analizamos las publicaciones según los conceptos de: "Perception Residents Tourism" (n=550), "Tourism Social Perception" (n=669). Así como un aparato especial sobre la principal teoría social utilizada en las investigaciones: la Teoría del Intercambio Social o "Social Exchange Theory" (n=128). Por lo que realizamos un estudio taxonómico de análisis de contenido para las publicaciones indexadas en la base de datos de Scopus durante el período 2008-2018 (cartas térmicas, dendogramas, mapas conceptuales, kwic).

También proponemos una clasificación cualitativa de categorías teóricas no excluyentes, como ejercicio y aportación teórica ante tanta diversidad de aproximaciones y estudios publicados.

Más allá del estudio de determinadas variables o indicadores comunes no consideramos viable la idea de elaborar un modelo universal o estandarizado para utilizarlo indiscriminadamente en todos los destinos. Particularmente por la ambigüedad e incluso contradicciones de algunos resultados, por la enorme diversidad de destinos y por sus abismales diferencias. Consideramos que futuros estudios podrían aportar en detalle el análisis de la

diversidad de los contextos de cada uno de los destinos. Especialmente en todo lo referente a sus contextos sociales, históricos, culturales, económicos, políticos, y particularmente según los tipos de modelos de desarrollo. Por otra parte una mayor aportación de estudios cualitativos rigurosamente realizados desde el punto de vista metodológico y basados en la neutralidad valorativa serían aportes que enriquecerían este tipo de revisiones temáticas. En la actualidad se suceden más que nunca expresiones tanto a favor como en contra del turismo y de los diferentes modelos de desarrollo: por lo que futuras revisiones a cerca de los impactos positivos y negativos del turismo en las poblaciones de destino resultarían de gran vigencia y de especial utilidad.

## 5. REFERENCIAS

- Aguiló, E. & Rosselló J. (2005). Host community perceptions a cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 925-941
- Agüera, F. O., & Morales, P. C. (2015). Ecotourism, sustainability and community attachment. A case study in rural areas in developing countries
- Akis, S., Peristianis, N., Warner, J. (1996) "Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus", *Tourism Management*, Nº17(7), 481-494
- Alhammad, F. (2012) "Residents' Attitudes Towards Tourism Development in AL-Salt City, Jordan", *Canadian Social Science*, Vol. 8, No.1, 2012, 152-16
- Alipour, S., Kaboudi, M. (2012) "Community perception of tourism impacts and their participation in tourism planning: a case study of Ramsar, Iran", *Procedia*, Nº 36, 333-341
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. A., Balbuena-Vázquez, A., y Cortés-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274. doi: 10.1016/j.tourman.2015.11.007
- Al-Saad, S., Al-Orainat, L., Al-Badarnah, M., y Al-Makhadmeh, A. (2018). Residents' perceptions towards tourism and its impacts on their quality of life in aqaba city. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 45(1), 229-244.
- Ambroz, M. (2008) "Attitudes of local residents towards the development of tourism in Slovenia: The case of the Primorska, Dolenjska, Gorenjska and Ljubljana regions", *Anthropological Notebooks*, 14 (1), 63-79
- Amer, J. (2009) "Los debates sobre la percepción social del turismo en las Islas Baleares", *Nimbus*, 23/24, 5-23
- Amuquandoh, F. E. (2010). Residents' perceptions of the environmental impacts of tourism in the lake bosomtwe basin, ghana. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 223-238. doi:10.1080/09669580903298531
- Andereck, K., Nyaupane, G. (2011) "Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents", *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260
- Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R., Vogt, C. (2005) "Residents' perceptions of community tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076

- Andereck, K., Valentine, K., Vogt, C., Knopf, R. (2007) "A cross-cultural analysis of tourism and quality of life perceptions", *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 483-502
- Andriotis, K., Vaughan, R. (2003) "Urban residents' attitudes toward tourism development: the case of Crete". *Journal of Travel Research*, 42(2), 172-185
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Ap. J. and J. Crompton (1993). "Residents' Strategies for Responding to Tourism Impacts", *Journal of Travel Research*. 32(1): 47-50.
- Aramberri, J. (2001) "The host should get lost: paradigms in tourism theory", *Annals of Tourism Research*, 28(3), 738-761
- Bagri S., Kala D. (2016) "Las actitudes de los residentes hacia el desarrollo del turismo y su impacto en Koti-Kanasar, Indroli, Puttur Circuito Turístico de Uttarakhand Estado, la India" *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14, 1
- Besculides, A., Lee, M., McCormick, P. (2002) "Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism", *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319
- Brida, G., Riaño, E., Zapata, S. (2012) "Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres", *Cuadernos de Turismo*, nº 29, 79-107
- Brida, J. G., Disegna, M., y Osti, L. (2014). Residents' perceptions of tourism impacts and attitudes towards tourism policies. *Tourismos*, 9(1), 37-71.
- Brida, J. G., Osti, L., y Barquet, A. (2010). Segmenting resident perceptions towards tourism - a cluster analysis with a multinomial logit model of a mountain community. *International Journal of Tourism Research*, 12(5), 591-602. doi:10.1002/jtr.778
- Brunt, P., Courtney, P. (1999) "Host perceptions of sociocultural impacts", *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515
- Burns, P. M., & Fridman, D. (2011). Actors' perceptions of the newly designated south downs national park: Social exchange theory and framework analysis approach. *Tourism Planning and Development*, 8(4), 447-465. doi:10.1080/21568316.2011.628808
- Butler, R.W. (2006). "The Concept of a Tourist Area Life Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources," in Butler R. (ed.) *The Tourism Area Life Cycle: Applications and Modifications*. Channel View Publications, Clevedon.
- Campón-Cerro, A. M., Folgado-Fernández, J. A., y Hernández-Mogollón, J. M. (2017). Rural destination development based on olive oil tourism: The impact of residents' community attachment and quality of life on their support for tourism development. *Sustainability (Switzerland)*, 9(9) doi:10.3390/su9091624
- Cardona, J. (2014) "Tipos de oferta turística y actitudes de los residentes: el caso de Ibiza", *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(1), 3-22
- Carmichael, B. (2000) "A matrix model for resident attitudes and behaviours in a rapidly changing tourist area", *Tourism Management*, Nº 21, 601-611

- Carneiro, M. J., Eusébio, C., y Caldeira, A. (2018). The influence of social contact in residents' perceptions of the tourism impact on their quality of life: A structural equation model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 19(1), 1-30. doi:10.1080/1528008X.2017.1314798
- Castillo Canalejo, A. M., Nuñez Tabales, J., Cerezo López, J. M., y Fuentes-García, F. J. (2015). Resident perceptions of community tourism in Cape Verde. *Tourism, Culture and Communication*, 15(2), 103-119. doi:10.3727/109830415X14401707765926
- Cecil, A. K., Fu, Y., Wang, S., y Avgoustis, S. (2010). Cultural tourism and quality of life: Results of a longitudinal study. *European Journal of Tourism Research*, 3(1), 54-66.
- Chen, S. C. (2011). Residents' perceptions of the impact of major annual tourism events in macao: Cluster analysis. *Journal of Convention and Event Tourism*, 12(2), 106-128. doi:10.1080/15470148.2011.569877
- Chen, S., Wang, S., y Xu, H. (2017). Influence of place identity on residents' attitudes to dark tourism. *Journal of China Tourism Research*, 13(4), 338-356. doi:10.1080/19388160.2017.1401023
- Chhabra, D. (2010). How they see us: Perceived effects of tourist gaze on the old order Amish. *Journal of Travel Research*, 49, 93-105.
- Cisneros Puebla, César A. (2004). QDA Miner, versión en español. UAM Iztapalapa, México
- Davis, Duane, Jeff Allen, and Robert M. Cosenza. 1988. Segmenting local residents by their attitudes,
- Deery, M., Jago, L., Fredline, L. (2012) ""Rethinking social impacts of tourism research: a new research agenda"", *Tourism Management*, N°33 (1), 64-73
- Del Chiappa, G., Lorenzo-Romero, C., y Gallarza, M. (2018). Host community perceptions of cruise tourism in a homeport: A cluster analysis. *Journal of Destination Marketing and Management*, 7, 170-181. doi: 10.1016/j.jdmm.2016.08.011
- Devine, J., Gabe, T., y Bell, K. P. (2009). Community scale and resident attitudes towards tourism. *Journal of Regional Analysis and Policy*, 39(1), 11-22.
- Díaz Armas, R., & Gutiérrez Taño, D.\* (2010). La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(4)
- Diedrich, A., & García-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30 (4), 512-521. doi: 10.1016/j.tourman.2008.10.009
- Dimitriadis, E., Papadopoulos D., Kaltsidou D. (2013) "Attitudes towards tourism development: residents' perceptions in the islands of Lemnos and Hydra", *Tourismos*, Vol. 8, N°1, 133-151
- Domínguez, J. F. M. (1978). La teoría del intercambio social desde la perspectiva de Blau. *Reis*, (4), 129-146.
- Dogan, H. Z. (1989). Forms of adjustment: Sociocultural impacts of tourism. *Annals of tourism research*, 16(2), 216-236.
- Doxey, G. (1975). "A Causation Theory of Visitor-resident Irritants: Methodology and Research Inferences", *Travel and Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceedings*. TTRA, San Diego.

- Draper, J., Woosnam, K., Norman, W. (2011) "Tourism use history: exploring a framework for understanding residents' attitudes toward tourism", *Journal of Travel Research*, 50(1), 64-77
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma B., Carter, J. (2007) "Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia", *Tourism Management*, Nº 28, 409-422
- Easterling, D. (2004) "The Residents' Perspective in Tourism Research, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17:4, 45-62
- Eraqi, M. (2007) "Local Communities' attitudes towards impacts of tourism development in Egypt", *Tourism Analysis*, Vol. 12, 191-200
- Eusébio, C., & Carneiro, M. J. (2014). The impact of tourism on quality of life: A segmentation analysis of the youth market. *Tourism Analysis*, 19(6), 741-757. doi:10.3727/108354214X14146846679529
- Faulkner, B., Tideswell, C. (1997) "A framework for monitoring community impacts of tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28
- Fredline, E., Faulkner, B. (2000) "Host community reactions. A Cluster Analysis", *Annals of Tourism Research*, Vol. 27 (3), 763-784
- Garau-Vadell, J. B., Díaz-Armas, R., y Gutierrez-Taño, D. (2014). Residents' perceptions of tourism impacts on island destinations: A comparative analysis. *International Journal of Tourism Research*, 16(6), 578-585. doi:10.1002/jtr.1951
- Griffiths, I., Sharpley, R. (2012) "Influences of nationalism on tourist-host relationships", *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2051-2072
- Gu, H., & Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism: The case of a Beijing hutong. *Tourism Management*, 29, 637-647
- Guo, Y., Kim, S., & Chen, Y. (2014). Shanghai residents' perceptions of tourism impacts and quality of life. *Journal of China Tourism Research*, 10(2), 142-164. doi:10.1080/19388160.2013.849639
- Gursoy, D., Jurowski, C., Uysal, M. (2002) "Resident attitudes: a structural modelling approach", *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105
- Haley, A., Snaith, T., Miller, M. (2004) "The social impacts of tourism. A Case Study of Bath, UK", *Annals of Tourism Research*, 32 (3), 647-668
- Haralambopoulos, N., Pizam, A. (1996) "Perceived impacts of tourism: the case of Samos", *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526
- Harrill, R. (2004) "Residents' Attitudes toward Tourism Development: A Literature Review with Implications for Tourism Planning", *Journal of Planning Literature*, Nº18, 250-266
- Harrill, R., Uysal M., Cardon P., Vong F., Dioko L., (2010) "Resident Attitudes towards Gaming and Tourism Development in Macao: Growth Machine Theory as a Context for Identifying Supporters and Opponents", *International Journal of Tourism Research*.
- Hayrol M., Azimi H., Sulaiman Y., Bahaman A., D'Silva J., Tiraieyari N, Muhammad, M. (2015) "The Coastal Community Perception on the Socio- Economic Impacts of Agro-Tourism Activities in Coastal Villages in Malaysia", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20 (3), 295-313

- Hernández L., Del Chiappa, G., y Battino, S. (2015). Percepción de los residentes de las Palmas de Gran Canaria ante el turismo de cruceros. *Vegueta: Anuario de la Facultad de Geografía e Historia*, (15)
- Hong, P. (2012) "Tourism Impacts and Support for Tourism Development in Ha Long Bay, Vietnam: An Examination of Residents' Perceptions", *Asian Social Science*, Vol. 8, No. 8, 28-39
- Horn C., Simmons D. (2002) "Community adaptation to tourism: comparisons between Rotorua and Kaikoura, New Zealand", *Tourism Management*, N° 23,133-143
- Huh, C., Vogt, C. (2008) "Changes in residents' attitudes toward tourism over time: a cohort analytical approach", *Journal of Travel Research*, 46(4), 446-455
- Jaafar, M., Rasoolimanesh, S. M., y Ismail, S. (2017). Perceived sociocultural impacts of tourism and community participation: A case study of langkawi island. *Tourism and Hospitality Research*, 17(2), 123-134. doi:10.1177/1467358415610373
- Jeon, M. M., Kang, M. M., y Desmarais, E. (2016). Residents' perceived quality of life in a cultural-heritage tourism destination. *Applied Research in Quality of Life*, 11(1), 105-123. doi:10.1007/s11482-014-9357-8
- Jeroen, N., Mitas, O. (2012) "Resident attitudes to tourism and their effect on subjective well-being: the case of Palma de Mallorca", *Journal of Travel Research*, 51(5) 531-541
- Kachniewska, M. A. (2015). Tourism development as a determinant of quality of life in rural areas. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(5), 500-515. doi:10.1108/WHATT-06-2015-0028
- Khaksari, A., Lee, T. J., y Lee, C. (2014). Religious perceptions and hegemony on tourism development: The case of the islamic republic of iran. *International Journal of Tourism Research*, 16(1), 97-103. doi:10.1002/jtr.1917
- Kim, K., Uysal, M., y Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, 527-540. doi: 10.1016/j.tourman.2012.09.005
- Ko, D., Stewart, W. (2002) "A structural equation model of residents' attitudes for tourism development", *Tourism Management*, N° 23(5), 521-530
- Kuvan, Y., Akan, P. (2005) "Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Turkey", *Tourism Management*, N° 26(5), 691-706
- Kwon, J., & Vogt, C.A. (2010). Identifying the role of cognitive, affective, and behavioral components in understanding residents' attitudes toward place marketing. *Journal of Travel Research*, 49, 423-434
- Lawson, R., Williams, J., Young, T., Cossens, J. (1998) "A comparison of residents' attitudes towards tourism in 10 New Zealand destinations", *Tourism Management*, N°19(3), 247-256
- Lawton, L.J. (2005). Resident perceptions of tourist attractions on the Gold Coast of Australia. *Journal of Travel Research*, 44, 188-200.
- Lee, C., Back, K. (2006) "Examining structural relationships among perceived impact, benefit and support for casino development based on 4-year longitudinal data", *Tourism Management*, N°27(3), 466-480

- Lee, C., Kang, S., y Reisinger, Y. (2010). Community attachment in two rural gaming communities: Comparisons between colorado gaming communities, USA and gangwon gaming communities, south korea. *Tourism Geographies*, 12(1), 140-168. doi:10.1080/14616680903493688
- Lepp, A. (2007) "Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda", *Tourism Management*, N° 28(3), 876-885
- Lepp, A. (2008) "Attitudes towards initial tourism development in a community with no prior experience: the case of Bigodi, Uganda", *Journal of Sustainable Tourism*, 16(1), 5-22
- Lepp, A. (2008). Tourism and dependency: An analysis of Bigodi Village, Uganda. *Tourism Management*, 29, 1206–1214
- Li, R., Wu, D., Yin, H., Shan, Y., Wu, M., Zhu, T., y Wang, Y. (2016). Mechanism model and demonstration of residents' satisfaction in guizhou ethnic tourism villages: A comparative study of community-driven, government-driven and enterprise-driven ethnic tourism villages. *Dili Xuebao/Acta Geographica Sinica*, 71(8), 1416-1435. doi:10.11821/dlxb201608010
- Liang, Z., & Hui, T. (2016). Residents' quality of life and attitudes toward tourism development in china. *Tourism Management*, 57, 56-67. doi: 10.1016/j.tourman.2016.05.001
- Lindberg, K., & Johnson, R. (1997) "Modeling resident attitudes toward tourism", *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-424
- Lindberg, K., Johnson, R. (1996) "The economic values of tourism's social impacts", *Annals of Tourism Research*, 24(1), 99-116
- Lundberg, E. (2015). The level of tourism development and resident attitudes: A comparative case study of coastal destinations. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(3), 266-294. doi:10.1080/15022250.2015.1005335
- Mantecón, A. (2016) "La opinión pública sobre el turismo. Crítica y propuesta para una nueva orientación", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25, 110-123
- Marković, I., & Fuerst-Bjeliš, B. (2015). Spatial identity as a driving force in tourism development: Comparative analysis of the bjelovar and čakovec regions. [Prostorni identitet kao pokretačka snaga razvoja turizma: Komparativna analiza regija Bjelovara i Čakovca] *Hrvatski Geografski Glasnik*, 77(1), 71-88. doi:10.21861/HGG.2015.77.01.04
- Marrero, J. R. y Huete, R. (2013) La opinión pública sobre el empleo turístico en la Comunidad Valenciana. *Cuadernos de Turismo*, 32:189-206
- Mason, P., Cheyne, J. (2000) "Residents' attitudes to proposed tourism development", *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411
- Mbaiwa, J.E. (2005). Enclave tourism and its socio-economic impacts in the Okavango Delta, Botswana. *Tourism Management*, 26, 157–172.
- McCool, Stephen F., & Steven R. Martin. 1994. Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research* 32, 2: 29-34.
- McGehee, N., Anderek, K. (2004) "Factors predicting rural residents' support for tourism", *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140

- Mendoza, M., Monterrubio, J. (2012) "Actitud de la comunidad residente en Acapulco hacia los spring breakers y su comportamiento", *Revista de Análisis Turístico*, N° 13, 27-38
- Mendoza, M., Monterrubio, J., Fernández, M. (2011) "Impactos sociales del turismo en el Centro Integralmente Planeado (CIP), Bahías de Huatulco, México", *Gestión Turística* N° 15, 47-73
- Mensah, C. (2012). Residents' perception of socio-economic impacts of tourism in tafi atome, ghana. *Asian Social Science*, 8(15), 274-287. doi:10.5539/ass.v8n15p274
- Monterrubio, J. C. (2008). Residents' perception of tourism: a critical theoretical and methodological review. *CIENCIA ergo-sum*, 15(1), 35-44.
- Moreira, P y Román, C. (2013). Tourism and inequality in Gran Canaria; notes for analysis. *ROTUR: Revista de Ocio y Turismo*, 6 (1), 140-154
- Moreira, P. (2011). Percepción social del turismo en Andalucía-España. *Revista Gaudeamus, Universidad Latina de Costa Rica*. 3 (1), 133-157
- Moreira, P. (2014). Opinión pública y turismo en Gran Canaria. *II Foro Internacional de Turismo Maspalomas Costa Canaria* (pp. 429-449). Maspalomas: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Moreira, P., Martín, J.C., y Román, C. (2016). Tourism social perception in Andalucía, Málaga and Gran Canaria. *I Spring Symposium on Challenges in Sustainability Tourism Development*. Maspalomas: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Moreira, P., Martín, J.C., y Román, C. (2017). Tourism and residents in Gran Canaria. Local opinions according to labour linkage in tourism sector. *II Spring Symposium on Challenges in Sustainability Tourism Development*. Maspalomas: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Moyano, E., Rodríguez, P. y Moreira, P. (2009). Barómetro de opinión pública y turismo en Andalucía. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía. JATUCODE 2009/014
- Nawijn, J., & Mitás, O. (2012). Resident attitudes to tourism and their effect on subjective well-being: The case of Palma de Mallorca. *Journal of Travel Research*, 51(5), 531-541. doi:10.1177/0047287511426482
- Nejati, M., Mohamed, B., y Omar, S. I. (2014). Locals' perceptions towards the impacts of tourism and the importance of local engagement: A comparative study of two islands in Malaysia. *Tourism*, 62(2), 135-146.
- Nepal, S. K. (2008). Residents' attitudes to tourism in Central British Columbia, Canada. *Tourism Geographies*, 10(1), 42-65. doi:10.1080/14616680701825123
- Nicholas, L.N., Thapa, B., y Ko, Y.J. (2009). Residents' perspective of a world heritage site: The Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36, 390–412.
- Nunkoo, R., Gursoy, D. (2012) "Residents' support for tourism: an identity perspective", *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268
- Nunkoo, R., Smith, S., y Ramkissoon, M. (2013). Resident attitudes to tourism: a longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 5e25.

- Özel, Ç. H., & Kozak, N. (2017). An exploratory study of resident perceptions toward the tourism industry in Cappadocia: A social exchange theory approach. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(3), 284-300. doi:10.1080/10941665.2016.1236826
- Pappas, N. (2004) "City of Rhodes: Residents' Attitudes toward Tourism Impacts and Development", *Anatolia*, Vol.19, Nº1, 51-70
- Park, D., Nunkoo, R., y Yoon, Y. (2015). Rural residents' attitudes to tourism and the moderating effects of social capital. *Tourism Geographies*, 17(1), 112-133. doi:10.1080/14616688.2014.959993
- Pearce, P., G. Moscardo and G. Ross (1996). *Tourism Community Relationships*. Elsevier Science Ltd., Oxford.
- Petrović, M. D., Vujko, A., Gajić, T., Vuković, D. B., Radovanović, M., Jovanović, J. M., y Vuković, N. (2017). Tourism as an approach to sustainable rural development in post-socialist countries: A comparative study of Serbia and Slovenia. *Sustainability (Switzerland)*, 10(1) doi:10.3390/su10010054
- Poh, L., Jakpar, S. (2011) "An Evaluation on the Attitudes of Residents in Georgetown towards the Impacts of Tourism Development", *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 1, 264-277
- Poli, M., Da Silva, F. (2013) "Percepción de los Residentes sobre el Desarrollo del Turismo Costero en el Municipio de Garopaba - SC: una propuesta metodológica", *Turismo em Análise*, 24 (2)
- Poli, M., Torres, E. (2013) "Percepción de residentes sobre el desarrollo del turismo en un destino del litoral sur de Brasil", *Revista de Análisis Turístico*, Nº 16, 81-93
- Polonsky, M., Hall, J., Vieceli, J., Atay, L., Akdemir, A., y Marangoz, M. (2013). Using strategic philanthropy to improve heritage tourist sites on the Gallipoli peninsula, Turkey: Community perceptions of changing quality of life and of the sponsoring organization. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(3), 376-395. doi:10.1080/09669582.2012.699061
- Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., y Ramayah, T. (2015). A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. *Tourism Management Perspectives*, 16, 335-345. doi: 10.1016/j.tmp.2015.10.001
- Rastegar, H. (2010) "Tourism development and residents' attitude: a case study of Yazd, Iran", *Tourismos*, Vol. 5, Nº 2, 203-211
- Rodríguez González, P. (2007). *Los andaluces y el turismo: percepción social del turismo en Andalucía*
- Rosselló J. & Bujosa A. (2005). Determinantes de la actitud ambiental frente al turismo: una aplicación para el caso de los residentes de las Islas Baleares. *Papers de Turisme*, (37), 45-56.
- Royo, M., Ruiz, M. (2009) "Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural", *Cuadernos de Turismo*, Nº 23, 217-236
- Sharma, B., & Dyer, P. (2009). An investigation of differences in residents' perceptions on the Sunshine Coast: Tourism impacts and demographic variables. [Examen de diversas percepciones

- de résidents: Impacts du tourisme et variables démographiques] *Tourism Geographies*, 11(2), 187-213. doi:10.1080/14616680902827159
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49. doi: 10.1016/j.tourman.2013.10.007
- Sheldon, P., Abenjona, T. (2001) "Resident attitudes in a mature destination: the case of Waikiki", *Tourism Management*, N° 22(5), 435-443
- Short, J. (2009). The art of writing a review article. *Journal of Management*, 35(6), 1312-1317
- Silver, C. (2014). QDA Miner (with Wordstat and Simstat). *Journal of Mixed Methods Research*
- Simpson, K., & Bretherton, P. (2009). The impact of community attachment on host society attitudes and behaviours towards visitors. *Tourism and Hospitality, Planning and Development*, 6(3), 235-246. doi:10.1080/14790530903363431
- Sinclair G., Gursoy D., Vieregge M. (2015) "Residents' perceptions toward tourism development: A factor-cluster approach", *Journal of Destination Marketing & Management*, 4,36-45
- Smith, M., Krannich, R. (1998) "Tourism dependence and resident attitudes", *Annals of Tourism Research*, 25(4), 783-802
- Snaith, T., Haley, A. (1999) "Residents' opinions of tourism development in the historical city of York", *Tourism Management*, N° 20(5), 595-603
- Stylidis D., Biran A., Sit J., Szivas E. (2014) "Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts", *Tourism Management*, 45, 260-274
- Stylidis, D. (2016). The role of place image dimensions in residents' support for tourism development. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 129-139. doi:10.1002/jtr.2039
- Stylidis, D. (2018). Place attachment, perception of place and residents' support for tourism development. *Tourism Planning and Development*, 15(2), 188-210. doi:10.1080/21568316.2017.1318775
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., y Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274. doi: 10.1016/j.tourman.2014.05.006
- Suess, C., & Mody, M. (2016). Gaming can be sustainable too! using social representation theory to examine the moderating effects of tourism diversification on residents' tax paying behavior. *Tourism Management*, 56, 20-39. doi: 10.1016/j.tourman.2016.03.022
- Suosheng W., Chen, J. (2015) "The influence of place identity on perceived tourism impacts," *Annals of Tourism Research*, 52,16–28
- Svels, K. (2015). World heritage, tourism and community involvement: A comparative study of the high coast (Sweden) and kvarken archipelago (Finland). *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1-2), 183-201. doi:10.1080/15022250.2015.1009708
- Tatoğlu, E., Erdal, F., Özgür, H., Azaklı, S. (1998) "Resident perceptions of the impact of tourism in a Turkish resort town", *Leisure Sciences*, 745-755
- Teye, V., Sönmez, S., Sirakaya, E. (2002) "Residents' attitudes toward tourism development", *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688

- Torraco, R. J. (2005). Writing integrative literature reviews: Guidelines and examples. *Human Resource Development Review*, 4(3), 356-367
- Tosun, C. (2002) "Host perceptions of impacts: a comparative tourism study", *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253
- U. Maruyama, N., Woosnam, K. M., y Boley, B. B. (2017). Residents' attitudes toward ethnic neighborhood tourism (ENT): Perspectives of ethnicity and empowerment. *Tourism Geographies*, 19(2), 265-286. doi:10.1080/14616688.2016.1258432
- Upchurch, R., Teivane, U. (2000) "Resident perceptions of tourism development in Riga, Latvia", *Tourism Management*, N° 21(5), 499-507
- Uriely, N., Aviad, I., Reichel, A. (2003) "Religious identity and residents' attitudes toward heritage tourism development: the case of Nazareth", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol.27, No.1, 69-84
- Usher, L. E., & Kerstetter, D. (2014). Residents' perceptions of quality of life in a surf tourism destination: A case study of Las Salinas, Nicaragua. *Progress in Development Studies*, 14(4), 321-333. doi:10.1177/1464993414521525
- Uysal, M., Sirgy J., Woo E., H. Kim (2016) "Quality of life (QOL) and well-being research in tourism", *Tourism Management*, 53, 244-261
- Van Eck, N., & Waltman, L. (2009). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538
- Vareiro, L. M. C., Cristina Remoaldo, P., y Cadima Ribeiro, J. A. (2013). Residents' perceptions of tourism impacts in Guimarães (Portugal): A cluster analysis. *Current Issues in Tourism*, 16(6), 535-551. doi:10.1080/13683500.2012.707175
- Vargas A., Oom P., Da Costa J., Albino J. (2015) "Residents' attitude and level of destination development: An international comparison", *Tourism Management*, 48,199-210
- Vargas-Sánchez, A., Porras-Bueno, N., y de los Ángeles Plaza-Mejía, M. (2014). Residents' attitude to tourism and seasonality. *Journal of Travel Research*, 53(5), 581-596. doi:10.1177/0047287513506295
- Vargas-Sánchez, A., Porras-Bueno, N., Plaza-Mejía, M. (2011) "Explaining residents' attitudes to tourism: is a universal model possible?", *Annals of Tourism Research*, 38(2), 460-480
- Vázquez, A. M. B.\*, Barrera-Fernández, D., y Hernández-Escampa, M. (2017). The sociocultural impact of tourism in Benalmádena. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(1), 29-45
- Vong, L. T. (2015). The mediating role of place identity in the relationship between residents' perceptions of heritage tourism and place attachment: The Macau youth experience. *Journal of Heritage Tourism*, 10(4), 344-356. doi:10.1080/1743873X.2015.1026908
- Wang, S., & Chen, J. S. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28. doi: 10.1016/j.annals.2015.02.016
- Wang, S., & Xu, H. (2015). Influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 47, 241-250. doi: 10.1016/j.tourman.2014.10.007

- Wang, Y., & Lu, L. (2014). Community tourism support model and its application based on social exchange theory: Case studies of gateway communities of huangshan scenic area. *Dili Xuebao/Acta Geographica Sinica*, 69(10), 1557-1574. doi:10.11821/dlxb201410014
- Wang, Y., & Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93. doi:10.1177/0047287507312402
- Ward, C., & Berno, T. (2011). Beyond social exchange theory. attitudes toward tourists. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1556-1569. doi: 10.1016/j.annals.2011.02.005
- Williams, J., Lawson, R. (2001) "Community issues and resident opinions of tourism", *Annals of Tourism Research*, 27(3), 763-784
- Xu, Z., Zhang, J., Geoffrey, W., Cao, J., y Zhang, H. (2009). Research on influence of resident's place attachment on positive attitude to tourism with a mediator of development expectation: A case of core
- Yang J., Ryan C., Zhang L. (2013) "Social conflict in communities impacted by tourism", *Tourism Management*, N° 35, 82-93
- Yu, C., Cole, S. T., y Chancellor, C. (2016). Assessing community quality of life in the context of tourism development. *Applied Research in Quality of Life*, 11(1), 147-162. doi:10.1007/s11482-014-9359-6
- Yu, C., Cole, S. T., y Chancellor, C. (2018). Resident support for tourism development in rural midwestern (USA) communities: Perceived tourism impacts and community quality of life perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 10(3) doi:10.3390/su10030802
- Zamani, H., Musa, G. (2012) "The relationship between Islamic religiosity and resident perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Iran: Case studies of Sare'in and Masooleh", *Tourism Management*, N° 32(4), 802-814
- Zamani-Farahani, H., & Musa, G. (2008). Residents' attitudes and perception towards tourism development: A case study of Masooleh, Iran. *Tourism Management*, 29(6), 1233-1236. doi: 10.1016/j.tourman.2008.02.008

#### Websites

Instituto Nacional de Estadística (INE) [www.ine.es](http://www.ine.es), 07/2019

Scopus base de datos [www.scopus.com](http://www.scopus.com), 10/2018

World Tourism Organization (UNWTO) [www2.unwto.org](http://www2.unwto.org), 07/2019

### **3- LA PERCEPCIÓN SOCIAL DEL TURISMO EN GRAN CANARIA**

#### 3.1 OPINIÓN PÚBLICA Y TURISMO EN GRAN CANARIA

#### 3.2 TURISMO Y DESIGUALDAD EN GRAN CANARIA: APUNTES PARA SU ANÁLISIS

#### 3.3 A HYBRID - FUZZY SEGMENTATION ANALYSIS OF RESIDENTS' PERCEPTION TOWARDS TOURISM IN GRAN CANARIA (ANÁLISIS DE SEGMENTACIÓN HÍBRIDO - DIFUSA DE LA PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES HACIA EL TURISMO EN GRAN CANARIA)

#### 3.4 CONSIDERACIONES SOBRE LA PERCEPCIÓN SOCIAL DEL TURISMO EN GRAN CANARIA: FACTORES DETERMINANTES

## OPINIÓN PÚBLICA Y TURISMO EN GRAN CANARIA

### Resumen

Más de 15 millones y medio de turistas, más de 16 mil millones de euros de gasto turístico <sup>5</sup>, más del 35 % del PIB <sup>6</sup>, son los datos que reflejan muy someramente la importancia del turismo en las Islas Canarias para el año 2018. Concretamente nuestro caso de estudio, la isla de Gran Canaria recibió 5 turistas por habitante el pasado año (más de 4 millones y medio de turistas, siendo menos de 900 mil el número de residentes). Datos que justifican un estudio detallado sobre la percepción social del turismo: ¿qué opinan los residentes 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 claves:** Turismo, Gran Canaria, Percepción Social

## PUBLIC OPINION AND TOURISM IN GRAN CANARIA

### Abstract

More than 15 and a half million tourists, more than 16 billion € of tourism expenditure, more of the 35% GDP, are data that reflect very briefly the importance of tourism in the Canary Islands for the year 2018. Specifically, our case study, the island of Gran Canaria received 5 tourists per inhabitant last year (more than 4 and a half million tourists, being less than 900 thousand the number of residents). Data that justify a detailed study on the social perception of tourism: what do residents think about this phenomenon? So, we present a study based on a survey and semi-structured in-depth interviews. Concluding among other things that opinions and attitudes about tourism in Gran Canaria are largely conditioned by the area of residence (tourist or non-tourist), personal and/or familiar link with the tourism sector (work/have worked in tourism or not) and the Social Exchange Theory.

**Keywords:** Tourism, Gran Canaria, Social Perception

---

<sup>5</sup> Datos ISTAC, 2019

<sup>6</sup> Datos EXCELTUR, 2018

## 1. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

El objetivo general ha sido: 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.

Siendo los objetivos específicos: 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 (encuesta) y cualitativas (entrevistas) de investigación social. Considerando que la utilización de ambas técnicas favorece una mayor comprensión de los fenómenos sociales.

### 2.1 Técnicas cuantitativas

Sobre definiciones teóricas de la encuesta destacaríamos: “La encuesta es la herramienta de investigación a través de la cual se realiza un acopio de datos mediante consulta o interrogatorio a grupos de personas. En las ciencias sociales este método se encuadra dentro de las técnicas cuantitativas, basadas en la medición de variables o características de los sujetos de estudio a través de cuestionarios estandarizados y en la interpretación de los mismos mediante análisis estadísticos.” (Giner, Lamo de Espinosa, Torres, 1998: 277).

La encuesta se realizó a 504 residentes de la isla, del 6 al 29 de junio de 2012 <sup>7</sup> y el cuestionario combinó preguntas abiertas y cerradas, de una respuesta o multirrespuesta, midiendo las opiniones, la intersubjetividad y las corrientes de opinión expresadas por los encuestados. Las dimensiones del cuestionario elaborado podríamos agruparlas en tres grandes grupos.

La primer dimensión 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 su importancia para la economía del Municipio. Sobre los impactos percibidos realizamos preguntas abiertas acerca de los impactos positivos y negativos.

Además de las opiniones (o sea el discurso socialmente 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 y/o familiar con el turismo (si trabajan en el sector turístico o lo han hecho). También si se producen encuentros con los turistas y en tal caso su lugar y momento. Continuamos indagando acerca de la percepción de los residentes sobre el trato y la atención que se les da 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 grupos de turistas (turistas 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 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.

## **2.2 Técnicas cualitativas**

Sobre definiciones teóricas de la entrevista destacaríamos: “La entrevista es uno de los instrumentos más importantes y profusamente utilizados de la investigación social empírica. La finalidad de una entrevista se concibe como un medio de acceder al conocimiento de los fenómenos sociales, más que al conocimiento de comportamientos y rasgos individuales. Las entrevistas trascienden la información relativa al individuo, y sirven para mostrar fenómenos

---

<sup>7</sup> Encuesta realizada en 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. Para el cálculo del tamaño muestral se han utilizado los siguientes datos: nivel de confianza 95%, suposición más desfavorable en la distribución  $P=Q=0,5$

sociales que son explicables en un contexto más amplio. Su función dentro de una investigación sociológica es la reproducción del discurso motivacional, consciente e inconsciente, de una personalidad típica en una situación social determinada” (Giner, Lamo de Espinosa, Torres, 1998: 283).

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

*Fuente: elaboración propia*

### 3. LA PERCEPCIÓN SOCIAL DEL TURISMO (PST)

Como introducción temática destacamos los aportes de Jafari (2005) quien en términos generales señala los principales impactos positivos y negativos del turismo en la sociedad de acogida.

Impactos positivos:

- Beneficios económicos: creación de empleo, generación de divisas, infraestructuras, consumo de productos locales, desarrollo económico, efectos multiplicadores en otras actividades económicas.
- Beneficios socioculturales: mejora de la educación para el empleo, reducción de barreras socioculturales, raciales, religiosas, políticas, lingüísticas y socioculturales, mejora en la auto percepción de la cultura e identidad propias, promoción del cosmopolitismo, del patrimonio local, del entendimiento internacional.

Impactos negativos:

- Costes económicos: inflación, aumento de importaciones superfluas, estacionalidad y contribución al desempleo, desarrollo desequilibrado, dependencia exterior, destrucción de recursos naturales y contaminación.

- Costes socioculturales: contribución a barreras de comunicación, crecimiento de estereotipos y prejuicios, xenofobia, mercantilización de comunidades y culturas locales, debilitamiento de la estructura familiar, delincuencia y conflictos en las comunidades de acogida.

Teorizando más respecto de la percepción social del turismo, el investigador de la Universidad de Carolina del Sur, Harrill (2004) cita el "Irridex Model" de Doxey (1975) como modelo explicativo sobre la percepción de los residentes según las diferentes etapas del ciclo de vida del destino (Tabla 2). Esta percepción iría cambiando en la medida que el destino turístico pase por diferentes fases en su ciclo de vida como producto: desde las etapas de euforia inicial, apatía e indiferencia, molestia e incomodidad y finalmente antagonismo o incompatibilidad.

Tabla 2. "Irridex Model"

Euforia	Apatía
Los visitantes encuentran el destino sin necesidad de estrategias de marketing o publicidad. La comunidad ofrece pocos servicios turísticos y los nuevos visitantes a menudo conocen el destino emergente por el boca a boca. Son considerados como turistas algo aventureros, requiriendo pocos servicios y sofisticación.	Con el tiempo los residentes notan el crecimiento de la llegada de visitantes y algunos generan incipientes negocios. El turismo ya no es más considerado como una novedad, y la etapa de entusiasmo comienza a disminuir.
Molestia	Antagonismo
En la medida que crece el número de turistas la población comienza a sentirse molesta e incluso se generan áreas restringidas para el acceso de los visitantes. Empresarios privados y gestores públicos comienzan a desarrollar más atracciones turísticas e infraestructuras para aumentar los flujos turísticos. Empresarios de fuera del destino se interesan por instalar negocios en la localidad.	En esta etapa el destino se ha convertido en un destino turístico de masas, generándose el antagonismo entre turistas y residentes. Los locales ya no reciben favorablemente a los turistas y generan estereotipos negativos de los mismos. Pero el destino ya está basado económicamente en el sector turístico y resta el declive o los planes de marketing y desarrollo para un reposicionamiento positivo.

Fuente: elaboración propia en base a Harrill (2004) citando a Doxey (1975)

A su vez Harrill reseña una serie de tipologías de residentes según los diferentes sentimientos de aceptación o rechazo hacia el turismo, según Davis et al. (1988) Tabla 3. Tipologías las cuales abarcan desde quienes odian al turismo, quienes lo aman, los románticos cautos, los intermedios y quienes aman el turismo por un motivo o razón.

Tabla 3. Tipologías de residentes según sentimientos hacia el turismo

Odian el turismo	Aman el turismo	Románticos cautos	Intermedios	Aman por un motivo o razón
Tienen opiniones muy negativas sobre el turismo y los turistas.	Tienen puntos de vista extremadamente positivos hacia el turismo.	Reconocen los impactos positivos pero son críticos con el crecimiento masificado.	Tienen opiniones moderadas tanto de los impactos positivos como del crecimiento turístico.	Aprueban el turismo en la medida que crea empleo y ofrece facilidades recreacionales a los residentes.

Fuente: elaboración propia en base a Harrill (2004) citando a Davis et al. (1988)

La Teoría del Intercambio Social (Morales 1978) es la teoría explicativa más frecuentemente utilizada en los estudios sobre la percepción social del turismo: basada en un intercambio racional de beneficios mutuos entre los grupos sociales. En la medida que los grupos e individuos implicados no tengan frustraciones ni sean desfavorecidos en tal intercambio, la relación perduraría sin conflictos.

Los autores que explican la percepción social del turismo a través de esta teoría (Rasoolimanesh, Jaafar, Kock, y Ramayah 2015, Wang y Lu 2014, Nunkoo y Gursoy 2012, Ward y Berno 2011, Wang y Pfister 2008, Andereck, Valentine, Knopf, y Vogt 2005, Mc Gehee y Andereck 2004, Ap 1992) consideran que tal reciprocidad es un factor esencial para la continuidad de esa relación de mutua interdependencia. La racionalidad en la relación de mutuo beneficio entre “anfitriones e invitados”, “turistas y residentes” debe sucederse de mutua conformidad.

En ese caso los impactos positivos del turismo en la población residente (generación de empleo, mantenimiento de infraestructuras, mayor oferta de ocio, ambiente más cosmopolita) serían los que prevalezcan frente a los impactos negativos (masificación, encarecimiento de precios de bienes y servicios, segregación espacial, conflictos, contaminación).

Inciendo en las referencias teóricas que hemos utilizado para la realización de las principales preguntas del cuestionario (Tabla 4) detallamos primeramente la pregunta 1: “¿Cuáles son las actividades económicas más importantes en la economía de Gran Canaria?”. Siendo la escala de respuesta nominal y de 3 opciones (multirrespuesta) detallando la primera, la segunda y la tercera actividad económica más importantes de la isla.

Mientras que la pregunta 2 la hemos formulado como: “¿Cuál es su interés por los temas relacionados con el turismo en Gran Canaria?” con una escala de respuesta Likert de 4 opciones (de mucho a nada de interés).

Para formular este bloque conceptual nos hemos basado en las aportaciones teóricas de los siguientes autores. Tomamos la experiencia de Andriotis et al. (2003) sobre el estudio en cuatro localidades urbanas de Creta, quien ha logrado a través de la aplicación de la Teoría del Intercambio Social y de la Teoría de las Representaciones Sociales formar 3 grupos de encuestados: “Defensores” del turismo, “Social” los preocupados por el medio ambiente y los “Escépticos económicos” con menor interés por el crecimiento económico. Concluyendo que las representaciones sociales condicionan las actitudes de los residentes hacia el turismo. También tomamos los aportes de Fredline et al. (2000) quienes realizaron una comparación de tres casos de estudio (turismo de eventos en Australia) interpretándolos desde la Teoría de las Representaciones Sociales la cual parte de juicios y principios generales compartidos por la sociedad basados en el sentido común, siendo prácticos, simples y en permanente evolución. En ese estudio se generó una segmentación de 5 grupos de residentes: en una escala desde quienes “aman” a quienes “odian” los eventos. Inciando en que ese tipo de análisis tiene la ventaja de estudiar a través de las redes sociales y comunicacionales la estructura subyacente de la comunidad, las reacciones al turismo y a los eventos.

Comentando otra de las preguntas más relevantes del cuestionario, detallamos la pregunta 4: “¿Qué importancia tiene el turismo para la economía de su Municipio?”: midiendo la respuesta en una escala Likert de 4 opciones (desde muy importante a nada importante).

En el caso de los sentimientos de pertenencia a una comunidad y su relación con la importancia que se le otorga al turismo hemos recurrido también a la Teoría del Apego Comunitario, denominada “Community Attachment Theory”. Sobre la cual Lee et al. (2010) comparando dos localidades rurales de juego en Colorado EEUU concluye que los residentes con un mayor apego comunitario perciben los beneficios del turismo de forma más positiva otorgando un mayor apoyo al desarrollo turístico. Aunque esta conclusión es opuesta a las de otros estudios los cuales mantienen una relación inversa por parte de los residentes, probablemente en este caso de Colorado influye la fase tan incipiente en el ciclo de vida del destino. Algunos de los autores que han llegado a conclusiones opuestas son Mc Cool et al. (1994) en el estudio basado en el Estado de Montana (EEUU) y Um et al. (1987) en su estudio sobre la localidad de New Braunfels, Texas (EEUU) quienes plantean que a mayor apego comunitario, mayor es el rechazo al desarrollo turístico. Por otra parte, Simpson et al. (2009) en su estudio de tres ciudades pequeñas de tres países (Buxton en Reino Unido, Waterford en Irlanda, y Whangarei en Nueva Zelanda) plantean que los aspectos positivos de la calidad de vida y de la vida comunitaria influyen positivamente en los comentarios de apoyo al sector turístico.

La otra teoría que hemos considerado para realizar esta pregunta ha sido la teoría más representativa y más citada en los estudios sobre la percepción social del turismo: la Teoría del Intercambio Social (“Social Exchange Theory”) basada en un intercambio no explícito de “costes y beneficios” entre turistas y residentes. Al respecto de la misma Ward et al. (2011) en su estudio sobre Fiji y Nueva Zelanda si bien destacan su importancia, también la critican por su escasa sofisticación teórica. Haciendo hincapié en que el contacto y el intercambio cultural con los turistas predisponen a los residentes a percibir menos impactos negativos en el destino. Poh et al. (2011) en el caso publicado sobre el turismo en Georgetown, Malasia destacan la utilidad de esta teoría, incidiendo en la relación entre el beneficio personal obtenido por la actividad turística y la percepción general positiva de los impactos en la comunidad de acogida. En el caso del Parque Nacional británico de South Downs, Burns et al. (2011) perciben actitudes favorables hacia el turismo, aunque son residentes con poca experiencia turística ya que se trata de un micro destino emergente donde aún no estaban del todo bien delimitadas las áreas turísticas del parque, por lo que los resultados son en cierta forma ambivalentes o no concluyentes. Wang et al. (2008) en su estudio de una pequeña comunidad rural de Carolina del Norte - EEUU (Washington) donde el turismo también está en su fase inicial señalan que las opiniones de los residentes son claramente positivas más allá de los beneficios económicos que se pudiesen generar en un futuro. Sobre la influencia del tiempo y su relación con las fases del ciclo de vida del destino, en un estudio longitudinal Lee et al. (2006) analizan los impactos percibidos durante 4 años. Demostrando que la población local de ambos destinos estudiados (Colorado en EEUU y Gangwon en Corea del Sur) tenían opiniones diferentes ya sea antes o después de la

implantación de un Casino. En consonancia con la Teoría del Intercambio Social, el beneficio económico generado con la puesta en marcha del Casino ha derivado en mayores opiniones a favor. Cabe destacar por otra parte que antes de su inauguración la principal preocupación tenía que ver con los posibles impactos sociales negativos. Con el tiempo, tanto las opiniones positivas como las negativas se fueron moderando y estabilizando. Aplicando la misma teoría, Andereck et al. (2005) y en una encuesta en Arizona (EEUU) concluyen que quienes perciben más impactos positivos son los encuestados que consideran importante el turismo para el crecimiento económico, se benefician de él y trabajan en ese sector. Destacando además que los residentes que recibían mayores beneficios eran a su vez quienes más impactos positivos percibían en el destino. Entre los impactos negativos subrayaron los atascos de tráfico, la masificación, la delincuencia y la generación de basura. Mc Gehee et al. (2004) sobre los factores predictores de las actitudes hacia el turismo en una docena de localidades en Arizona concluyeron que la dependencia individual en ese sector es uno de los predictores de mayor peso. Además de la influencia especial sobre las opiniones, de dos variables de peso: la edad y el tiempo de residencia en el destino, especialmente, el hecho de ser nativo. Estos últimos son quienes más reconocen en el turismo una actividad estratégica de crecimiento para las zonas rurales.

Tabla 4. Principales preguntas y referencias

Autores	Paradigmas teóricos	Pregunta y escala de medición
Andriotis, K. & Vaughan, R. (2003), Fredline & Faulkner (2000)	Social Representations Theory	<p>P1- ¿Cuáles son las actividades económicas más importantes en la economía de Gran Canaria? Escala Nominal, pregunta multirrespuesta de 3 opciones.</p> <p>P2- ¿Cuál es su interés por los temas relacionados con el turismo en Gran Canaria? Escala Likert de 4 opciones: Mucho ... Nada.</p>
Lee, C., Kang, S., & Reisinger, Y. (2010), Simpson, K., & Bretherton, P. (2009), Mc Cool, Stephen F., & Steven R. Martin (1994), Um Seoho, & Crompton. John L (1987)	Community Attachment Theory	<p>P4- ¿Qué importancia tiene el turismo para la economía de su Municipio? Escala Likert de 4 opciones: Muy importante ... Nada importante</p>
Ward, C., & Berno, T. (2011), Poh, L. & Jakpar, S. (2011), Burns, P. M., & Fridman, D. (2011), Wang, Y. & Pfister, R. (2008), Lee, C. & Back, K. (2006), Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R. & Vogt, C. (2005), Mc Gehee, N. & Andereck, K. (2004)	Social Exchange Theory	

Fuente: elaboración propia

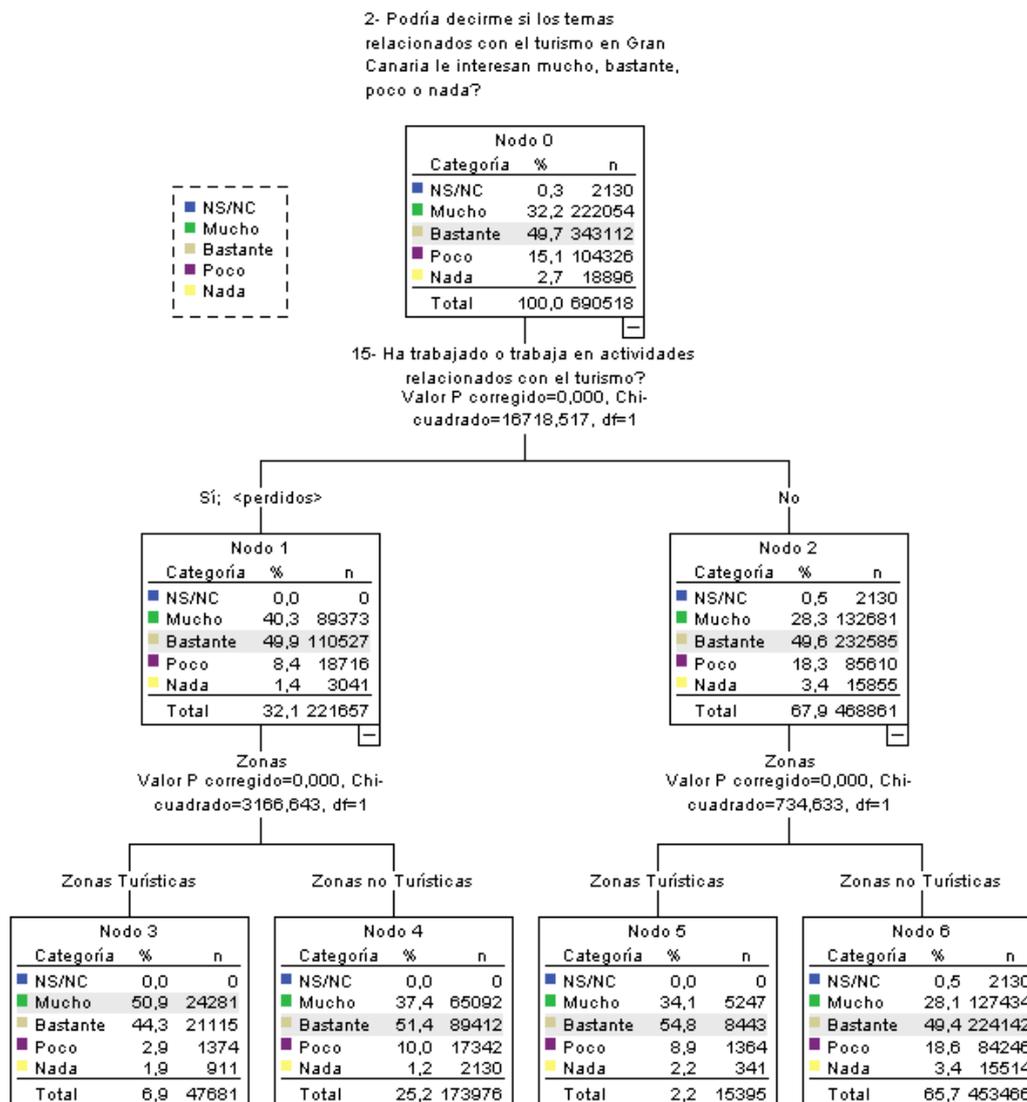
## 4. RESULTADOS

### 4.1 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 primera 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 por el turismo. 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, observamos 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 observamos 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 (Figura 1). Para casi 8 de cada 10 encuestados el turismo es muy y bastante importante para la economía del Municipio de residencia. Casi la totalidad 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 (GC).

Figura 1. “Interés hacia el turismo” y principales variables intervinientes

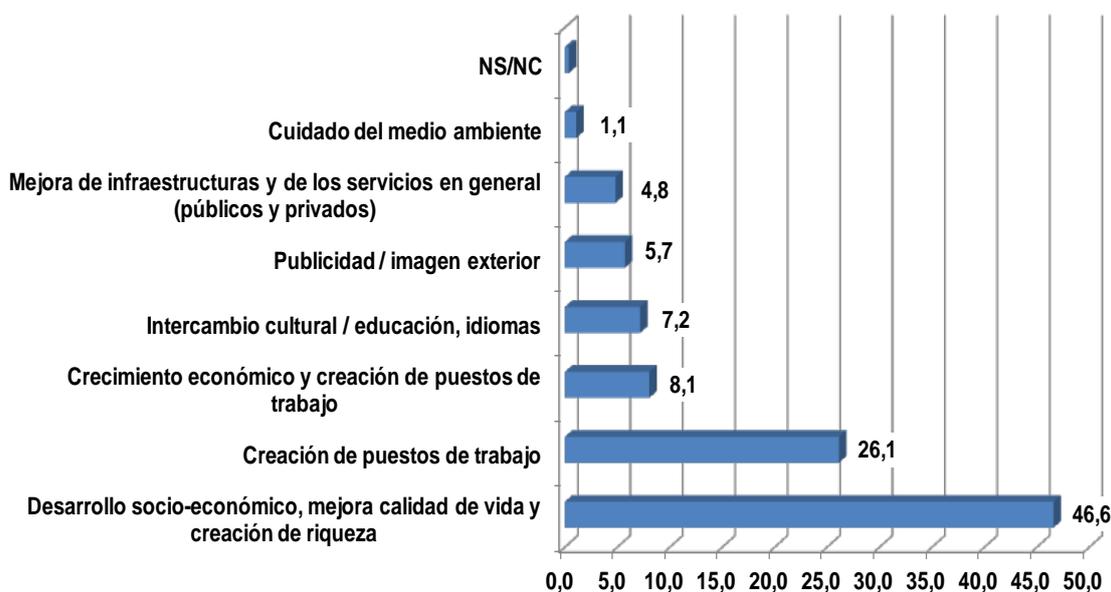


Fuente: elaboración propia en base a datos de la encuesta PST en GC

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 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 encuestados han optado por esa respuesta. De todas formas también es considerable 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) 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 residentes 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. Aunque 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.

Gráfico 2. Impactos negativos del turismo en la isla



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

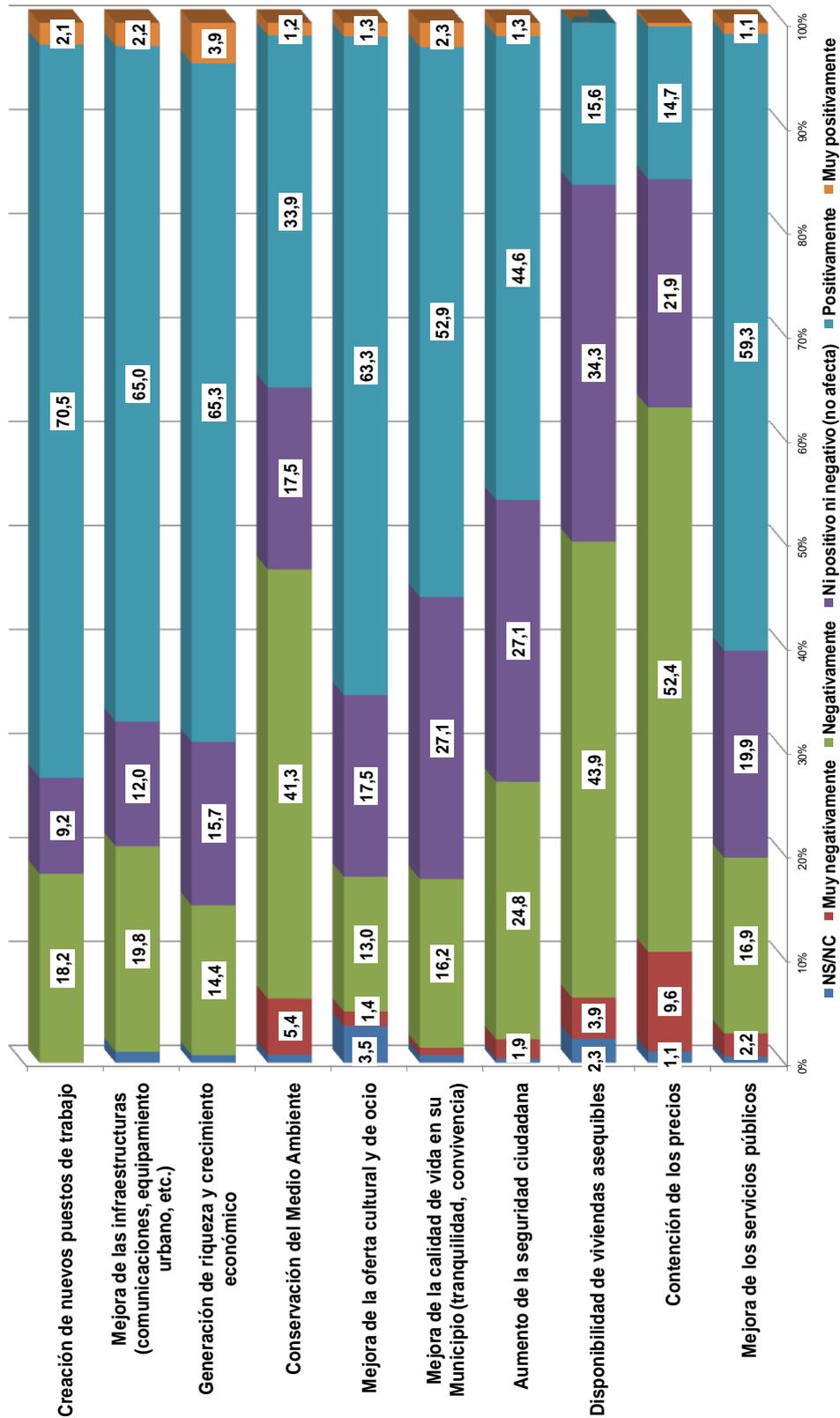
Las respuestas sobre otras consecuencias y efectos del turismo (Gráfico 3) han sido:

- 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 (Tabla 5) observamos que se generan tres grandes componentes: uno que podríamos denominar “efectos positivos” (creación de nuevos puestos de trabajo, generación de riqueza y crecimiento económico, mejora de las infraestructuras). Otro componente como “otros efectos” (mejora de la oferta cultural y de ocio, conservación del medio ambiente, mejora de los servicios públicos, mejora de la calidad de vida en el Municipio, aumento de la seguridad ciudadana). Y el tercero como “efectos negativos” (contención de los precios, disponibilidad de viviendas asequibles). En el primer grupo destaca como el más representativo la creación de nuevos puestos de trabajo. 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.

Tabla 5. Componentes principales

Matriz de componentes factoriales rotados				Componente	% de la varianza explicado por la dimensión
			1		
<b>Dimensión 1: Efectos positivos</b>					<b>21,9%</b>
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
<b>Dimensión 2: Otros efectos</b>					<b>21,4%</b>
Mejora de la oferta cultural y de ocio			,186	,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	,599	,111
Aumento de la seguridad ciudadana			,258	,537	,250
<b>Dimensión 3: Efectos negativos</b>					<b>15,9%</b>
Contención de los precios			,134	,116	,855
Disponibilidad de viviendas asequibles			,058	,224	,844

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

Seguidamente 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 a 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%.

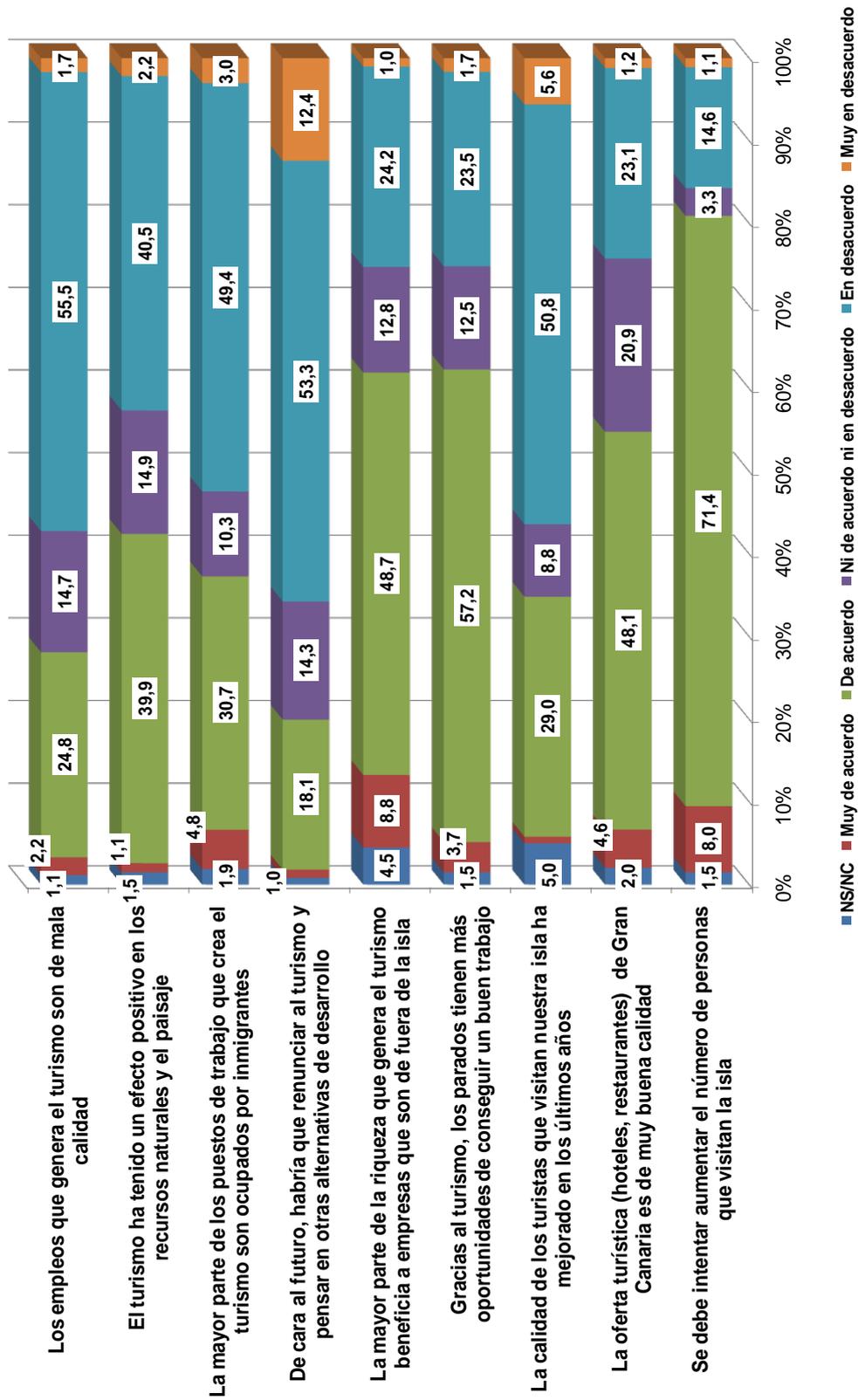
Sobre estas afirmaciones cabe destacar la división de opiniones que hay sobre los efectos positivos del turismo en los recursos naturales y el paisaje, por otra parte, la unanimidad mayor se da en la necesidad de aumentar el número de personas que visitan la isla. Cabría analizar en futuros estudios la relación entre la crisis económica 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 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. Concluimos por lo tanto que dicha teoría 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" se da 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 lo cual revela un amplio margen de tolerancia en el umbral de la capacidad de carga. Y las mayores discrepancias generales en que habría que renunciar al turismo y pensar en otras alternativas de desarrollo. Por lo tanto los residentes están conformes con el perfil netamente turístico de la región deseando además recibir 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 técnica cuantitativa de 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 y 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

Sobre la importancia del turismo en la isla, destacamos a continuación las valoraciones de las entrevistas en profundidad. 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 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 grancanario, 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 grancanarios tengan una mayor concienciación turística ya que viven del turismo, pero no lo asumirían 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 y las visiones parciales, destacando la necesidad de que los sectores productivos logren acuerdos para llegar a consensos y mejorar el sector turístico. Señalan que muchas personas opinan respecto en los medios sin tener la formación necesaria como para hacerlo y generando corrientes de opinión erróneas: se debería respetar más y oír más a la gente que está preparada, formada, especializada y con experiencia laboral y formativa en turismo.

## 4.2 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 residen como el Municipio donde pasan las vacaciones. También y como era previsible 9 de cada 10 residentes en zonas turísticas se encuentran con 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, ni 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. 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 directa y arbitraria. Especialmente 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.

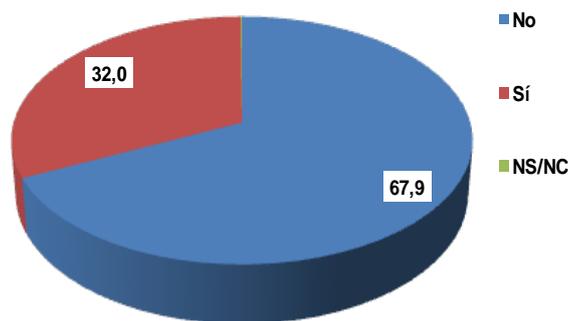
Sobre las preferencias hacia determinados grupos de turistas, observamos que la gran mayoría (más de la mitad) no tiene ninguna preferencia específica por ningún tipo de turista. Pero quienes declaran algún tipo de preferencia, lo hacen por las familias tradicionales (23,1%). Le siguen en orden de importancia: jubilados y pensionistas, gays, y 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 explicar que si bien los turistas lógicamente pueden pertenecer a varios de los grupos mencionados (ya que no son categorías excluyentes: jubilados, deportistas, gays, etc.) el proceso de socialización implica entre otras cosas, agrupar subjetiva y

arbitrariamente a las personas en determinados grupos de referencia o pertenencia y esa es la subjetividad 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 aportan un valor agregado vinculado al intercambio cultural, lo que en este aspecto también nos confirma la H3. Siendo lo más valorado en relación con los turistas españoles 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%).

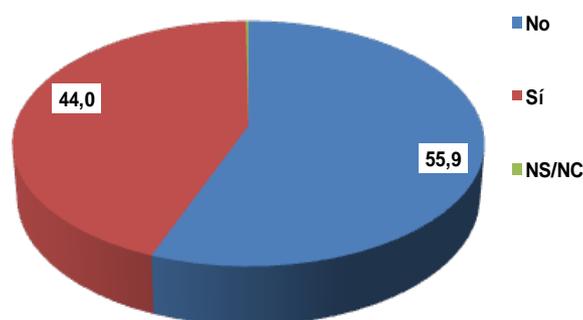
Sobre la vinculación personal con el turismo, la mayoría no trabaja ni ha trabajado en turismo (67,9%) pero es muy destacable que 3 de cada 10 encuestados si lo ha hecho o lo hace (32%): porcentaje que coincide con los datos oficiales sobre el peso del turismo en el PIB canario y en los empleos directos. Y 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 medida el alto interés por el turismo.

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” 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, realizar 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).

Si bien todas las opiniones son importantes resultan de gran interés las opiniones del grupo de encuestados que tienen o han tenido vinculación laboral con el turismo. Conocen el sector desde dentro y en gran medida muchos de ellos residen en Municipios turísticos, donde el impacto del sector es lógicamente más notable. Incidiendo en el estudio de este colectivo observamos que de entre quienes trabajan o han trabajado en turismo en Gran Canaria, casi 8 de cada 10 considera a este sector como el de mayor importancia en la economía de la isla. Pero entre quienes no tienen vinculación laboral con el turismo este dato es elevado también: 7 de cada 10 encuestados. La vinculación laboral con el sector es determinante en el interés que genera: a 9 de cada 10 encuestados con vinculación laboral les interesa mucho y bastante, siendo 8 de cada 10 entre quienes no la tienen. De todas formas concluimos que para ambos grupos está claro el interés que el turismo genera como sector clave de la isla.

Aunque quienes tienen o han tenido vinculación laboral con el sector son más conscientes de la importancia y del peso del turismo en Gran Canaria, son a su vez quienes más opiniones críticas tienen respecto de este fenómeno. Consideran un impacto positivo la mejora de las infraestructuras pero en menor medida que el grupo sin vinculación laboral (61% frente al 67%). Valoraciones muy positivas y muy similares porcentajes se dan en relación a la opinión sobre generación de riqueza y crecimiento económico aunque la valoración negativa duplica al sector sin vinculación laboral (22% frente al 11%) Gráfico 7.

Donde no hay mayores diferencias es en la opinión sobre el impacto del turismo en el medio ambiente: si bien en mayor porcentaje la valoración es negativa, cabría esperar que si hubiera un impacto tan visiblemente negativo, quienes trabajan en el sector lo percibieran en mayor medida. Preguntado el efecto positivo del turismo en los recursos naturales y el paisaje, casi la mitad de quienes tienen o han tenido relación laboral con el turismo sí considera un efecto positivo (10% más que quienes no trabajan en turismo). Cabe destacar que Canarias es uno de los territorios más protegidos ambientalmente de España, contando Gran Canaria con casi la mitad de su territorio con alguna figura de protección ambiental.

Porcentajes muy positivos y muy similares (por encima del 60%) es el impacto sobre la mejora de la oferta cultural y de ocio y por encima al 50% sobre la mejora de la calidad de vida en el Municipio. La mejora de los servicios públicos también es más notable para quienes tienen vinculación laboral con el turismo. En ambos grupos las valoraciones visiblemente más negativas se dan al preguntar sobre la contención de los precios y la disponibilidad de viviendas accesibles: de todas formas el sector con vinculación laboral es aún algo más crítico respecto de ambas

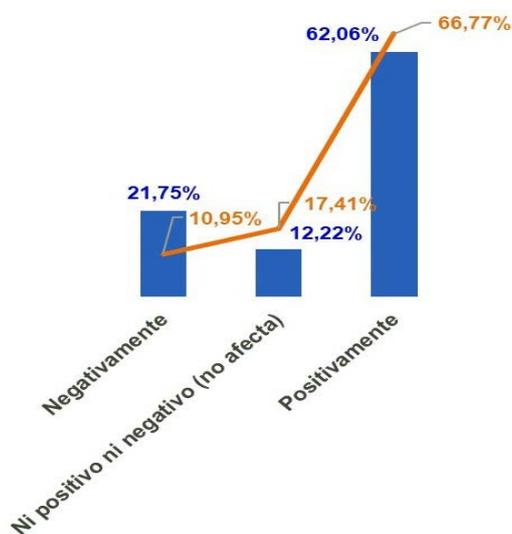
cuestiones. Por otra parte la mejora de la seguridad ciudadana es mayormente percibida en el grupo con vinculación laboral.

Si bien la mayoría no considera que el turismo genere empleos de mala calidad (fenómeno más frecuente en destinos con alta estacionalidad) el grupo con vinculación laboral es considerablemente más crítico al respecto. Son a su vez quienes notoriamente más perciben la presencia de trabajadores inmigrantes en el sector y más consideran que gracias al turismo los parados tienen más oportunidades de conseguir un buen trabajo. A su vez es este grupo quienes más opinan que no hay que renunciar al turismo para pensar en otras alternativas de desarrollo y más consideran que la mayor parte de la riqueza que genera el turismo beneficia a empresas de fuera de la isla. Mayormente no consideran que en los últimos años la calidad de los turistas ha mejorado (coincidiendo con el auge de las compañías áreas de low cost y con el régimen del all inclusive en los hoteles). Por otra parte, es notorio que en ambos grupos 8 de cada 10 encuestados opinan que se debe aumentar el número de turistas que visita la isla (Gráfico 8): por lo que los residentes no percibirían una fuerte presión en la capacidad de carga del territorio.

En términos generales el grupo de los trabajadores o ex trabajadores en turismo son quienes más perciben que gracias al turismo se da una mejora en el desarrollo socio-económico, mejora de la calidad de vida, creación de riqueza y de puestos de trabajo y son quienes más perciben ninguna consecuencia negativa del turismo.

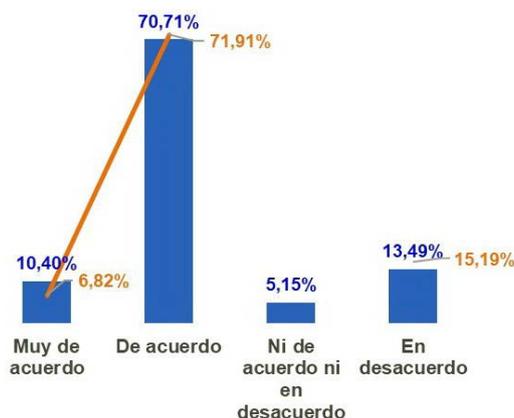
Respecto de las consecuencias negativas percibidas la opción que más destaca en ambos grupos es “ninguna consecuencia negativa”. Aunque el 18% del grupo con vinculación laboral percibe deterioro ambiental (frente al 30% del grupo sin vinculación laboral). Al igual que lo comentado anteriormente al preguntar sobre los impactos en el medio ambiente, llama la atención que esta opinión es considerablemente más negativa entre quienes no trabajan ni han trabajado en turismo, lo que nos hace reflexionar sobre el grado de solidez o no de esa corriente de opinión.

Gráfico 7. **Generación de riqueza y crecimiento económico**



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

Gráfico 8. **Se debe aumentar el número de turistas que visitan la isla**



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

■ Trabaja o ha trabajado en actividades turísticas  
 ■ No trabaja ni ha trabajado en actividades turísticas

Considerando las opiniones de las entrevistas en profundidad 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, como 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 entrevistas que la mayor parte de los turistas se comportan correctamente, siendo en general del nivel socioeconómico medio: aunque debido a los paquetes más masificados del todo incluido, se estaría captando más a un 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)

### 4.3 Percepciones 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 ya que 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 de 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 y difusión y pensando más bien únicamente en el litoral urbanizado y no en la superficie total. La mayoría está de 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 IGIC<sup>8</sup> 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%).
- 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 sería 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 considerar las entrevistas cualitativas en profundidad, y respecto de la situación turística, destaca 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.

---

<sup>8</sup> Impuesto General Indirecto Canario (IGIC)

Señalan la preocupación del aumento del gasto en origen y del descenso en destino: considerando la necesidad de tener touroperadores 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 ofrecerles 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)

Destacan los entrevistados 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 les 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)

Afirmando que muchos sólo 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 que ante al gran aumento de turistas consideran necesarias las mejoras en las condiciones laborales. Consideran en cierta forma que 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 para participar 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 estaría generando desigualdades en el acceso por parte de los empresarios a oportunidades de negocio y de generación de empleo: “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)

## 5. 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 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. 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 (aunque también y sin que resulte contradictorio son los más críticos sobre la situación) 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: esta teoría explica en gran medida las opiniones sobre las ventajas y desventajas del turismo en la sociedad de acogida.

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 los impactos negativos es considerablemente 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 en general una opinión más favorable sobre el turismo y los turistas.

Según la tipología de residentes de Davis (citado en Harrill 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 la crisis económica 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 y complejidad del turismo y sus subsistemas: 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.

## 6. REFERENCIAS

Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R., Vogt, C. (2005) "Residents' perceptions of community tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076

Andriotis, K., Vaughan, R. (2003). "Urban residents' attitudes toward tourism development: the case of Crete". *Journal of Travel Research*, 42(2), 172-185

Ap, J. (1992), "Residents perceptions on tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, 19 (4), 665-690

Burns, P. M., & Fridman, D. (2011). Actors' perceptions of the newly designated south downs national park: Social exchange theory and framework analysis approach. *Tourism Planning and Development*, 8(4), 447-465. doi:10.1080/21568316.2011.628808

Davis, Duane, Jeff Allen, and Robert M. Cosenza. 1988. Segmenting local residents by their attitudes

Doxey, G. (1975). "A Causation Theory of Visitor-resident Irritants: Methodology and Research Inferences", *Travel and Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceedings*. TTRA, San Diego.

Fredline, E., Faulkner, B. (2000) "Host community reactions. A Cluster Analysis", *Annals of Tourism Research*, Vol. 27 (3), 763-784

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*, Nº18, 250-266.

Jafar, J. (2005), "El turismo como disciplina científica", *Política y sociedad*, Vol. 42, Nº1, 39-56.

Lee, C., Back, K. (2006). "Examining structural relationships among perceived impact, benefit and support for casino development based on 4-year longitudinal data", *Tourism Management*, Nº27(3), 466-480

Lee, C., Kang, S., & Reisinger, Y. (2010). Community attachment in two rural gaming communities: Comparisons between Colorado gaming communities, USA and gangwon gaming communities, South Korea. *Tourism Geographies*, 12(1), 140-168. doi:10.1080/14616680903493688

Mc Cool, Stephen F. & Steven R. Martin. 1994. Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research* 32, 2: 29-34.

Mc Gehee, N., Anderek, K. (2004). "Factors predicting rural residents' support for tourism", *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140

Morales, J. (1978), "La teoría del intercambio social desde la perspectiva de Blau", Revista Española de Investigaciones Sociales, Nº4, 129-146.

Nunkoo, R., Gursoy, D. (2012) "Residents' support for tourism: an identity perspective", Annals of Tourism Research, 39(1), 243-268

Poh, L., Jakpar, S. (2011). "An Evaluation on the Attitudes of Residents in Georgetown towards the Impacts of Tourism Development", International Journal of Business and Social Science, Vol. 2 No. 1, 264-277

Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., y Ramayah, T. (2015). A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. Tourism Management Perspectives, 16, 335-345. doi: 10.1016/j.tmp.2015.10.001

Simpson, K., & Bretherton, P. (2009) The impact of community attachment on host society attitudes and behaviours towards visitors. Tourism and Hospitality, Planning and Development, 6(3), 235-246. doi:10.1080/14790530903363431

Um Seoho & Crompton John L. 1987. Measuring resident's attachment levels in a host community. Journal of Travel Research 26, 1: 27- 29

Wang, Y., & Lu, L. (2014). Community tourism support model and its application based on social exchange theory: Case studies of gateway communities of huangshan scenic area. Dili Xuebao/Acta Geographica Sinica, 69(10), 1557-1574. doi:10.11821/dlxb201410014

Wang, Y., & Pfister, R. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. Journal of Travel Research, 47(1), 84-93. doi:10.1177/0047287507312402

Ward, C., & Berno, T. (2011). Beyond social exchange theory. attitudes toward tourists. Annals of Tourism Research, 38(4), 1556-1569. doi: 10.1016/j.annals.2011.02.005

Websites (accesos 2019)

Alianza para la Excelencia Turística (EXCELTUR) [www.exceltur.org](http://www.exceltur.org)

Instituto de Estadística de Canarias (ISTAC) [www.istac.es](http://www.istac.es)

Instituto de Estudios Turísticos (IET) [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)

Instituto Nacional de Estadística (INE) [www.ine.es](http://www.ine.es)

## TURISMO Y DESIGUALDAD EN GRAN CANARIA: APUNTES PARA SU ANÁLISIS

### Resumen

Gran Canaria tiene uno de los porcentajes turista/habitante más altos de España: analizamos las percepciones de los residentes al respecto de este fenómeno, haciendo hincapié en la percepción sobre la desigualdad en el reparto de los beneficios generados por el turismo en la sociedad. El periodo de estudio abarca tres años (2009-2012) período en el que el turismo extranjero creció muy significativamente en Canarias (2 millones más de turistas) sucediéndose simultáneamente la paradoja de un considerable crecimiento del paro y el riesgo de pobreza y exclusión social en el destino.

**Palabras clave:** Gran Canaria, Percepción Social del Turismo, Desigualdad

## TOURISM AND INEQUALITY IN GRAN CANARIA: NOTES FOR ANALYSIS

### Abstract

Gran Canaria has one of the tourist/inhabitant highest percentages in Spain: we analyze the perceptions of residents regarding this phenomenon, emphasizing the perception of inequality in the distribution of benefits from tourism in society. The study period covers three years (2009-2012) period in which foreign tourism grew significantly in the Canary Islands (2 million more tourists) happening simultaneously the paradox of a considerable growth of the unemployment and the risk of poverty and social exclusion at destination.

**Keywords:** Gran Canaria, Tourism Social Perception, Inequality

## 1. EL CONCEPTO DE DESIGUALDAD

Tezanos (2005) señala que la especie humana es la única especie desigual: con parámetros y estructuras de desigualdad social, y que luego de satisfacer sus necesidades, acumula los excedentes impidiendo a otros cubrir las suyas. Hoy día habría un nuevo sistema de estratificación social emergente de una gran complejidad de sistemas y de desigualdad organizada. Surgiendo nuevas formas de desigualdad y brechas entre grupos sociales. Estaríamos ante la emergencia de un nuevo tipo social ya no sólo podríamos definirla como una sociedad industrial o postindustrial, sino una sociedad en donde aumenta el factor económico de la riqueza y disminuye el factor del trabajo, algo así como “el fin del trabajo”. Considera este autor que el aspecto central de la estratificación social en nuestras sociedades radica en que es algo

que todos nos hemos acostumbrado a ver y que sólo remueve la conciencia social cuando las desigualdades, la exclusión y las carencias son realmente notorias y graves.

La estratificación de las posiciones de poder y prestigio no son una lógica natural primaria relacionada con aspectos destacables o a cualidades individuales, sino que están relacionadas con la forma en que se han desarrollado diferentes tipos de organización y formas de cooperación para satisfacer las necesidades vitales. O sea, las desigualdades humanas son desigualdades sociales y todas las sociedades hasta el momento han sido organizaciones desigualitarias en las que ha habido diferentes formas de dependencia social, política y desiguales repartos de los recursos y las riquezas. Habitualmente esas desigualdades se han ido justificando por motivos de inercia y para estimular determinadas funciones y tareas útiles para la sociedad.

En definitiva, la desigualdad es el resultado de un proceso social en función del satisfacer las necesidades vitales. A su vez la desigualdad no es sólo un fenómeno social, también es histórico y cultural. Las influencias culturales han ido conformando las formas de organización social y explican los diferentes modelos de estratificación. La exclusión puede definirse en términos de lo que se ha excluido del nivel de vida, de inserción laboral, de un sistema de vida moderno, civilizado y avanzado, de aspectos que fueron alcanzados en los países desarrollados occidentales en el marco del Estado de bienestar a través de un grupo de derechos de carácter político, laboral, económico y social. La tendencia es hacia la generación asimétrica de diferentes tipos de conflictos sociales, de nuevos focos potenciales de conflicto. La precariedad del empleo y el paro se vislumbran como factores desestabilizadores básicos. Las identidades directas de clase y de conciencia de clase tienden a evolucionar en un sentido de mayor inespecificidad, de escaso contenido ideológico, político y actitudinal.

En un marco de creciente desigualdad, de crecimiento de la pobreza y exclusión, de emigración, de paro, de profundización de las diferencias y de la brecha entre clases sociales y de gran impacto general de la crisis en la isla (período 2009-2012) comentaremos los aspectos que demuestran que, a pesar del crecimiento turístico y de que este sector se perciba como la alternativa de crecimiento en Gran Canaria, los beneficios percibidos son o bien insuficientes o bien desiguales.

## **2. EL TURISMO EN GRAN CANARIA Y LA DESIGUALDAD**

El turismo en las Islas Canarias significa más del 35% del PIB y genera un porcentaje similar de empleos directos (EXCELTUR 2018). Lo que ilustra la importancia del turismo en la sociedad y economía canarias y en la de Gran Canaria en particular. Está demostrado que una buena gestión del mismo permite beneficios para toda la sociedad y en todos sus sistemas: económico, social y cultural (Álvarez Sousa 2005, Harriil 2004). Durante el período estudiado (2009-2012) gran parte del aumento del número de turistas a Canarias se debió en gran medida a motivos exógenos: tales como el cambio de destino de los turistas por los problemas y revueltas en algunos de los principales destinos competidores (Egipto y Túnez principalmente). Así como a la recuperación económica de algunos de los principales países emisores, como Reino Unido

y Alemania. Por lo que nos preguntamos si el crecimiento turístico durante esos años era coyuntural o si se trataba de un crecimiento económico sostenible, sustentable en el tiempo y qué tipo de desarrollo generaba. De hecho, en la actualidad la llegada de turistas ha descendido en 2018 respecto a 2017: en Canarias el descenso fue de 415.719 turistas y en Gran Canaria de 77.747 turistas (Patronato de Turismo de Gran Canaria 2019). Creciendo a su vez el paro: todo indica que el empleo es el último factor que se recupera luego de una crisis económica y el primer factor en sufrir los efectos de las crisis.

La población grancanaria asistió a la paradoja de récords históricos de llegada de turistas y a su vez récords históricos de tasas de paro, de riesgo de pobreza y de emigración de canarios por motivos de la profunda crisis económica durante el período estudiado (2009-2012). La conjunción de la crisis española y la crisis generada por el parón de la construcción llevó entre otras cosas al archipiélago a ser la región española con más paro registrado y con las mayores tasas de pobreza y exclusión social. Los datos señalan que en Canarias durante ese período de tres años el número de turistas extranjeros aumentó en casi dos millones, aumentando a su vez el gasto medio en origen, pero en detrimento del gasto en destino (Tabla 1 y Gráfico 1).

Tabla 1. **Gasto turístico medio por turista y día en Canarias según origen o destino**

	Gasto medio total por turista y día	Gasto medio en origen por turista y día	Gasto medio en Canarias por turista y día
2012	125,2	88,0	37,2
2011	119,2	82,2	36,9
2010	117,7	80,0	37,7
2009	111,7	74,0	37,7
2008	110,2	70,8	39,5
2007	108,3	67,8	40,5
2006	106,0	66,0	40,0

*Fuente: Elaboración propia en base a datos ISTAC, 2013*

Coincidiendo con ese período de gran crecimiento turístico en Canarias, la tasa de paro aumentó del 26,2% en 2009 al 33,0% en 2012. Y la tasa de riesgo de pobreza y exclusión social había aumentado 10% en sólo cinco años: del 29,3 en 2007 a 39,7% en 2012 (Tabla 2 y Gráfico 1). Llegando la tasa de paro para el tercer trimestre de 2013 en Gran Canaria a un elevado 37,4%.

Si bien en los últimos años la pobreza habría descendido considerablemente, se observa que para el año 2018, Canarias mantiene uno de los porcentajes de exclusión más altos del país. La exclusión afectaría a 3 de cada 10 residentes: 15,7 % sufren exclusión severa y 13,3% exclusión moderada (FOESSA 2019). Datos que coinciden con el último informe publicado por el Consejo Económico Social de Canarias: el riesgo de pobreza era del 30,5% en 2017, si bien inferior al 35% de 2016, pero muy lejos aún de la media nacional del 21,6% (CES 2018.)

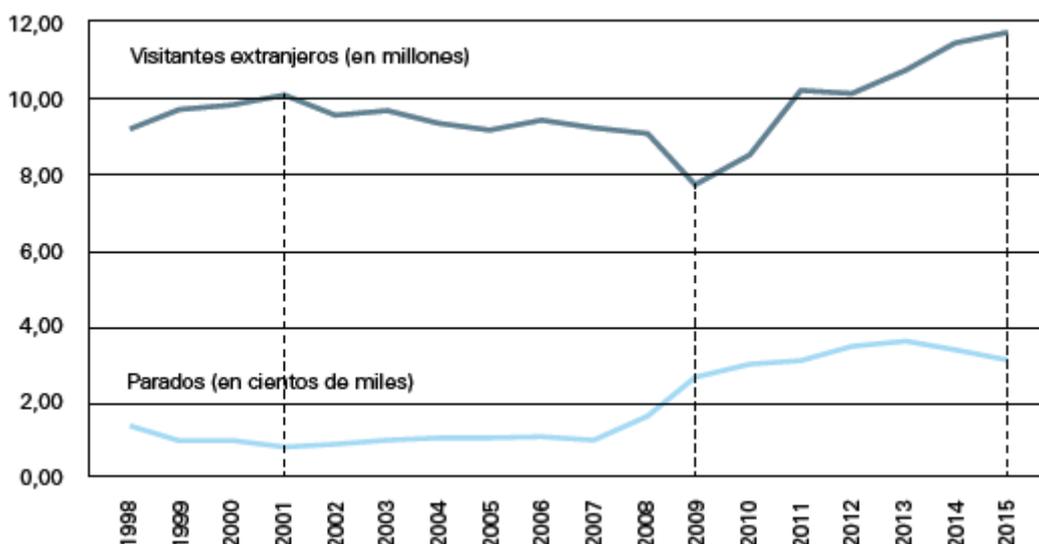
De todas formas, está claro que el turismo no podría absorber todos los empleos destruidos por el parón de la construcción ni el crecimiento turístico repercutiría de forma simultánea en creación de empleos. Un parón de la construcción que afectó a todo el país y en mayor medida a los destinos turísticos (“binomio turismo-construcción”) agravado a su vez por la implantación de la moratoria turística en las islas. Tampoco las sutiles variaciones en el número de la población económicamente activa (PEA) podrían ser una variable explicativa del aumento tan elevado del paro. Por lo que deberíamos reflexionar acerca de los empleos generados en la hostelería y su calidad. ¿Se mantienen los estándares previos a la crisis en la ratio del número y tipo de tareas realizadas según número de trabajadores? ¿Qué sucede con las horas extraordinarias que no se declaran ni se pagan según el convenio colectivo de hostelería provincial?

Tabla 2. Principales indicadores de “turismo y desigualdad” en Canarias período 2009-2012

	2009	2010	2011	2012
Paro (%)	26,2	28,7	29,7	33,0
Riesgo de pobreza o exclusión (%)	37,2	37,6	39,9	39,7
Turistas extranjeros ingresados (mill.)	8.207.486	8.611.805	10.211.080	10.139.224

Fuente: Elaboración propia en base a datos ISTAC e INE, 2013

Gráfico 1. Comparativa: histórico de visitantes extranjeros (en millones) y parados (en cientos de miles)



Fuente: CATPE (Centro Atlántico de Pensamiento Estratégico) 2016

Sobre la competitividad turística grancanaria, Garzón (2010) y en la reseña publicada de tal obra (Moreira 2012) el autor plantea que el modelo de desarrollo turístico en la isla es de intervención sin planificación durante las etapas previas. Siendo tales intervenciones efectuadas en la fase de madurez de los destinos, como modelos estáticos que no incluyen variables dinámicas ni relevantes. De seguir apostando por la intervención plantea como alternativa un tipo de modelo más adecuado para Gran Canaria: especialmente considerando que el destino ya se encuentra en su fase de madurez.

El nuevo modelo alternativo debería estar basado principalmente la adecuación de la intervención a una planificación dinámica. Actualmente y considerando los mercados competidores y la situación del turismo en la isla, los retos son diversos e importantes: innovar en la oferta alojativa y de nuevos productos que complementen la oferta de sol y playa, evaluar en forma integral y precisa los impactos de la aplicación de la moratoria turística y de medidas urgentes para el sector, mejora en la oferta cultural y en la oferta de ocio complementaria, potenciar aún más las ventajas en seguridad y amabilidad de los recursos humanos, reflexionar sobre los problemas de conectividad aérea en nuestra realidad de región ultraperiférica (RUP) y el modelo energético que eso conlleva, así como la dependencia de los grandes turoperadores.

La mejora de la competitividad, el logro de un desarrollo sostenible y sustentable son retos cruciales del turismo grancanario, así como la regulación del alquiler vacacional en pos de la buena convivencia entre turistas y residentes, previendo adecuadamente algunos de los fenómenos contemporáneos que se están sucediendo en otros destinos turísticos españoles (turismofobia, turistificación, overturismo undermanagement, y las complejidades en la regulación de la economía colaborativa y el alquiler vacacional).

### **3. OPINIONES SOBRE EL REPARTO DE LOS BENEFICIOS GENERADOS POR EL TURISMO EN GRAN CANARIA**

A través de una encuesta a 504 residentes en la isla preguntamos entre otras cuestiones, las opiniones sobre el reparto de los beneficios generados por el turismo (Gráfico 2).

Uno de cada 3 encuestados considera que los empleos que genera el turismo son de mala calidad, aunque es mayoritario el porcentaje que no opina tal afirmación (53,6%).

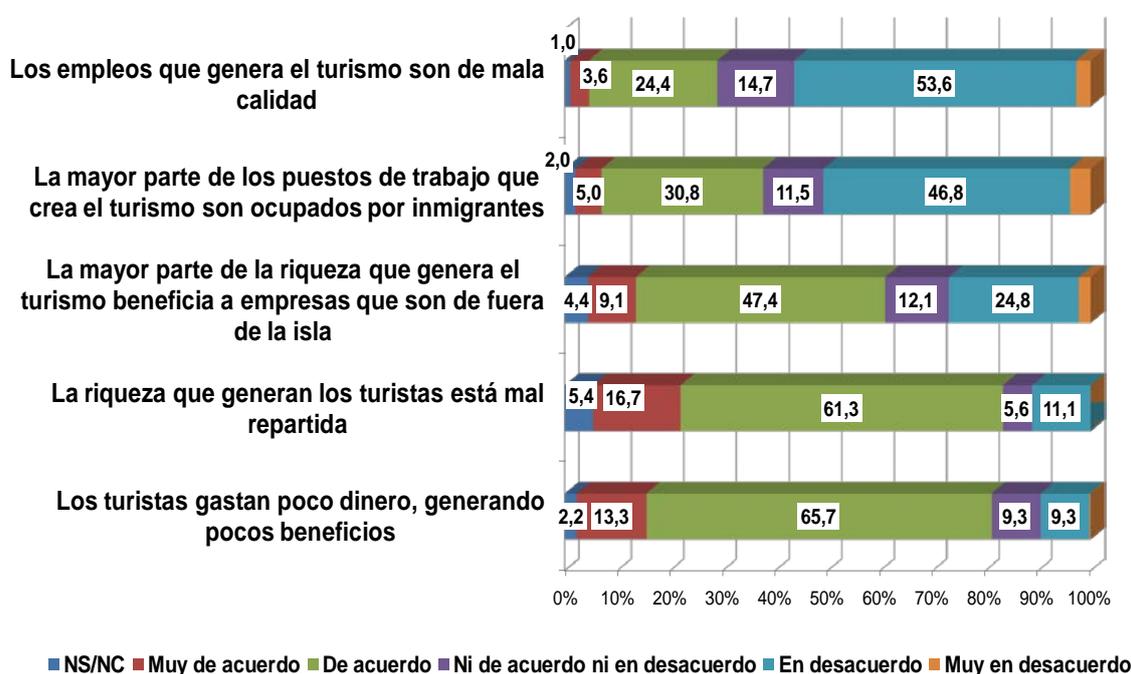
Casi 4 de cada 10 opina que la mayor parte de los puestos de trabajo que genera el turismo son ocupados por inmigrantes, pero casi la mitad no opina lo mismo (46,8%). Cabe destacar que esta es una pregunta neutra, sin valoración ética ninguna en su enunciado.

En relación con el reparto de la riqueza generada por este sector un elevado 56,5% considera que esta beneficia mayormente a empresas de fuera de la isla. Tal hecho sí es habitual en países emergentes y de economías dependientes como sucede en muchos destinos caribeños (De Kadt 1991, Jurdao 1992). Aunque también cabría analizar en este caso la fragilidad y dependencia de la economía grancanaria en su condición de región ultraperiférica (Nunkoo 2009). Así como el peso de las PYMES locales en el tejido empresarial y el retorno económico de los beneficios en la sociedad local.

También en relación con el reparto de los beneficios generados, 8 de cada 10 (78%) opina que esa riqueza está mal repartida en la sociedad: por lo que nos preguntamos hasta qué punto se ve al turismo como factor de desarrollo y crecimiento local.

Y casi 9 de cada 10 (89,8%) opina que los turistas gastan cada vez menos dinero. El ingreso turístico ha aumentado debido a que vienen más turistas, pero no a que cada turista gaste más en el destino: todo lo contrario, gastan más en el origen y menos en el destino y eso es lo que preocupa. Cabría indagar 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.

Gráfico 2. Opinión sobre el reparto de los beneficios generados por el turismo en Gran Canaria



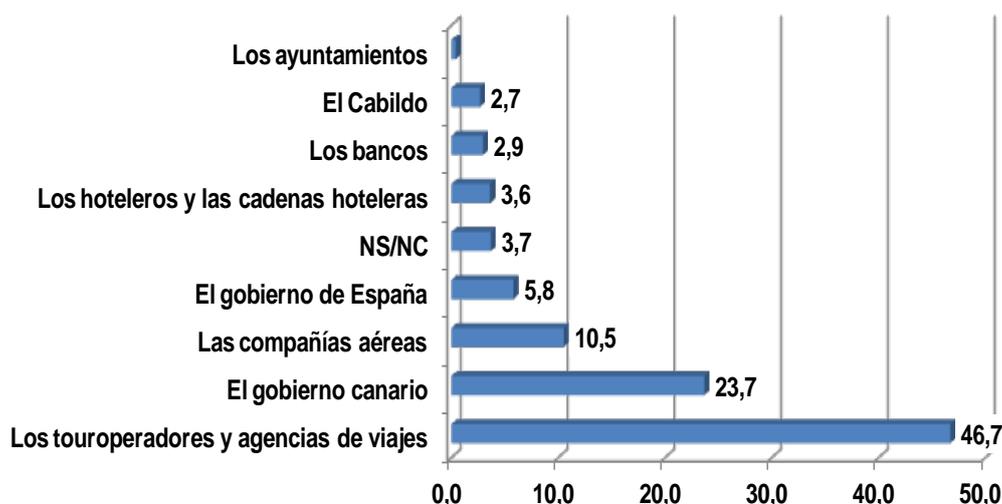
Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta

Preguntados acerca de los actores con mayor influencia en el sector turístico de la isla (Gráfico 3) observamos una clara diferencia según la zona residencial. El 63,8% de los residentes de las zonas turísticas considera que quienes tienen mayor peso son los touroperadores 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, ese 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, sería 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 touroperadores y las agencias de viajes, el Gobierno de Canarias, y las compañías aéreas.

Por lo que en este caso también, 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.

**Gráfico 3. Actores con mayor poder de decisión en el sector turístico de Gran Canaria**



*Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta*

¿Por qué el sostenido aumento del número de turistas en los últimos años no generó aún más fuentes de trabajo? Aunque la calidad del empleo es mejor si la comparamos con el otro archipiélago turístico español (Islas Baleares) donde debido entre otras cosas a la fuerte estacionalidad (la cual no sufre Canarias) predominan los contratos temporales y de fijo-discontinuo generando una mayor precariedad en el empleo.

De todas formas, se confirma la preocupante tendencia al observar que para el trienio estudiado el aumento considerable de turistas no conllevó ni a una disminución considerable de las tasas de paro global, ni a una considerable creación de empleos en la hostelería.

Si a este dato se suma la emigración de miles residentes canarios y leve descenso de la PEA (Población Económicamente Activa) el poco o nulo peso de la estacionalidad en el sector, no se explica porque no se generasen más puestos de trabajo.

Cabría preguntarse también si existe una mayor carga de trabajo para un mismo número de trabajadores, conllevando una precarización de las condiciones laborales, una disminución de los ingresos por las mismas tareas que se hacían antes de la crisis y un aumento y considerable concentración de las ganancias de los empresarios hosteleros en oligopolios.

Resulta evidente que el aumento notorio de ingreso de turistas no genera una percepción de equidad en el reparto de beneficios en la sociedad grancanaria (beneficios entendidos al

menos, como generación de nuevos puestos de trabajo: más allá de su nivel de calidad o precariedad).

Por otra parte, en las entrevistas cualitativas uno de los entrevistados consideraba que la puesta en marcha de la Moratoria Turística (ley que limitaba las nuevas construcciones hoteleras) estaba generando desigualdades en el acceso por parte de los empresarios a oportunidades de negocio y a generar en consecuencia, una mayor cantidad de puestos de trabajo: “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. Por otra parte, la justifican a través de la idea de buscar un turismo de calidad, pero ese concepto está mal usado, no es que un hotel de cinco estrellas tenga más calidad que uno de tres: la calidad implica que dentro de cada categoría se ofrezcan los mejores servicios, con la mejor relación calidad precio y satisfaciendo las expectativas del cliente. Un hotel de tres estrellas puede tener más calidad que un hotel de cinco estrellas: a través de los políticos y sus declaraciones en los medios se nos ha querido meter en la cabeza que lo que necesitamos es la mitad de turistas y que gastan el doble, o sea un turismo supuestamente de calidad, cosa que no es cierto ni competitivo, ni viable en la tapa de desarrollo del destino Gran Canaria. La pérdida de turistas del 2000 al 2010 se dio por una pérdida de competitividad. En infraestructuras, en modernidad hotelera, y en ocio complementario, no se ha hecho nada: estamos en declive, algunos hoteles han renovado, pero no lo suficientemente como para competir con los hoteles nuevos de nuestros competidores. Aquí lo que hacemos es tomar hoteles de antes de ayer, para hacerlas algún apaño, para que parezcan hoteles de hoy. 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 porque limita la nueva oferta alojativa moderna y al poner un techo a la oferta por arriba, también se le pone por abajo, o sea en 10 años se han perdido 40.000 camas turísticas, y eso implica pérdida de puestos de trabajo. También generó inseguridad jurídica, porque el suelo si bien no se expropia, se transforma en un corralito para el propietario, porque no puede usarlo como antes. Aunque sigue pagando los impuestos. Si se quitara la moratoria, aumentaría la presión competitiva, y aumentaría la rehabilitación de establecimientos de la misma categoría”.

#### **4. CONCLUSIONES**

Los datos generales durante el período estudiado (2009-2012) del gran aumento del riesgo de pobreza y exclusión social, de paro y del estancamiento en la generación de empleos en la hostelería y a su vez el notable aumento del ingreso de turistas y de ingresos económicos

por turismo, son claros indicios de que el turismo no estaba generando todos los beneficios que debería generar en la sociedad receptora.

Si bien el turismo es el principal motor de desarrollo en Gran Canaria y prácticamente el único sector productivo que tuvo grandes crecimientos en el trienio analizado, está claro que hay una percepción más bien negativa sobre el deseable reparto equitativo de los beneficios generados por el sector y la multiplicación y maximización de sus efectos positivos en la sociedad.

Parece ser que el empleo es el último factor en recuperarse luego de una crisis económica, y a su vez, el primero en sufrir sus efectos negativos.

¿A dónde van a parar los ingresos generados por turismo en un destino en el que además casi no hay estacionalidad?

¿Se da una mayor concentración de los beneficios en oligopolios?

Por otra parte: ¿es real o es una falacia la forzada elección entre los paradigmas de “renovación” de la planta alojativa o “crecimiento” en número de camas?

¿Cómo es posible que el año 2012 haya sido récord como el año de mayor gasto turístico total con un crecimiento exponencial desde el estancamiento turístico del año 2009, y a su vez, otro año récord de paro y pobreza?

Estas cuestiones invitan a los empresarios, grandes touroperadores y gestores públicos del turismo, a reflexionar sobre qué es lo que falló y cuáles serían las alternativas de crecimiento y de generación en pos de un desarrollo sostenible y sustentable que permita a que grandes sectores de la población salgan ya no solo de la pobreza sino de la exclusión social.

Los urgentes acuerdos y consensos, la participación en clusters, asociaciones civiles y académicas, la autogestión y participación ciudadana en la gestión turística, la cooperación público-privado, la apuesta clara por el empleo que dinamice la economía se vislumbra como aspectos esenciales hacia el crecimiento y la redistribución equitativa de las ganancias.

## 5. REFERENCIAS

Alianza Para la Excelencia Turística - EXCELTUR (2019): [www.exceltur.org](http://www.exceltur.org)

Álvarez Sousa, 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

CATPE, Centro Atlántico de Pensamiento Estratégico (2016). IIº Informe sobre la competitividad turística de Canarias. Propuestas para encauzar el equilibrio económico social-medioambiental del Archipiélago Canario

Consejo Económico Social de Canarias - CES (2019): [www.cescanarias.org](http://www.cescanarias.org)

De Kadt, E. (1991) ¿Turismo pasaporte al desarrollo? Turismo y Sociedad, Madrid, Endymion

Fomento de Estudios Sociales y Sociología Aplicada - FOESSA (2019): [www.foessa.es](http://www.foessa.es)

Garzón Beckmann, A. (2010) *Condicionantes de la competitividad turística grancanaria*, Sevilla, Editorial Círculo Rojo

Harrill, R. (2004) "Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning", *Journal of Planning Literature*, Vol18, N°3, 251-266

Instituto de Estadística de Canarias - ISTAC (2019): [www.istac.es](http://www.istac.es)

Instituto Nacional de Estadística - INE (2019): [www.ine.es](http://www.ine.es)

Jurdao, F. (1992) *Los mitos del Turismo, Turismo y sociedad*, Madrid, Endymion

Moreira, P. (2012). Reseña de "Condicionantes de la competitividad turística grancanaria" de Antonio Garzón Beckmann. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(3), 429-432

Nunkoo, R., Ramkissoon, H., Gursoy, D., & Chi, C. G. (2009). A Model for Understanding Residents' Support for Tourism in Small Islands.

Patronato de Turismo de Gran Canaria (2019):  
<http://www.grancanaria.com/turismo/es/area-profesional/>

Tezanos, J. F. (2005) *La sociedad dividida, Estructuras de clases y desigualdades en las sociedades tecnológicas*, Biblioteca Nueva, Madrid.

## A HYBRID-FUZZY SEGMENTATION ANALYSIS OF RESIDENTS' PERCEPTION TOWARDS TOURISM IN GRAN CANARIA

### Abstract

Tourist destinations have evolved throughout the world because governments invest on developing a tourist sector. The ultimate goal is to improve the quality-of-life of the local residents. For this reason, the impacts of tourism, both positive and negative, need to be measured from the local residents' perspective. This study segments local residents according their perception on tourism. A hybrid fuzzy segmentation method was applied to a sample of 504 local residents in Gran Canaria. Three representative profiles are obtained for two scenarios: (1) extreme tourist lovers, extreme tourist haters, and ambivalents; and (2) lovers, haters and ambivalents. Contributions to the body of knowledge and policy implications are discussed. A future research agenda is given.

**Keywords:** Fuzzy logic, Triangular fuzzy numbers, TOPSIS, Fuzzy-hybrid cluster, Residents' perception

### ANÁLISIS DE SEGMENTACION HIBRIDO - DIFUSA DE LA PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES HACIA EL TURISMO EN GRAN CANARIA

### Resumen

Los destinos turísticos han evolucionado en todo el mundo debido a que los gobiernos invierten en el desarrollo del sector turístico. Siendo el objetivo final mejorar la calidad de vida de los residentes locales. Por esta razón, los impactos del turismo, tanto positivos como negativos, deben medirse desde su perspectiva. Este estudio agrupa a los residentes locales de acuerdo con su percepción sobre el turismo. Aplicando un método de segmentación híbrido - difusa a una muestra de 504 residentes de Gran Canaria. Obteniéndose tres perfiles representativos para dos escenarios: (1) amantes turísticos extremos, aborrecedores turísticos extremos y ambivalentes; y (2) amantes, aborrecedores y ambivalentes. Discutiendo como aportes a una futura agenda, las contribuciones al cuerpo de conocimiento y sus implicaciones en la gestión.

**Palabras clave:** Lógica difusa, Triangulación de números difusos, TOPSIS, Grupos híbrido - difusos, Percepción de los residentes

## 1. INTRODUCTION

There is certainly a plethora of tourism research devoted to examine the impacts on host communities and local residents. Tourism for some destinations like Gran Canaria is an important

driver of socio-economic development as the industry has a central role in creating jobs. Accordingly, Uysal, Perdue and Sirgy (2012) contend that "...increases in tourism jobs within the destination area should play a significant role in increasing the economic and consumer well-being of the destination residents. Increases in jobs and sales should also generate more tax revenues for the destination, which in turn allows increases in public sector spending. Public sector spending enhances residents' economic, consumer, social, health, and environmental well-being" (p. 2).

The residents' acceptance of tourism is linked to a good balanced situation between tourists, residents, and the main stakeholders of these two groups regarding the impacts on the culture, environment and economy. Tourism represents an important industry in terms of income, trade balance, taxes and jobs that facilitates and promotes the economic growth and development for some areas. Sharpley (2014) contends that the benefits cannot be achieved without costs, and that host communities usually face an important dilemma evaluating these benefits and costs as some of them are intangible and with non-market value. Nevertheless, the success of the development of the tourist industry usually resides in the acceptability of the host communities (Andriotis and Vaughan, 2003; Jurowski and Gursoy, 2004; Aguiló and Rosselló, 2005; Snaith and Haley, 1999).

Ap (1992) highlights the issue of monitoring the attitudes and perceptions of local residents in order to anticipate antagonistic behaviour towards tourism. In an ideal world, Vargas-Sánchez, Plaza-Mejía and Porrás-Bueno (2009) contend that tourism planning should be guided by the participation of local residents in what is termed as community-driven planning. If planners ignore the local residents' perception in the decision-making, it is likely that some antagonistic tourism attitudes and behaviour appear (Olya & Gavilyan, 2017). Nowadays, the finding by Doxey (1975), regarding that antagonistic behaviour towards tourist and tourism is not supported by the literature, seems history. Zerva, Palou, Blasco and Donaire Benito (2018) find that extreme hate positions are enduring in time analysing the hosts' public narratives over time in the case of Barcelona.

Tourism is a remarkable industry for the sustained growth, the internationalization and for the economic significance for some regions. The arrivals of international tourists registered a remarkable increase of 7% in 2017 until reaching a total of 1.322 million, according to the last World Tourism Barometer (UNWTO, 2018). Gran Canaria is a well-known mature mass tourism destination in the European Union. In 2017, the island set a new historical record for tourist arrivals with more than 4.5 million visitors, representing an increase of 8.6 per cent over the previous year (ISTAC, 2017). The Nordic countries together, Sweden, Norway, Finland and Denmark, was the primary market with more than 1 million visitors. German and British are the next markets in importance. Undoubtedly, tourism is an important economic sector in the island, so the knowledge of the local residents' perception seems to be a priority as the perception does not only influence the attitude towards tourism but also tourists (Martín, García de los Salmones Sánchez and Herrero, 2017). A balance situation between tourists and local residents can only be achieved managing adequately the local residents' perceptions (Zhang, Inbakaran and

Jackson, 2006). Sharpley (2014) concludes that in spite of the scale, scope and significance of the nowadays Tourism industry, the residents' perception research is not still reflected.

In this context, the aim of this paper is to contribute to the extant literature in the field by applying a hybrid fuzzy segmentation method to segment the residents into three representative profiles for two scenarios: (1) extreme tourist lovers, extreme tourist haters, and ambivalents; and (2) lovers, haters and ambivalents. This article sheds some light in a topic in which qualitative scales have not been converted into fuzzy numbers before applying any segmentation method, and the fuzzy hybrid method to find the segments seems also an adequate technique of segmentation in which the local residents are not forced to belong to one particular cluster (Zhang, Prater and Lipkin, 2013).

The remainder of the paper is organized as follows: Section 2 offers some insights from the literature, section 3 describes the data section, section 4 details the methodology, section 5 presents and discusses the results, and section 6 offers some concluding remarks.

## **2. LITERATURE REVIEW**

The main positive and negative impacts of tourism have been analysed by different scholars from different perspectives and angles. Sharpley (2014) finds that there are 1070 published articles in three journals (Tourism Management, Annals of Tourism Research and Journal of Travel Research) dealing with ("residents", "attitudes", "perceptions" and "tourism") and that the academic research has been focused in the social, economic and environmental impacts. The author concludes that "the roots of the now considerable body of research into resident perceptions of tourism lie, of course, in the early recognition of tourism's negative consequences" (p. 39). Jafari (2005) is one of the most cited studies, in which the two following broad positive impacts are found: (1) economic benefits, such as employment creation, generation of currencies, infrastructures, consumption of local products, economic development, multiplier effects in other economic activities; (2) sociocultural benefits, such as the improvement of education for employment, the reductions of important sociocultural barriers like racial, religious, political or linguistic; the increase of the awareness or the self-perception of the own culture and identity that ultimately favours the local heritage within a global trend of cosmopolitanism and international understanding. The negative impacts are also based on these two global categories: (1) economic costs such as inflation, increase of superfluous imports, seasonality and contribution to unemployment, unbalanced development, external dependence, destruction of natural resources and pollution; (2) sociocultural costs like growth of stereotypes and prejudices, xenophobia, commercialization of communities and local cultures, weakening of the family structure, crime and conflicts.

Harrill (2004) emphasizes the importance of the support of the local communities in the success of tourist development, and therefore the investigations that aim to know the opinions and attitudes of the residents in this topic are fundamental. He classifies the factors that influence the attitude toward the tourist development into three large groups: (1) socio-economic factors; (2) spatial factors; and (3) economic dependence. The discourse on the socioeconomic factors

that has been commonly employed to explain the attitudes of the residents toward tourism has been to a certain extent dominated by variables like income, ethnicity and the social structure of residents. Regarding spatial factors, the author concludes that the closeness of residential areas to the core of tourist activities in the destinations increases the negative residents' perception on tourism. On the economic dependency, the author concludes that there exists a positive relationship between this dependency and the residents' perception. The author uses the "Irridex Model" as an explanatory model on the perception of the residents according to the different stages of the life cycle of a destination. Thus, the residents' perception changes along with the different stages of the cycle of life of the tourist destination. A virtuous circle is usually observed from the initial stage of euphoria, to the subsequent stages of apathy and indifference, discomfort and inconvenience and a final stage of antagonism or incompatibility.

A series of residents' typology according to the different feelings of acceptance or rejection of the tourism has been suggested. The extreme and first classification is based on haters and lovers, with more intermediate classes between these two who love or hate tourism for a motive or a reason.

Sharpley (2014) finds that quantitative methods are by far more employed than qualitative or mixed methods in the majority of the research dealing with residents' perceptions of tourism, but, in turn, the author points to one of the main limitations of this type of studies, the value-action gap. This limitation is related to what respondents say they will do and what at the end they finally do. Some residents can answer very negatively towards tourism development but at the end can demonstrate a sort of soft-tolerance as they do not participate in any public demonstration against it. Thus, some authors consider that the field would benefit from moving from the first layer of residents' perceptions to a second layer of actions or responses (Carmichael, 2000).

Regarding the methodological approach, Nunkoo, Smith, and Ramkissoon (2013) analyse 140 articles dealing with the topic and find that the more frequent quantitative methods are: (1) Descriptive statistics; (2) Factor analysis (EFA and PCA); (3) Regression analysis; (4) ANOVA; (5) t-tests; (6) Confirmatory factor analysis; (7) Structural equation models; (8) Chi-square test; (9) Correlation analysis; and (10) Cluster analysis. Typically, the research is based on the administration of a questionnaire to a sample of residents containing different questions and answer formats that measure specific constructs of research interest. Sharpley (2014) finds "that the use of quantitative methods is understandable, the objective of most studies being to identify and test the relationship between variables that influence resident perceptions of tourism or, in some cases, to segment residents through cluster analysis" (p. 42)

## **2.1 Theoretical approaches**

The theoretical perspectives have also been analysed by different theories like for example the Community Attachment, the Social Exchange or the Growth Machine. The Community Attachment Theory is based on the degree, the model, the intensity and the type of social participation and integration in the life of the community. The Social Exchange Theory

analyses how the resources and services between the individuals and the social groups are shared and exchanged so it is assumed that tourism development entails not only economic benefits but also involve some environmental and social costs. The net exchange needs to be positive valued in order to have a positive residents' perception. The Social Exchange Theory was proposed by Morales (1978) as a general interaction theory. The social behaviour would be based on an exchange of views in which individuals are rewarded by the interactions, and the conformity is achieved by the continuous interaction flow between all the individuals of the community. Rational choice and utilitarianism are based on these mutual and beneficial interactions. Thus, Ap (1992) considers that the reciprocity of the expected benefits in the tourism exchange is crucial to observe a continuous relationship of mutual interdependence. The benefits and costs must be balanced and permeated through different social classes, and it is well known that those sectors directly involved in tourism tend to be a lover typo. The rationality in the relationship of mutual benefit between "host and guest" or "tourists and residents" needs to exist without tension and antagonism between both parties. If this is the case, the positive impacts of tourism in the resident population (employment generation, infrastructure maintenance, greater supply of leisure and more cosmopolitan atmosphere) outweigh all the negative impacts (overcrowding, inflation, spatial segregation, gentrification, conflicts and pollution).

The Growth Machine Theory is based on the factors and allies that support the economic growth. This theory has been particularly useful to understand the attitude differences that exist between the residents and the local economic elites. If the tourism development is controlled by a minority of powerful elites rather than by the majority of residents, then the rationality of a higher growth and tourist development is going to be fiercely stressed (Martin, 1999). The author adopts a systemic perspective in which tourist development should happen in harmony between all types of capital: financial, social, human, infrastructural, environmental, patrimonial and symbolic.

Another series of studies can be classified according to the perspective of "Other Social Theories": (1) the Ethnicity Marginality Theory, whose focus is on investigating the influence of differences in perceptions according to ethnic and racial groups; (2) The Host Guest Paradigm has its origin in Anthropology and considers that the phenomenon of the interaction between residents and tourists needs to be analysed under more complex theories; (3) People's Quality of Life highlights the role of the influence of tourism and the perception of the quality of life and the support of the community to the tourist activity, as well as the participation in tourism planning and standard of living. The quality of life and the level of development of tourism in the destination are studied in a comprehensive manner with the general level of satisfaction in life; (4) Place Identity Theory analyses the influence of the senses of distinctiveness, continuity, self - esteem and self-efficacy in the views of the residents; (5) The Resident's Place Image affects the views of residents on the support towards tourism development plans, considering therefore that this image could benefit the community; and (6) the Social Conflict Theory studies the external implementation of the tourist business in a small and traditional communities where ethnic conflicts between businessmen, residents and tourists need to be analysed.

## 2.2 Empirical analysis

With the objective to have a more accurate idea of the recent studies on social perception of tourism and focusing on empirical cases, a recent selection shows that the case studies are from different countries and analyse diverse types of tourist products: cruise, mountain and beach tourism. As in the theoretical part, it was observed that a common model or a general theory has not been applied. Although, the most used explanatory theories are the Social Exchange Theory, the Community Attachment Theory and the Quality of Life Theory. The conclusions cannot be generalizable and depend very much on the tourist product, the type of destination, as well as the stage in the life cycle.

Regarding cruise tourism, three studies are summarized. First, McCaughey et al. (2018) analyse the case of local residents in Esperance, Western Australia and find that, in general, residents are supportive towards the presence of cruise tourists in the city. Nevertheless, they also find that some residents show a dissent attitude with the management of the visits to the city and the treatment given by the cruise liners to the local businesses. Second, Del Chiappa et al. (2018) analyse a sample of residents in the Spanish city of Valencia, and, applying a cluster analysis method, the authors find three distinct groups: “pessimists”, “cautious supporters” and “optimists”. The clusters show differences according to the age, the proximity to the port and the tourist zone. One of the main concerns of the residents is that a large part of the profits goes to non-local companies, so this should be corrected or reverted in order to induce a more favourable perception towards these tourists. The authors also find some contradictory conclusions with respect to other studies and conclude that local residents’ perceptions towards cruise tourism depend on the specific destination and generalizations of results are not possible. And finally, Brida et al. (2014), through a survey in two Italian ports of the Mediterranean Sea (Messina in Sicily and Olbia in Sardinia), find that both residents have very similar opinions: a general positive attitude about the development of cruise tourism. However, the authors also highlight the negative impact on the environment, as well as the congestion and some crime.

Regarding mountain tourism, we refer to four case studies. First, Peters et al. (2018) analyse an Austrian mountain destination (Urlaubsregion Murtal - URM), and find that a positive attitude towards tourism development, highlighting that the advantages overcome the disadvantages. The authors consider the interest of studying local community involvement through theories such as Community Attachment Theory or Quality of Life Theory. Second, Šegota et al. (2017) study the case of the city of Bled, a Slovenian mountain and lake destination. The authors find that highly informed and highly involved residents have better perceptions of the positive impacts of tourism than all other groups. While those residents poorly informed and little involved have more negative perceptions of the impacts. Third, Muresan et al. (2016) analyse the factors that influence the support to the development of sustainable tourism in the region of Nord-Vest (Romania). The authors find that rural residents perceive tourism development in a positive way and that the environmental component of sustainable development is the most important. The tourist activity is perceived as beneficial for the diversification of recreational activities and the improvement of the general infrastructure. The local community is ready to support the

development of sustainable tourism if the personal benefits perceived are important. The higher the perception of the economic and socio-cultural, the greater will be the support of the local community to build future tourism strategies. And finally, Brida et al. (2014) analyse the mountainous area of Folgaria, Italy. The authors identify groups of residents concerned about or opposing to planning and developing tourism in their communities. The development of winter tourism would only be supported by the community if the environmental and sociocultural impacts are kept to the minimum.

To end this section, two case studies related to sun and beach destinations will be commented. First, Franzidis & Yau (2018) analyse the relationship between hosts and guests in the case of a small beach community in the United States (Wilmington, North Carolina). Using focus groups, the authors find that the majority of the resident's support tourism in the community, and recognize their economic dependence on the sector. Residents recognize improvements in recreational activities, infrastructure, and various events. In exchange for the benefits, residents are ready to tolerate certain negative impacts, such as increased traffic, crowds and trash. The study finds that the attitudes are closely aligned with the Social Exchange Theory, and that residents' attitudes are not static and can change over time, being unique in each destination and community. And finally, Cardona et al. (2019) study the overall attitude towards tourism in the case of Punta del Este, a well-known sun and beach tourism destination in Uruguay. The authors, through a partial least squares (PLS) regression method, find that the perceived benefits and costs do not have a direct effect on the support to more arrival tourists, but the positive economic and the negative sociocultural impacts have a significant effect on the overall attitude towards tourism.

### **3. THE QUESTIONNAIRE AND DATA**

Nunkoo et al. (2013) recognize that residents' perceptions on tourism have been analysed by different constructs according to positive and negative impacts mainly over economic, social, cultural and environmental aspects. There are a number of factors that influence the residents' perceptions of these impacts. There are a number of studies that have developed in the past years scales to measure residents' perceptions on tourism (e.g., Ap and Crompton 1998; Delamere 1998; Godfrey 1998; Gursoy, Jurowski, and Uysal 2002; Lankford and Howard 1994; Lindberg and Johnson 1997; Sirakaya, Jamal and Choi 2001; Yu, Chancellor, and Cole, 2011). Based on this earlier research, it can be seen that there are a number of factors and attributes that appear more frequently like the economic growth, the creation of jobs, the improvement of Infrastructures, the generation of wealth, the conservation of the environment, among others.

The research instrument of this study was a structured questionnaire comprising three sections to measure different constructs. Section A was about the importance of tourism in Gran Canaria and the residents' perception on 10 items (Table 1) using a semantic 5-points Likert scale (1: very negatively; 2: negatively; 3: neutral; 4: positively; and 5: very positively) (Bujosa and Rosselló, 2007). The ten items selected cover the four dimensions proposed by Jafari (2005). Section B covered the measures of other constructs and variables like, for example, the

interaction with the tourists, whether the residents work directly in the industry, the perceptions on the tourists regarding the expenditure, the general behaviour and the behaviour towards the environment, or whether they have a particular preference for some type of tourist segments. Part C included questions that measured the residents' perceptions on 12 items using some positive or negative statement regarding the impacts of tourism using a semantic 5-points Likert scale that ranges from 1 (totally disagree) to 5 (totally agree). The section also included additional questions that measures other constructs more related with public policy and controversial issues like the possibility of oil extraction in front of the coast of Fuerteventura. And finally, some basic socio-demographic variables, like sex, age and residential place, were also included. The survey was administered between 6 and 29 of June of 2012 to 504 residents in the island of Gran Canaria. The face-to-face interviews were first preferred by the research team but this option was finally discarded by the costs. At the end, the researchers selected one of the three companies which are specialized in administering social and economic surveys by telephone that presented the best alternative in terms of price, time and experience. The questionnaire was finally administered telephonically by instructed interviewers using a computer-assisted telephone instrument (CATI) to record the answers. In order to reduce the non-response behavior, interviewers were instructed to present the research as part of an investigation carried out by the University of Las Palmas de Gran Canaria. Thus, the respondents' motivation was increased and the non-response rate was almost insignificant (less than 2 percent). The sample was stratified according to the municipality of residence (tourist and not tourist) and sex. Confidence level was determined at 95 %, with the more unfavorable assumption in the distribution  $P=Q=0.5$ .

Table 1. **List of residents' perception attributes**

<b>Name</b>	<b>Attribute</b>
RPA1	Creation of jobs
RPA2	Improvement of Infrastructures
RPA3	Generation of wealth and economic growth
RPA4	Conservation of the environment
RPA5	Improvement of cultural offer and leisure
RPA6	Improvement of the quality of life
RPA7	Increase citizen security
RPA8	Availability of affordable housing
RPA9	Containment of prices
RPA10	Improvement of public services

*Source: Own elaboration*

Gran Canaria was chosen as the case destination for the study as it is one of the leading destinations in the European Union, and can also be considered a paradigm for the mature destinations of mass tourism based on sun, sand and sea. Thus, there is an interesting issue to

highlight as destinations with major tourist developments, the closer it is to the final stages in the life cycle model of a destination (Butler, 1980), the more defined is the perception of the impacts of tourism. Almeida García, Balbuena Vázquez and Cortés Macías (2015) contend that the consequences of living with daily tourism cause residents to better evaluate the positive and negative impacts of tourism.

Table 2 shows some descriptive statistics of the distribution for some demographic variables of the respondents. It can be seen that: (1) there are more females (51.98%) in the sample than males; (2) the two more numerous groups regarding the age are those whose age is between 46 and 55 years old (28.17%) and over 56 (25%); (3) the sample is also characterized by workers (47.42%) and unemployed people who have worked before (21.43%); (4) the two largest segments regarding the birthplace are the province of Las Palmas (82%) and those who have born in Spain out of the Canary Islands (9%); and (5) the respondents have as representative educational degrees primary school (34.72%) and Upper Secondary School or Professional Formation II (26.79%).

Table 2. **Socio-demographic characteristics of the interviewees (N and %)**

Variable	N	%	Variable	N	%
Sex			Birth place		
Male	242	48.02	Las Palmas Province	413	81.94
Female	262	51.98	Tenerife Province	5	0.99
Age			Rest of Spain	45	8.93
16-24 years	61	12.10	Rest of the world	36	7.14
25-35 years	68	13.49	Educational level		
36-45 years	107	21.23	No studies	5	0.99
46-55 years	142	28.17	Primary	175	34.72
Over 56	126	25.00	Secondary or Prof. Formation I	106	21.03
Occupation			Upper Secondary or Prof. Formation II	135	26.79
Work	239	47.42	University	77	15.28
Retired or pensioner	80	15.87			
Housekeeper	23	4.56			
Unemployed and worked before	108	21.43			
Unemployed and looking for your first job	5	0.99			
Student	44	8.73			

Source: *Own elaboration*

#### 4. METHODOLOGY

This section presents a brief description of the proposed hybrid-fuzzy method that calculates the residents' perception on tourism development (RPTD). Interested readers can consult Saayman et al. (2016) to have a further explanation of the model. The semantic Likert

scale for the answers and the scale based on 10 items to measure RPTD in Gran Canaria are used as the primary information that nurtures the model. As previously explained, the questionnaire uses a 5-points bipolar semantic scale, and RPTD is based on a list of 10 attributes that contains information about three important dimensions that measure the impacts of tourism: economic, social and cultural. The questionnaire measures the potential impacts very vaguely as it is difficult to determine what the residents try to mean when they answer to some specific attribute that they consider that the impact of tourism is neutral. Objectively, neutral can be considered an adequate answer when the residents consider that the social costs are equal to the social revenues, making the social benefits equal to zero. Nevertheless, the social preferences of the society are not homogeneous, so therefore, this is a highly subjective information. In Gran Canaria, as in any other destination, there are segments of residents who see more or less social benefits depending on the values given to some social and cultural attributes. For example, the acculturation, the loss of local traditions and the mercantilism over the cultural heritage fostered by some tourist activities can be seen by some residents very negatively (Osagie and Buzinde, 2011).

Zadeh (1965) is considered the father of the pillars of the fuzzy set theory which was developed as a way to deal with the vagueness of the information provided by the semantic Likert scales, which are by far the most common method employed to gather information in the field (Sharpley, 2014). Researchers usually convert the semantic term into a real value figure to represent the information provided by the respondents. Bhat and Dubey (2014) contend that “the latent constructs (or variables) themselves are viewed as being manifested through the attitudinal and perception indicator variables in a latent measurement equation model, which recognizes the presence of measurement error in capturing the intrinsic latent constructs. In the event that one or more of the indicators are not observed on a continuous scale, but observed on an ordinal or nominal scale, the measurement equation also serves the role of mapping the continuous latent constructs to the ordinal or nominal scale of the observed attitudinal indicator variables” (p. 69). Differently to this approach, other researchers propose the use of fuzzy-hybrid multi-criteria decision-making (MCDM) methods (Bai et al., 2014; Saayman et al., 2016; Saeida Ardakani et al., 2015). The fuzzy methods present some advantages using the semantic Likert scales in resolving some concerns raised by Dickson & Albaum (1977) “...consisting of adjectives and phrases which seem appropriate or relevant to the specific concept being studied without really testing the new scales to insure that they meet the various underlying assumptions which are critical for proper use of semantic differential instruments” (p. 87).

#### 4.1 Triangular fuzzy numbers

This section presents how the information vagueness provided by the residents is conveniently converted to a popular fuzzy logic set, the triangular fuzzy numbers. Following Zadeh (1975, 1984) and Mamdani and Assilian (1975), the universe of discourse  $X$  can be described as the subset of real numbers  $R$ ,  $X = \{x_1, x_2, x_3, \dots, x_n\}$ . A fuzzy set  $\tilde{A} = \{(x, \mu_A(x)) \mid x \in X\}$  in  $X$  is a

set of ordered pairs, where  $\mu_A(x)$  is a membership function and  $\mu_A(x): X \rightarrow [0,1]$ . The membership function for fuzzy sets can take any value within the closed interval  $[0,1]$  and gives the strength of belonging that a particular element of the discourse has. Thus, the greater  $\mu_A(x)$  is, the more truth of the statement that element  $x$  belongs to set  $A$  has. The membership function is quite appropriate to adjust the vague information to some subjective inferential judgment as everything is relative. For example, when respondents are answering whether the impact of tourism affects positively or very positively the creation of jobs in Gran Canaria, they can give some probability value to both answers. It is straightforward that there is not a unique objective function that exists to measure this concept. The essence of the application of the fuzzy set theory resides in this.

In this paper, the triangular fuzzy numbers  $\tilde{A}$  are parameterized using a triplet  $(a_1, a_2, a_3)$  with the following membership function  $\mu_A(x)$ :

$$\mu_A(x) = \begin{cases} \frac{x-a_1}{a_2-a_1}, & a_1 \leq x \leq a_2, \\ \frac{x-a_3}{a_2-a_3}, & a_2 \leq x \leq a_3, \\ 0, & \text{otherwise.} \end{cases} \quad (1)$$

Thus, for example, very negatively and the rest of the semantic answers provided by the residents is then translated to a triangular fuzzy number (TFN) that represents a relative value in a range between 0 and 100. Researchers are now in the position of determining a set of TFNs that represent the vagueness associated to the information obtained from the survey instrument. Table 3 shows the selected TFNs selected in the study. The relative strength can be calculated according to equation (1) that represents the membership function.

Table 3. **Triangular fuzzy numbers. Default values of linguistic terms**

Linguistic terms	Fuzzy Number
Very negatively (1)	(0,0,30)
Negatively (2)	(20,30,40)
Neutral (3)	(30,50,70)
Positively (4)	(60,70,80)
Very positively (5)	(70,100,100)

Source: Own elaboration

The aggregation of TFNs through different segments, like for example do or do not work directly in the tourism sector, is based on the algebra of TFNs, in which the average fuzzy number of  $n$  TFNs  $\tilde{A}_i = (a_1^{(i)}, a_2^{(i)}, a_3^{(i)})$ , where  $i = 1, 2, 3, \dots, n$ , can be calculated as follows:

$$\tilde{A} = (a_1, a_2, a_3) = \left(\frac{1}{n}\right) \bullet (\tilde{A}_1 \oplus \tilde{A}_2 \oplus \dots \oplus \tilde{A}_n) = \left( \frac{\sum_{i=1}^n a_1^{(i)}, \sum_{i=1}^n a_2^{(i)}, \sum_{i=1}^n a_3^{(i)}}{n} \right), \quad (2)$$

The  $\bullet$  operator denotes the external multiplication of a scalar and a TFN, and  $\oplus$  is the internal addition of TFNs. The properties of the algebra of the fuzzy sets serve to show that the aggregated value for each of the segments can also be seen as a new TFN (Buckley, 1985).

#### 4.2 Crisp information matrix

The aggregate TFN can be obtained for each of the segments of interest in the study, and it normally depends on the extension of the instrument. In this study, there are 150 different segments that can be analysed. Thus, a matrix (10, 150) of TFNs is obtained straightforward by applying eq. 2. This matrix, known as the information matrix, contains a lot of information and it is difficult to analyse. Thus, the information matrix is processed through a clarification or defuzzification method in order to synthesize the information before applying other type of analysis, like, for example, the Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS) or the segment-attribute analysis (SAA). A good overview of the different existing defuzzification techniques that exist can be consulted in Kumar (2017). In essence, the idea is to

convert the fuzzy information into a plausible or credible real number -crisp information. Some methods are more neutral than others, meanwhile others tend to favour more extreme opinions.

The defuzzification method in this study is based on Chen (1996), and it is calculated as a weighted average of the interval defined by the TFN  $(a_1, a_2, a_3)$  giving more weight to the value which contents more truth according to the fuzzy ideas. Thus, the defuzzified value is obtained as  $v_{\bar{A}} = (a_1 + 2a_2 + a_3)/4$ . The simplicity and the good properties of the proposal make this method, also known as a centroid method, as a good candidate that has been extensively used in many empirical applications (Benítez at al., 2007; Martin, Marrero-Rodríguez, Moreira, Román, & Santana, 2016). The method is highly robust and it is grounded on the ideas of Kaufmann and Gupta (1988). The centroid method is equivalent to the total integral value method when neutrality function is applied over other judgments either optimistic or pessimistic.

### 4.3 Similarity to ideal solutions

The step to obtain a synthetic RPTD index for each of the segments is based on the Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS) (Hwang and Yoon, 1981; Zeleny, 1982). Behzadian et al. (2012) find that TOPSIS is still one of the most popular MCDM methods. The method is computed as follows:

$$A^+ = \left\{ \left( \max V_{ij} \mid j \in J \right), \left( \min V_{ij} \mid j \in J' \right), i = 1, 2, \dots, m \right\} \quad (3)$$

$$A^- = \left\{ \left( \min V_{ij} \mid j \in J \right), \left( \max V_{ij} \mid j \in J' \right), i = 1, 2, \dots, m \right\} \quad (4)$$

where  $J$  and  $J'$  divide the different attributes included in the RPTD scale according to the benefit or cost characteristic. In our case, it is clear that all the 10 attributes included in the RPTD scale are considered as a benefit.

Once the ideal solutions are calculated, the relative RPTD index for each segment can be calculated through the distances of each segment to these obtained ideal solutions observed in the dataset as follows:

$$S_i^+ = \text{dist}(V_i, A^+) = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_{ij} - A_j^+)^2} \quad i = 1, 2, \dots, m \quad (5)$$

$$S_i^- = \text{dist}(V_i, A^-) = \sqrt{\sum_{j=1}^n (V_{ij} - A_j^-)^2} \quad i = 1, 2, \dots, m \quad (6)$$

$$RPTD_i = \frac{S_i^-}{S_i^+ + S_i^-} \quad i = 1, 2, \dots, m, \quad (7)$$

where  $0 \leq RPTD_i \leq 1$ . A particular segment of residents perceives the tourist activities as more positive whenever the relative index is closer to 1. Thus, RPTD synthetic indicator by a set

of segments can be sorted according to the descending order to rank which segment perceives more or less positively the tourist activities. The rationale of the ranking provided by the synthetic indicator is clear, as RPTD is higher for a particular segment when the defuzzified vector for the segment is closer to the virtual positive ideal solution and/or further from the virtual negative solution.

#### 4.4 Hybrid fuzzy clustering

D'Urso, Disegna, Massari and Osti (2016) justify this method for profiling postmodern consumers by adapting the fuzzy set theory to the classical consumer theory. In our case, this can also be extended for the more general construction of social preferences in the community of local residents. As the authors contend, it is not always a plausible assumption that consumers can only belong to only one cluster (Kotler, 1988; Li et al., 2013). In fact, researchers lose some important information when they assign consumers to one cluster and the probabilities of belonging to two or more clusters do not differ significantly (Chaturvedi, Carroll, Green, & Rotondo, 1997; Chiang, 2011; Li et al., 2013). Thus, the adoption of a fuzzy hybrid segmentation methods presents as one of the main advantages that the requirement of the segmentation of consumers in only one segment is dropped. Thus, a membership function is assigned to each consumer, in which the strength of belonging can determine whether there are pure or more ambivalent consumers (Kruse, Döring and Lesot, 2007).

The basics of the hybrid fuzzy cluster algorithm are presented below. The method is an extension of the Bagged Cluster algorithm introduced by Leisch (1999). Interested readers are referred to D'Urso et al. (2013, 2015, 2016) to get more information. The fuzzy C-means algorithm for fuzzy data (FCM-FD) is adopted and it can be expressed as follows:

$$\left\{ \begin{array}{l} \min : \sum_{i=1}^n \sum_{o=1}^O u_{io}^m d_F^2(\tilde{x}_i, \tilde{p}_o) = \sum_{i=1}^n \sum_{o=1}^O u_{io}^m [w_2^2 \|a_2^i - p_2^o\|^2 + \\ \quad + w_1^2 (\|a_1^i - p_1^o\|^2 + \|a_3^i - p_3^o\|^2)] \\ s.t. \quad m > 1, u_{io} \geq 0, \sum_{o=1}^O u_{io} = 1, \\ \quad w_1 \geq w_2 \geq 0, w_1 + w_2 = 1 \end{array} \right. \quad (8)$$

Where,  $d_F^2(\tilde{x}_i, \tilde{p}_o)$  represents the squared fuzzy distance between the *i*th resident and the profile of the *c*th cluster; the  $\tilde{x}_i \equiv \{\tilde{x}_{ik} = (a_{1ik}, a_{2ik}, a_{3ik}) : k = 1 \dots K\}$  denotes the TFN vector for the *i*th resident obtained from the observation of the *K* attributes, in our case 10;  $\tilde{p}_c \equiv \{\tilde{p}_{ck} = (p_{1ck}, p_{2ck}, p_{3ck}) : k = 1 \dots K\}$  represents the fuzzy profile of the *c*th cluster;  $\|a_2^i - p_2^o\|^2$  is the squared Euclidian distances between the centres of the TFN vectors of the *i*th

resident and profile of the  $c$ th cluster;  $\|a_1^i - p_1^c\|^2$  and  $\|a_3^i - p_3^c\|^2$  are the squared Euclidian distances between the left and right extreme components of the TFN vectors of the  $i$ th resident and profile of the  $c$ th cluster, respectively;  $w_1 \geq w_2 \geq 0$  are suitable weights for the center and extreme components for the fuzzy distance considered;  $m > 1$  is a weighted exponent that controls the fuzziness of the obtained partition;  $u_{ic}$  gives the membership degree of the  $i$ th resident in the  $c$ th cluster. The discussion of cluster validation and cluster profiles is omitted and interested readers are referred again to D'Urso et al. (2013, 2015, 2016).

## 5. RESULTS AND DISCUSSION

Table 4 shows the TFNs and defuzzified values that correspond to the total, the residents who do and do not work directly on tourism. It can be seen that the TFN matrix contains a lot of information that cannot be easily interpreted and this is usually a source for tension and stress of the readers who are not familiar with the fuzzy set theory. Looking at the values of the respective TFNs, it can be seen that the majority of the TFNs overlap, showing the essence of the fuzzy set theory when the information is extracted from the uncertainty generated by the Likert scales. Nevertheless, analysing the crisp information provided in the Table, it can be inferred that for the average resident, the more positive impacts are observed in the generation of wealth and economic growth and the creation of jobs. On the other hand, the more negative impacts are observed in the containment of prices and the availability of affordable housing. A similar pattern is also observed for each of the segments.

The results are clearly concordant with those obtained by Aguiló and Rosselló (2005). The authors, analysing the residents' perception in the Balearic Islands, find that the economic impact of tourism is positively evaluated as 91%, 83% and 86% of the sample agrees that it generates employment, attracts investment, and generates business opportunities for local residents, respectively. On the other hand, they also find that there is a general perception that tourist development is also responsible for high price levels. Akis, Peristianis, and Warner (1996) find that the creation of jobs is not the only positive economic impact that matters, as, in Cyprus, the authors find that the local residents show a negative perception on tourism development because the local wage distribution changes replacing high-wage with low-wage jobs, and the tax liabilities increase.

Table 4. **TFNs and Crisp values. Total and Work in tourism**

Attributes	Total		Work in Tourism		Do not work in tourism	
	TFN	Crisp value	TFN	Crisp value	TFN	Crisp value
Creation of jobs	(52.06, 63.99, 74.42)	63.62	(51.78, 64.17, 74.37)	63.62	(52.24, 63.74, 74.41)	63.53
Improvement of Infrastructures	(49.84, 62.00, 72.89)	61.68	(49.31, 61.78, 72.67)	61.39	(50.24, 62.11, 73.03)	61.87
Generation of wealth and economic growth	(51.80, 64.59, 75.29)	64.07	(51.90, 64.98, 75.14)	64.25	(51.63, 64.17, 75.40)	63.84
Conservation of the environment	(34.78, 46.48, 59.38)	46.78	(35.34, 47.53, 60.32)	47.68	(34.14, 45.34, 58.33)	45.79
Improvement of cultural offer and leisure	(47.36, 59.69, 71.66)	59.60	(46.54, 59.01, 70.86)	58.86	(48.24, 60.41, 72.45)	60.38
Improvement of the quality of life	(46.83, 60.08, 72.32)	59.83	(48.54, 61.95, 73.41)	61.46	(45.18, 58.26, 71.23)	58.23
Increase citizen security	(42.77, 55.60, 68.37)	55.58	(43.89, 56.56, 68.99)	56.50	(41.78, 54.70, 67.75)	54.73
Availability of affordable housing	(28.05, 40.57, 54.48)	40.92	(27.38, 39.22, 53.16)	39.74	(28.79, 41.98, 55.91)	42.17
Containment of prices	(25.07, 36.02, 49.84)	36.74	(23.97, 34.38, 48.02)	35.19	(26.27, 37.79, 51.73)	38.39
Improvement of public services	(46.48, 58.49, 70.50)	58.49	(47.69, 59.46, 71.12)	59.43	(45.22, 57.47, 69.84)	57.50

Source: *Own elaboration*

The positive and negative ideal solutions (PIS and NIS) are now calculated according to equations (3) and (4). Table 5 shows the ideal solutions, and for the sake of exposition, the segment of local residents which is more aligned with the most positive and negative perception towards tourism development is omitted. Nevertheless, it is observed that the more supportive segment is characterized for those who do not have ever an encounter with tourists. On the other hand, the negative ideal solution is more characterized by those residents who totally disagree about the excessive dependence of air transport and the excessive tourist construction that exists in the south of the island. It is not easy to find a plausible conjecture for these comments, especially the last one. On one hand, regarding the encounters between tourists and local residents, it seems evident that the first observation explains in part the right part of the continuum of tourist-host encounters (Sharpley, 2014). In this part, the contact between local residents and tourists does never exist, and the author concludes that the tourist experience is not affected contrarily to the host perception. On the other hand, the observed segments for the negative ideal solution cannot be easily explained.

Table 5. RPTD. Ideal Solutions

Attributes	Positive	Negative	Perc. Variation
Creation of jobs	74.50	30.00	148%
Improvement of Infrastructures	70.00	30.00	133%
Generation of wealth and economic growth	92.50	50.00	85%
Conservation of the environment	70.00	30.00	133%
Improvement of cultural offer and leisure	77.50	30.00	158%
Improvement of the quality of life	70.00	30.00	133%
Increase citizen security	70.00	30.00	133%
Availability of affordable housing	58.00	26.88	116%
Containment of prices	55.00	21.67	154%
Improvement of public services	70.00	24.38	187%

Source: Own elaboration

The analysis of the vectors of these extreme observations gives very valuable information. First, it can be observed that there is only one attribute that is valued by some segment with the highest positive impact, i.e. all the local residents of a particular segment have answered very positively the impacts of tourism on “generation of wealth and economic growth”. However, on the other negative ideal solution, there are always some residents whose perception is higher than very negatively, as all the attributes show figures higher than 7.5. Another interesting result to highlight is that the positive ideal solution is characterized because all the attributes show figures higher than 50 (positive impacts), and the negative solution only has one attribute, the “generation of wealth and economic growth”, which shows positive impacts. The rest of the attributes shows negative impacts. Analysing the fourth column of the Table, it can be seen that, again, “the generation of wealth and economic growth” shows more homogeneity, and that “the improvement of public services” is seen as more heterogeneous. This last observation can be handled by introducing a tourist tax earmarked for improving public services. Earmarking tourist taxes, normally named eco-taxes, is a frequent practice (Dwyer, Forsyth, & Dwyer, 2010). Nevertheless, the eco-taxes are not easily traced and sometimes they are used for very diverse policies: (1) to fund tourism promotion; (2) to renovate some public or private facilities; (3) to improve the environment; and (4) to be part of the general regional or national budget. Do Valle, Pintassilgo, Matias and André (2012) contend that, in spite of the use of the taxes, the introduction usually create conflicting perceptions among local residents, the local tourist stakeholders and tourists, as the agents usually have very different objectives and preferences. Normally, taxes usually face strong opposition from the direct taxpayers.

## 5.1 The fuzzy clusters

In this study, the three-clusters solution is going to be considered for 2 different scenarios: (1) extreme; and (2) real. The first scenario is characterized by using as the prototypes of the profiles of each of the clusters non-real observations obtained from the ideal solutions of the TOPSIS method, and the ambivalent prototype is the average of the positive and negative ideal solutions. The second scenario is characterized by real observations in which the prototypes are selected according to the minimum, the maximum and the median of the synthetic RPTD index. D'Urso et al. (2016) contend that the three-clusters solution usually permit researchers to obtain a better image of the market segment independently of the best solution obtained by some statistical indicator based on the within clusters variability. Table 6 shows the three profiles or prototypes for the two scenarios, and for the sake of exposition, the fuzzy conversion is reversed to present the crisp information. Thus, the Table shows a vector of 10 values, instead of the respective representative TFN vector. It can be seen that the names of the prototypes are as follows: (1) Lovers; (2) Haters; and (3) Ambivalent. The meaning of the names is clear as the first cluster is characterized by those residents whose RPTD synthetic indicator is closer to 1. The second cluster, on the other hand, is characterized by those residents who observe more negative impacts than positive impacts. And finally, the third cluster is an intermediate cluster characterized by some positive and negative impacts at the same time. The difference between the two scenarios is based on the selection of the positive and negative individual ideal solutions for the first scenario, meanwhile the second scenario is characterized by real observations in the sample of residents. The difference will be clearer in the discussion of the membership function.

Table 6. RPTD. 3-clusters Profiles

Attributes	Extreme scenario			Real scenario			K-means (3)		
	Lovers	Haters	Ambivalent	Lovers	Haters	Ambivalent	Lovers	Cautious Lovers	Haters
Creation of jobs	5	2	4	4	2	4	4	4	3
Improvement of Infrastructures	5	2	4	4	2	4	4	4	3
Generation of wealth and economic growth	5	2	4	5	3	3	4	4	3
Conservation of the environment	5	1	3	4	1	4	4	2	3
Improvement of cultural offer and leisure	5	1	3	4	2	3	4	3	3
Improvement of the quality of life	5	1	3	5	2	4	4	4	3
Increase citizen security	5	1	3	5	2	4	4	3	3
Availability of affordable housing	4	1	3	4	2	3	3	2	2
Containment of prices	5	1	3	5	1	2	3	2	2
Improvement of public services	5	1	3	5	2	2	4	4	2

Source: Own elaboration

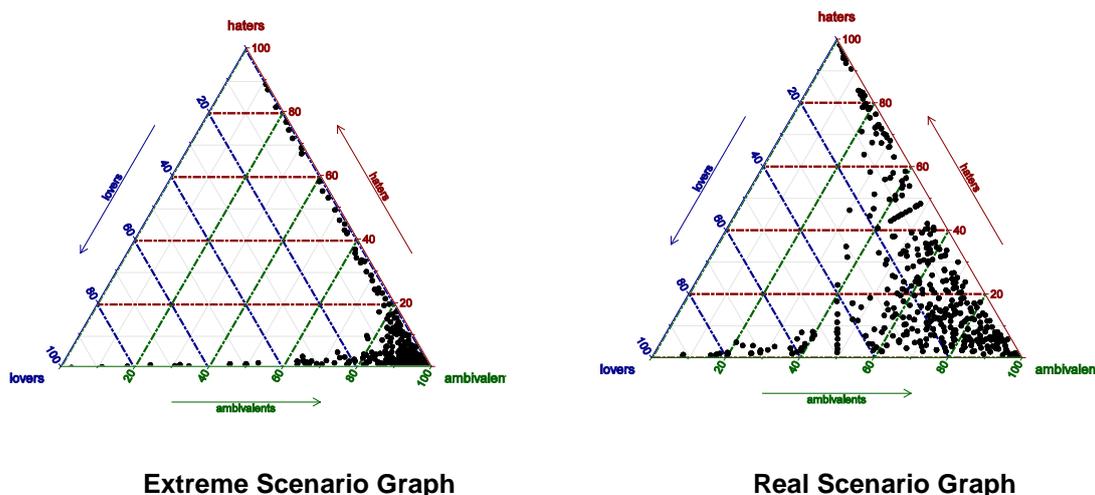
It can be observed that the profile for the extreme lovers is characterized for perceiving nine attributes of the scale as very positive. The unique exception is the availability of affordable housing which is perceived by the prototype as positive. Regarding the extreme haters, the prototype is characterized by perceiving the impacts of tourism as negative or very negative. There is an apparent duality between the impacts on the economy which are perceived as negative from the other two sociocultural and the environment, which are perceived as very negative. Analysing now the real scenario, it is observed that the lovers have less love than the extreme case, as there are four additional impacts that are perceived as only positive: (1) creation of jobs; (2) improvement of infrastructures; (3) conservation of the environment; and (4) improvement of cultural offer and leisure. There is a balance between the positive (5) and the very positive impacts (5). Similarly, the haters do not hate tourism development as much as the extreme haters. Now, the distribution of the residents' perception for the hater prototype shows

only 2 very negative impacts for the conservation of the environment and the containment of prices; and the impact for the generation of wealth and economic growth is perceived as neutral; for the rest of the seven impacts of the scale, the perception of the prototype is negative. The ambivalent prototype of the real scenario is characterized by: (1) three neutral impacts for generation of wealth and economic growth, improvement of cultural offer and leisure and availability of affordable housing; (2) two negative impacts for containment of prices and improvement of public services; and (3) 5 positive impacts for the rest of the impacts not mentioned above.

It is out of the scope of the current paper to compare statistically the fuzzy clustering method with other more conventional cluster methods such as k-means or hierarchical. Nevertheless, unlike these conventional methods, the fuzzy clustering technique does not partition data into mutually exclusive clusters, which is an advantage for the purpose of our study, and the profiles for each of the representative clusters are primarily selected. Table 6 shows that applying the k-means cluster method for 3 clusters, the obtained solution is very different from the one obtained by the fuzzy clustering method, as the clusters are now characterized by lovers, cautious lovers and haters. The main change is produced in the intermediate cluster in which the fuzzy clustering does not select any particular attribute as the main direction for showing ambivalence. Meanwhile, in the k-means method, the cautious-lovers are characterized by seeing as positive all the attributes included in the scale except those related to the conservation of the environment, the availability of affordable housing and the containment of prices. Interestingly, the profiles of the prototypes of the real case scenario are correctly included in the plausible clusters, that is, the fuzzy lover prototype is included in the lovers' cluster, the ambivalent prototype is included in the cautious-lovers cluster, and the haters prototype is included in the haters cluster.

Figure 1 shows the ternary plot for the two scenarios. The ternary plots are an adequate tool to represent graphically the distribution of the residents according to the membership degree when the analysis is based on the three-clusters solution. The graph permits a better understanding on how the residents are distributed among the three clusters. Analysing the left graph (extreme case scenario), it is observed that there is a considerable group of residents who belong to the "ambivalent perception" with a high membership degree (between 80% and 100%). The majority of the residents are situated in the small triangle of the right vertex where the pure ambivalent prototype is situated. This triangle is characterized because the complementarity probability is split between the other two clusters, "lovers" and "haters". There is also a small group of "lovers" and "ambivalents" characterized by laying in the line joins both clusters. Similarly, there is also a more numerous groups of residents characterized by being "haters" and "ambivalents". It is not a surprise that there are no residents laying in the line that joins "haters" and "lovers". Calculating the average probability of the membership degree, it is obtained that "lovers" are in average represented by 9 per cent, "haters" by 7 per cent, and "ambivalents" by 84 per cent. Thus, it can be concluded that in Gran Canaria, the residents are aware of the positive and negative impacts of tourism as they have been living with the sector for more 60 years.

Figure 1. Ternary Graphs. RPTD Fuzzy Clustering



Source: Own elaboration

The right graph represents the second scenario (real) in which the prototypes are chosen from the sample as observed residents. Thus, it can be seen that there are three pure cases which correspond to these real observations and lay in the vertices of the triangle. Interestingly, it can be seen that this scenario presents a higher heterogeneity, but the same pattern is still observed regarding the most representative group of residents which lays still in the small triangle nearest to the vertex of “ambivalents”. The mixed groups of “lovers” and “ambivalents” and “haters” and “ambivalents” are still present but with a higher degree of dispersion than in the first scenario. A small new mixed group of “lovers”, “haters” and “ambivalents” exists as there are some residents who lay in the central small triangles characterized by balanced membership degrees among the three clusters. In this case, the distribution of the membership degree is more balanced than in the first scenario, as “lovers”, “haters” and “ambivalents” are represented by 19.6 %, 21.8 % and 58.6 %, respectively. It is interesting to remark that the average distribution of “lovers” and “haters” has now increased, and that the magnitude between them has been reversed as now there are more “haters” than “lovers”. A very preliminary analysis of some factors that can affect the cluster membership as sex or residing in a tourist municipality shows that the clusters are not highly differentiated for these factors. For example, for residents in a tourist municipality, the clusters are represented by 19.1 %, 19.2 % and 61.7 %, respectively; meanwhile for those who do not reside in a tourist area, the percentages are very similar: 20 %, 23.9 % and 56.1 %. Any test to compare the means for the clusters according to the two variables allow to determine that clusters do not have significant different means according to the sex or the tourist residential area.

In summary, the real case scenario seems to discriminate less than the extreme case scenario, but in both cases, it is clear that the residents of Gran Canaria seem to be really aware of the benefits and the costs associated with tourism development. The results can also be used

by DMO managers or other industrial stakeholders, like hoteliers and chamber of commerce, to analyse with other research studies whether the more negative impacts seen for each cluster, especially for the group of “haters”, are or not real. Thus, it would be necessary to analyse the environmental costs and degradation produced by the tourist activities. Similarly, an analysis of the containment of prices would also be necessary. Thus, residents could be better informed and the perception towards tourism development would be better decided.

## 6. CONCLUSIONS

The analysis of the host communities' support for tourism development is crucial for the own success. The scale to measure the residents' perception towards tourism is still debatable. Our study, after an extensive literature review, develops a RPTD scale based on 10 attributes that contain the main positive and negative impacts seen in previous research. The study does not develop or refine a residents' perception scale as this is not the main objective of the paper.

The paper applies for the first time a fuzzy hybrid clustering method to analyse the residents' perception towards tourism development in Gran Canaria, Spain. Gran Canaria is seen as a remarkable case study to analyse the topic from two well established theories used in the field: (1) The Social Exchange Theory; and (2) the Tourism Area Life Cycle. The paper proposes a fuzzy hybrid method to calculate a synthetic RPTD index and a fuzzy hybrid clustering method to obtain three clusters named as “lovers”, “haters” and “ambivalents”. Important insights from the results have been discussed and might be of interest for different stakeholders, mainly politicians, residents, policy makers and the main tourist associations. Specifically, our findings show that the main benefits of the tourism development are associated to economic benefits, and that, on the other hand, the negative impacts are more related with the environment. The Butler's Tourism Area Life Cycle (TALC) in Gran Canaria makes that the majority of the residents can be considered “ambivalents”. Nevertheless, a word of caution is given to the authorities, as the group of “haters” is not negligible in the second scenario. The negative residents' perception may decrease the tourist competitiveness of the area (Diedrich and García-Buades, 2009).

From the four key generic strategic objectives that should be addressed by destination marketing organizations (DMOs) (Buhalis, 2000): (1) Enhance the long-term prosperity of local people; (2) Delight visitors by maximising their satisfaction; (3) Maximise profitability of local enterprises and maximise multiplier effects; (4) Optimise tourism impacts by ensuring a sustainable balance between economic benefits and socio-cultural and environmental costs (p.100). The results of our study can help DMOs to the first and fourth objectives.

In this regard, politicians and policy makers need to envisage strategies leading to have happy hosts (Snaith and Haley, 1999), as these are crucial for the destination to be competitive in this global industry. The research agenda also needs to incorporate more quantitative analysis to evaluate the impacts of the sector, as part of the discourse that prevails in the formation of residents' perception is more grounded in ideological positions. Similarly, Harrill (2004) contends that those in charge of tourism planning and development need to focus more in the well-being of the local communities minimizing the negative impacts.

The study is not exempt from some limitations. First, the study does not analyse other scenarios considering more clusters. “Ambivalents” is a wide cluster that can include other important segments that have been analysed in other studies like, for example, “cynics”, “prudents” or “romantics” (Sharpley, 2014). Similarly, the cautious-lovers found by applying the k-means method is also an hybrid of this ambivalent situation. Second, RPTD can be affected by the instrumental scale used in the study, and for this reason, a further analysis regarding different scales is urgently needed. It would be difficult, if not possible, to find an universal scale that measures RPTD in all the contexts. Third, the study finds that the residents are not homogenous regarding RPTD, but knowing the relationship between the membership degree for each cluster and other socio-demographic variables would also be a promising area for future research, especially now, that some tourism phobia is appearing as a reaction in areas where the implementation of the sharing economy apartments is very strong. Fourth, the analysis could also be improved with a longitudinal vision considering, for example, the administration of the survey before and after giving the results of the benefits and costs of the tourist industry.

## 7. REFERENCES

- Aguiló, E., & Rosselló, J. (2005). Host community perceptions: a cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 925-941.
- Akis, S., Peristianis, N., & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481-494.
- Almeida García, F., Balbuena Vázquez, A., & Cortés Macías, R. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives*, 13, 33–40. <http://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.11.002>
- Andriotis, K., & Vaughan. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: the case of Crete. *Journal of Travel Research*, 42(2). 172-185.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37(2), 120-130.
- Bai, C., Dhavale, D. & Sarkis, J. (2014). Integrating Fuzzy C-Means and TOPSIS for performance evaluation: An application and comparative analysis. *Expert Systems with Applications*, 41(9), 4186-4196.

Behzadian, M., Khanmohammadi Otaghsara, S., Yazdani, M., & Ignatius, J. (2012). A state-of-the-art survey of TOPSIS applications. *Expert Systems with Applications*, 39(17), 13051-13069.

Benítez, J. M., Martín, J. C., & Román, C. (2007). Using fuzzy number for measuring quality of service in the hotel industry. *Tourism management*, 28(2), 544-555.

Bhat, C. R., & Dubey, S. K. (2014). A new estimation approach to integrate latent psychological constructs in choice modeling. *Transportation Research Part B: Methodological*, 67, 68–85. <http://doi.org/10.1016/j.trb.2014.04.011>

Brida, G., Chiappa, G., Meleddu, M., and Pulina, M. (2014). A comparison of residents' perceptions in two cruise ports in the Mediterranean Sea. *International Journal of Tourism Research*, 16(2), 180-190.

Brida, G., Disegna, M. and Osti, L. (2014). Residents' attitudes and perceptions of tourism impacts and their policy implications. *TOURISMOS: An International Multidisciplinary Journal of Tourism* 9(1): 37-72.

Buckley, J. J. (1985). Ranking alternatives. Using fuzzy numbers. *Fuzzy Sets and Systems*, 15(1), 21–31.

Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116.

Bujosa, A., & Rosselló, J. (2007). Modelling environmental attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 28,688–695.

Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1), 5-12.

Cardona, J. R., Bassi, D. Á., & Dolores Sánchez-Fernández, M. (2019). The residents' attitudes towards incoming tourism in Punta Del Este, Uruguay. In M. A. Camilleri (Ed.), *Tourism Planning and Destination Marketing* (pp. 99-119). Bingley, UK: Emerald Publishing Limited.

Carmichael, B. (2000). A matrix model for resident attitudes and behaviours in a rapidly changing tourist area. *Tourism Management*, 21(6), 601-611

Chaturvedi, A., Carroll, J. D., Green, P. E., & Rotondo, J. A. (1997). A feature-based approach to market segmentation via overlapping k-centroids clustering. *Journal of Marketing Research*, 34, 370-377.

Chen, S.M. (1996). Evaluating weapon systems using fuzzy arithmetic operations. *Fuzzy Sets and Systems*, 77(3), 265-276

Chiang, W.-Y. (2011). Establishment and application of fuzzy decision rules: an empirical case of the air passenger market in Taiwan. *International Journal of Tourism Research*, 13, 447-456.

Del Chiappa, G., Lorenzo-Romero, C., and Gallarza, M. (2018). Host community perceptions of cruise tourism in a homeport: A cluster analysis. *Journal of Destination Marketing & Management*, 7, 170-181.

Delamere, T. A. (1998). Development of a scale to measure local resident attitudes toward the social impact of community festivals. Unpublished PhD dissertation, University of Alberta.

Dickson, J., & Albaum, G. (1977). A Method for Developing Tailormade Semantic Differentials for Specific Marketing Content Areas. *Journal of Marketing Research*, 14(1), 87-91.

Diedrich, A., & Garcia-Buades, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512-521

Do Valle, P. O., Pintassilgo, P., Matias, A., & André, F. (2012). Tourist attitudes towards an accommodation tax earmarked for environmental protection: A survey in the Algarve. *Tourism Management*, 33(6), 1408–1416. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.01.003>

Doxey, G. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences. In Proceedings of the sixth annual conference of the travel research association (pp. 195-198). San Diego, CA: Travel and Tourism Research Association.

D'Urso, P., De Giovanni, L., Disegna, M., & Massari, R. (2013). Bagged clustering and its application to tourism market segmentation. *Expert Systems with Applications*, 40, 4944-4956. <http://dx.doi.org/10.1016/j.eswa.2013.03.005>.

D'Urso, P., Disegna, M., Massari, R., & Osti, L. (2016). Fuzzy segmentation of postmodern tourists. *Tourism Management*, 55, 297–308. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.018>

D'Urso, P., Disegna, M., Massari, R., & Prayag, G. (2015). Bagged fuzzy clustering for fuzzy data: an application to a tourism market. *Knowledge-Based Systems*, 73, 335-346.

Dwyer, L., Forsyth, P., & Dwyer, W. (2010). *Tourism economics and policy* (Vol. 3). Bristol (UK): Channel View Publications.

- Franzidis, A., & Yau, M. (2018). Exploring the differences in a community's perception of tourists and tourism development. *Tourism Planning & Development*, 15(4), 382-397.
- Godfrey, K. B. (1998). Attitudes towards 'sustainable tourism' in the UK: a view from local government. *Tourism Management*, 19(3), 213-224.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of tourism research*, 29(1), 79-105.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251-266.
- Hwang, C. & Yoon, K. (1981). *Multiple attribute decision making: Methods and application*. New York: Springer.
- ISTAC (2017). <http://gobiernodecanarias.org/istac/>. Accessed on 01 June 2018.
- Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- Kaufmann, A., & Gupta, M. (1988). *Fuzzy mathematical models in engineering and management science*. New York, NY: Elsevier Science.
- Kotler, P. (1988). *Marketing management* (6th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kruse, R., Döring, C. & Lesot, M.-J. (2007). Fundamentals of fuzzy clustering. In J. V. de Oliveira, & W. Pedrycz (Eds.), *Advances in fuzzy clustering and its applications* (pp. 3-30). John Wiley & Sons.
- Kumar, H. (2017). Some Recent Defuzzification Methods. In D-F Le (Ed.), *Theoretical and Practical Advancements for Fuzzy System Integration* (pp. 31-48). Hershey, PA: IGI Global.
- Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of tourism research*, 21(1), 121-139.
- Leisch, F. (1999). Bagged clustering. Working paper 51 SFB Adaptive Information Systems and Modelling in Economics and Management Science WU Vienna University of Economics and Business.

- Li, X., Meng, F., Uysal, M. and Mihalik, B. (2013). Understanding China's long-haul outbound travel market: an overlapped segmentation approach. *Journal of Business Research*, 66, 786-793.
- Lindberg, K., & Johnson, R. L. (1997). Modeling resident attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-424.
- Mamdani, E. & Assilian, S. (1975). An experiment in linguistic synthesis with a fuzzy logic controller. *International Journal of Man-Machine Studies*, 7(1), 1-13.
- Martin, B. S. (1999). The efficacy of growth machine theory in explaining resident perceptions of community tourism development. *Tourism Analysis*, 4(1), 47-55
- Martín, H. S., de los Salmones Sánchez, M. M. G., & Herrero, Á. (2017). Residents' attitudes and behavioural support for tourism in host communities. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 00(00), 1–13. <http://doi.org/10.1080/10548408.2017.1357518>
- Martin, J. C., Marrero-Rodríguez, J. R., Moreira, P., Román, C., & Santana, A. (2016). How access transport mode to a world Heritage City affects visitors' experienced quality. *Tourism Economics*, 22(2). <http://doi.org/10.5367/te.2016.0550>
- McCaughey, R., Mao, I., & Dowling, R. (2018). Residents' perceptions towards cruise tourism development: the case of Esperance, Western Australia. *Tourism Recreation Research*, 43(3), 403-408.
- Muresan, I., Oroian, C., Harun, R., Arion, F., Porutiu, A., Chiciudean, G and Lile, R. (2016). Local residents' attitude toward sustainable rural tourism development. *Sustainability*, 8(1), 100.
- Nunkoo, R., Smith, S. L. J., & Ramkissoon, H. (2013). Residents' attitudes to tourism: a longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 5–25. <http://doi.org/10.1080/09669582.2012.673621>
- Olya, H. G., & Gavilyan, Y. (2017). Configurational models to predict residents' support for tourism development. *Journal of Travel Research*, 56(7), 893-912.
- Osagie, I., & Buzinde, C. N. (2011). Culture and postcolonial resistance: Antigua in Kincaid's A Small Place. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 210-230.
- Peters, M., Chan, C. S., and Legerer, A. (2018). Local perception of impact-attitudes-actions towards tourism development in the Urlaubsregion Murtal in Austria. *Sustainability*, 10(7), 2360.

Saayman, M., Martín, J. C., & Román, C. (2016). There is no fuzziness when it comes to measuring service quality in national parks. *Tourism Economics*, 22(6), 1207-1224.

Saeida Ardakani, S., Nejatian, M., Farhangnejad, M. A. & Nejati, M. (2015). A fuzzy approach to service quality diagnosis. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(1), 103-119.

Šegota, T., Mihalič, T., and Kuščer, K. (2017). The impact of residents' informedness and involvement on their perceptions of tourism impacts: The case of Bled. *Journal of destination marketing & management*, 6(3), 196-206.

Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37–49. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>

Sirakaya, E., Jamal, T. B., & Choi, H. S. (2001). Developing indicators for destination sustainability. In D.B. Weaver (Ed.), *The encyclopedia of ecotourism* (pp. 411-432). New York: CAB International.

Snaith, T., & Haley, A. (1999). Residents' opinions of tourism development in the historic city of York, England. *Tourism Management*, 20(5), 595–603. [http://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00030-8](http://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00030-8)

UNWTO (2018). *World Tourism Barometer*, 18(3). Madrid: UNWTO.

Uysal, M., Perdue, R., & Sirgy, M. J. (Eds.). (2012). *Handbook of tourism and quality-of-life research: Enhancing the lives of tourists and residents of host communities*. Berlin: Springer Science & Business Media.

Vargas-Sánchez, A., Plaza-Mejía, M., & Porrás-Bueno, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387.

Yu, C.P., Chancellor, H.C., & Cole, S.T. (2011). Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: A re-examination of the sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 50, 57–63.

Zadeh, L. A. (1965). Fuzzy sets. *Information and Control*, 8(3) 338-353.

Zadeh, L. A. (1975). The concept of a linguistic variable and its application to approximate reasoning: I. *Information Science*, 8(3), 199-249.

- Zadeh, L. A. (1984). Making computers think like people. *Spectrum, IEEE*, 21(8), 26–32.
- Zeleny, M. (1982). *Multiple Criteria Decision Making*. New York: McGraw-Hill.
- Zerva, K., Palou, S., Blasco, D., & Donaire Benito, J. A. (2018). Tourism-philía versus tourism-phobia: residents and destination management organization's publicly expressed tourism perceptions in Barcelona. *Tourism Geographies*, 0(0), 1–24. <http://doi.org/10.1080/14616688.2018.1522510>
- Zhang, J., Inbakaran, R., & Jackson, M. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host-guest interaction in the urban-rural border region. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 8(2), 182–204. doi:10.1080/14616680600585455
- Zhang, J., Prater, E., & Lipkin, I. (2013). Feedback reviews and bidding in online auctions: an integrated hedonic regression and fuzzy logic expert system approach. *Decision Support Systems*, 55, 894-902. <http://dx.doi.org/10.1016/>

## **CONSIDERACIONES SOBRE LA PERCEPCIÓN SOCIAL DEL TURISMO EN GRAN CANARIA: FACTORES DETERMINANTES**

### **Resumen**

Analizamos los principales factores determinantes de las opiniones de los residentes en Gran Canaria sobre el turismo y sus efectos, así como sobre los turistas en sí mismo. Cabe destacar la importancia de este sector en la economía y sociedad de la isla, y la opinión formada y crítica de sus residentes al respecto de este fenómeno. Comentamos las principales variables explicativas y los variados matices y terceras variables intervinientes en tales opiniones: lo cual consideramos un aporte interesante para la comprensión de la opinión pública al respecto de un fenómeno tan complejo como diverso.

**Palabras clave:** Turismo, Residentes, Gran Canaria, Factores Determinantes

## **CONSIDERATIONS ON THE SOCIAL PERCEPTION OF TOURISM IN GRAN CANARIA: DETERMINANT FACTORS**

### **Abstract**

We analyze the main determinants of the opinions of the residents of Gran Canaria about tourism and its effects, as well as on the tourists themselves. It is important to emphasize the importance of this sector in the economy and society of the island, and the formed and critical opinion of its residents about this phenomenon. We comment the main explanatory variables and the varied nuances and third variables involved in such opinions: which we consider an interesting contribution for the understanding of the public opinion regarding a phenomenon as complex as diverse.

**Keywords:** Tourism, Residents, Gran Canaria, Determinant Factors

### **1. INTRODUCCIÓN**

La dificultad intrínseca planteada en los estudios sobre la percepción social del turismo ha sido señalada por varios autores. El planteamiento de Monterrubio (2008) destaca la necesidad de más estudios comparativos que consideren a su vez los diferentes contextos y realidades. A nivel teórico plantea la inexistencia de estándares de medición que permitan extrapolar metodologías y conclusiones, considerando además de enorme dificultad que eso pueda suceder. Lo que estaría provocando, en muchas ocasiones que se publiquen estudios con conclusiones opuestas sobre situaciones similares. A similar conclusión llega Sharpley (2014)

quien destaca la falta de estándares comunes como base para los estudios de caso y la enorme diversidad de contextos y destinos. Todo lo cual haría inviable un modelo general de metodología de estudio o planificación.

No obstante, la Teoría del Intercambio Social se perfila como la teoría más comúnmente aceptada y utilizada por los investigadores: estando representada en el 56,3% de las publicaciones (Nunkoo et al. 2013). Siendo Ap (1992) uno de los primeros autores que se basa en esta teoría, destacando como unidad de análisis la relación de intercambio en sí misma y los procesos implicados. Las actitudes de los residentes estarían influenciadas por los impactos positivos y negativos percibidos, existiendo una evaluación racional de las ventajas y desventajas de tal intercambio (Andereck et al. 2005).

En el marco de ese intercambio se sucederían entre los residentes diferentes intensidades en el umbral de tolerancia de la capacidad de carga del destino. Doxey (1975) propone el índice de irritación turística o "Irridex Model" para medir tal umbral: relacionándolo con las etapas de desarrollo y constituido por las fases de euforia, apatía, fastidio, y antagonismo. Por su parte Dogan (1989) analiza las estrategias de los residentes sobre el desarrollo turístico como de: resistencia, repliegue, mantenimiento de límites, revitalización, y adopción. Mientras que Ap y Crompton (1993) plantean cuatro las fases consecutivas: adopción, tolerancia, ajuste, y retirada. Adentrándonos en las tipologías de residentes y su aprobación o rechazo al turismo, destaca la propuesta de Davis et al. (1988) con 5 tipos: quienes odian al turismo, quienes lo aman, los románticos cautos, los intermedios y quienes lo aman por algún motivo o razón.

El objetivo de este capítulo es arrojar algo de luz a este complejo problema explorando algunos de los factores determinantes de las opiniones de los residentes sobre los efectos del turismo y los turistas en la isla de Gran Canaria (España) uno de los principales destinos turísticos internacionales. El análisis basa en la estimación de modelos Logit Ordinal a partir de los datos proporcionados por una encuesta dirigida a los residentes en Gran Canaria.

## 2. METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS DE RESPUESTAS ORDENADAS

Los modelos ordinales son modelos de regresión que se utilizan en los casos donde la variable dependiente adquiere forma ordenada y con categorías diferentes. El modelo Logit Ordinal que utilizamos tiene la forma de regresión latente:  $Y^* = \beta' X + \varepsilon$

$Y^*$  es la variable dependiente y latente no observada de forma directa.  $\beta' X$  la parte medible que se representa como una combinación lineal de parámetros desconocidos y atributos o variables explicativas y  $\varepsilon$  el error aleatorio que sigue una distribución logística en este caso. La variable dependiente se mide por un conjunto de indicadores de la siguiente forma:

$$\begin{aligned} Y = 0 & \text{ si } -\infty < Y^* \leq \mu_0 \text{ con } \mu_0 = 0 \\ Y = 1 & \text{ si } \mu_0 < Y^* \leq \mu_1 \\ Y = 2 & \text{ si } \mu_1 < Y^* \leq \mu_2 \\ Y = 3 & \text{ si } \mu_2 < Y^* \leq \mu_3 \end{aligned}$$

$$Y = 4 \quad \text{si} \quad \mu_3 < Y^* \leq \mu_4 = +\infty$$

Siendo  $\mu_j$  un conjunto de parámetros desconocidos a estimar que indican los límites de cada categoría. Cabe destacar que para este modelo la recodificación parte de 0 por una cuestión de identificación de los parámetros de los valores umbrales. A través de estas hipótesis el Modelo Logit Ordinal nos permite estimar los parámetros desconocidos  $\beta$  y los valores umbrales que definen las categorías  $\mu_j$  así como la probabilidad de pertenencia a las diferentes categorías para cada encuestado. En relación a la interpretación de los parámetros tendremos en cuenta que cuando  $\beta$  es estimado con signo positivo significa que aumenta la probabilidad de estar en la categoría superior y disminuye la de estar en la categoría inferior. Y cuando  $\beta$  es estimado con signo negativo, disminuye la probabilidad de estar en la categoría superior y aumenta la de estar en la categoría inferior.

Los modelos ordinales fueron introducidos por Mckelvey et al. (1975) desarrollando supuestos similares a los modelos lineales y para ser utilizados cuando la variable dependiente observada es ordinal. Estos modelos representan una extensión del modelo probit dicotómico y asumen a su vez que la naturaleza ordinal de la variable dependiente se debe a limitaciones metodológicas de la recolección de datos. El modelo asume un efecto lineal de cada variable independiente, así como una serie de puntos de corte o ruptura entre las categorías de la variable dependiente. Una guía teórico-práctica más actualizada de los modelos Logit Ordinales se puede consultar en Greene et al. (2010). En esta guía los autores proponen modelos de elección ordenada a través de una metodología que permite explicar las influencias en la elección hecha entre un conjunto de alternativas ordenadas. Los métodos han evolucionado hacia un considerable nivel de sofisticación. Permitiendo una gran heterogeneidad en los parámetros de los umbrales, en las variables explicativas, y en la descomposición de la varianza residual.

### 3. DATOS

Los datos utilizados en este trabajo provienen de una encuesta realizada a 504 residentes de la isla de Gran Canaria, entre el 6 y el 29 de junio de 2012, con cuotas según sexo y zona de residencia turística o no turística y con un nivel de confianza del 95% (Tabla 1). La isla de Gran Canaria cuenta con 21 Municipios de los cuales 2 de ellos han sido declarados Municipios turísticos (San Bartolomé de Tirajana y Mogán). Aunque en términos generales el turismo visita gran parte de la isla, destacando la capital Las Palmas de Gran Canaria. Cabe reseñar que el porcentaje de residentes en los Municipios turísticos es del 9,1%, motivo por el cual, y para que no queden infrarrepresentados en la muestra representativa, hemos elevado su participación en la encuesta al 45,4%. También hemos utilizado como variable de estratificación y cuota, el sexo (mujer, 50,5%, hombre, 49,5%). El objetivo principal del estudio era conocer las opiniones de los residentes sobre el turismo y sus efectos positivos y negativos en el destino. Así como sus actitudes y preferencias según los tipos de turistas y la interacción con ellos. También preguntamos sobre la situación general del turismo y las políticas turísticas. Incidiendo en medir

y valorar la influencia de las principales variables sociodemográficas en tales opiniones y actitudes.

Entre las principales variables sociodemográficas destacan entre otras, el trabajar o haber trabajado en turismo: porcentaje que ronda el 30%, llegando al 44% si consideramos a algún familiar del encuestado. El grupo de edad más numeroso es el de 45 a 59 años, seguidamente los grupos: de 30 a 44 años, de 60 años o más, y de 18 a 29 años. Considerando el mayor nivel de estudios alcanzado, el más frecuente es Primaria (33,9%), seguidamente el Bachiller o FPII (27,8%). Significativamente menores porcentajes de estudios tienen los encuestados con Secundaria y Universidad. La renta más frecuente se da en el tramo de los ingresos de 501 a 1000 €, seguidamente el comprendido entre los 1001 a 1500 € representando entre ambos grupos algo más de 4 de cada 10 encuestados (42,7%).

**Tabla 1. Principales variables sociodemográficas de los encuestados**

<b>Zona de residencia</b>		
	Zona turística	45,4
	Zona no turística	54,6
<b>Trabaja o ha trabajado en turismo</b>		
	Sí	32,0
	No	68,0
<b>Trabaja o ha trabajado en turismo (familiar)</b>		
	NS/NC	0,2
	Sí	44,0
	No	55,9
<b>Sexo</b>		
	Hombre	49,5
	Mujer	50,5
<b>Grupo de edad</b>		
	18 a 29 años	19,0
	30 a 44 años	25,8
	45 a 59 años	32,9
	60 años o más	22,2
<b>Nivel de estudios</b>		
	Sin estudios	0,7
	Primaria (EGB)	33,9
	Secundaria (BUP, ESO, FPI)	19,4
	Bachiller o FPII	27,8
	Universidad	17,5
	NS/NC	0,8
<b>Ingresos</b>		
	NS/NC	18,6
	menos de 500	7,8
	501 a 1000	22,6
	1001 a 1500	20,1
	1501 a 2000	11,0
	2001 a 2500	8,8
	2501 a 3000	5,5
	más de 3000 €	5,5

*Fuente: elaboración propia*

En este caso de estudio se valoran variables latentes sobre opiniones de los encuestados, por lo tanto, cabe destacar que se trata de interpretar la subjetividad de tales percepciones y los factores determinantes de diferentes aspectos y consideraciones.

Las preguntas analizadas se pueden categorizar en tres módulos.

En el primer módulo analizamos las opiniones de los residentes sobre:

- 1- La influencia del turismo en la creación de nuevos puestos de trabajo.
- 2- La influencia del turismo en la mejora de las infraestructuras.
- 3- La influencia del turismo en la generación de riqueza y crecimiento económico.

Siendo las categorías de respuesta:

“Muy negativamente (Y=0), Negativamente (Y=1), Ni positivo ni negativo (no afecta) (Y=2), Positivamente (Y=3), Muy positivamente (Y=4)”.

El segundo módulo tiene que ver con la importancia del turismo en la economía del Municipio de residencia del encuestado. En este caso las categorías de respuesta han sido:

“Muy importante (Y=3), Bastante importante (Y=2), Poco importante (Y=1), Nada importante (Y=0)”.

En el tercer módulo preguntamos las opiniones al respecto de los turistas en sí mismo y sobre tres consideraciones específicas:

- 1- El poder adquisitivo de los turistas

Siendo las categorías de respuesta: “Alto (Y=2), Medio (Y=1), Bajo (Y=0)”.

- 2- El comportamiento de los turistas

Con la escala de medición: “Muy agradable (Y=4), Agradable (Y=3), Normal (Y=2), Desagradable (Y=1), Muy desagradable (Y=0)”.

- 3- El respeto al medio ambiente por parte de los turistas, con la escala: “Mucho (Y=3), Bastante (Y=2), Poco (Y=1), Nada (Y=0)”.

#### 4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

En esta sección se presentan los resultados del análisis llevado a cabo en relación a los factores determinantes de las percepciones de los residentes sobre el turismo y los turistas. Para facilitar la interpretación de los resultados, la Tabla 2 muestra la definición de las variables utilizadas, así como su denominación en los distintos modelos.

Como variables dependientes hemos seleccionado variables relacionadas con los impactos más visibles y esperados del turismo en el destino: creación de nuevos puestos de trabajo, mejora de las infraestructuras (comunicaciones, equipamiento urbano), generación de riqueza y crecimiento económico, importancia del turismo para la economía del Municipio. Así como variables relacionadas con la opinión sobre los turistas en sí mismo: su poder adquisitivo, su comportamiento, y su respeto al medio ambiente.

Y como variables explicativas de las opiniones al respecto de esas variables dependientes, hemos seleccionado tanto variables sociodemográficas (tales como sexo, estado civil, edad, Municipio de residencia, trabajar o haber trabajado en turismo, etc.). Variables de

comportamiento turístico (viaje en los últimos doce meses, interacción y trato con los turistas). Así como variables de opinión sobre los efectos del turismo en el destino (mencionando frases y juicios de valor al respecto del desarrollo turístico y sus impactos positivos y negativos en la isla).

Las Tablas correspondientes a los resultados de las estimaciones que se presentan en las secciones siguientes muestran el valor del coeficiente estimado, su error estándar, el valor del estadístico correspondiente al test t de significatividad y los extremos del intervalo de confianza para el verdadero valor del parámetro. En la mayoría de los casos, los parámetros estimados fueron significativos al 90% de confianza, es decir, con un test-t en valor absoluto superior 1.65. Sólo en contadas excepciones la significatividad de las estimaciones fue inferior al 90% (entre el 85% y el 88%) y debido a la relevancia de la variable en cuestión se optó por dejarla dentro del modelo.

Tabla 2. Variables utilizadas en los modelos

<b>Variables dependientes</b>	
Influencia del turismo en la creación de nuevos puestos de trabajo	
Influencia del turismo en la mejora de las infraestructuras (comunicaciones, equipamiento urbano)	
Influencia del turismo en la generación de riqueza y crecimiento económico	
Importancia del turismo para la economía del Municipio	
Opinión sobre los turistas: su poder adquisitivo	
Opinión sobre los turistas: su comportamiento	
Opinión sobre los turistas: su respeto al medio ambiente	
<b>Variables explicativas</b>	
<b>Nombre de la variable</b>	<b>Definición de la variable en el modelo</b>
HOMBRE	=1 Si el encuestado es hombre
ENPAREJA	=1 Si el encuestado vive en pareja
EDAD	Edad del encuestado
RENTA	=1 Si Ingresos es mayor de 1500 €
MUNITUR	=1 Si Municipio de residencia es San Bartolomé de Tirajana o Mogán
TRABATUR	=1 Si trabaja o ha trabajado en actividades relacionados con el turismo
TRAFATUR	=1 Si familiar trabaja o ha trabajado en actividades relacionados con el turismo
HAVIAJAD	=1 Si ha realizado viaje de ocio durante los últimos doce meses
INTERTUR	=1 Si ha tenido interacción con los turistas
TRATOTUR	=1 Si cree que el trato que se la da al turista es bueno o muy bueno
PP10_1	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "Los empleos que genera el turismo son de mala calidad"
PP10_2	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "El turismo ha tenido un efecto positivo en los recursos naturales y el paisaje"
PP10_3	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "La mayor parte de los puestos de trabajo que crea el turismo son ocupados por inmigrantes"
PP10_4	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "De cara al futuro, habría que renunciar al turismo y pensar en otras alternativas de desarrollo"
PP10_5	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "La mayor parte de la riqueza que genera el turismo beneficia a empresas que son de fuera de la isla"
PP10_6	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "Gracias al turismo, los parados tienen más oportunidades de conseguir un buen trabajo"
PP10_7	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "La calidad de los turistas que visitan nuestra isla ha mejorado en los últimos años"
PP10_8	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "La oferta turística (hoteles, restaurantes) de Gran Canaria es de muy buena calidad"
PP10_9	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "Se debe intentar aumentar el número de personas que visitan la isla"
PP14_2	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "Los turistas gastan poco dinero, generando pocos beneficios"
PP14_4	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "El sur turístico de la isla no soportaría más edificaciones nuevas"
PP14_5	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "Las posibles prospecciones petrolíferas ponen en riesgo las playas de Fuerteventura y Lanzarote como recurso turístico"
PP14_6	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "La moratoria turística ha frenado las inversiones y el crecimiento turístico en Canarias"
PP14_7	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "Con el parón de la construcción, el turismo se ha transformado en la principal salida de la crisis"
PP14_8	=1 si está de acuerdo o muy de acuerdo con: "El sur turístico de la isla tiene demasiadas instalaciones obsoletas y hay que renovarlas"

Fuente: elaboración propia

#### **4.1 Creación de nuevos puestos de trabajo, mejora de las infraestructuras, generación de riqueza y crecimiento económico**

En términos generales las opiniones son muy positivas al valorar la influencia del turismo en la creación de nuevos puestos de trabajo, en la mejora de las infraestructuras, así como en la creación de riqueza y crecimiento económico.

Es reseñable en este módulo de preguntas que la mayor valoración otorgada por los encuestados es sobre la capacidad del turismo para la creación de nuevos puestos de trabajo (Tabla 3): siendo positivo y muy positivo para 7 de cada 10 encuestados (72,6%). Se trataría de un valor esperado en una región donde además del importante peso del turismo en el PIB (30%), el desempleo ha tenido tasas históricamente altas y muy altas, siendo precisamente la hostelería fuente directa de empleo para un 30% de la población trabajadora. Aunque la influencia del turismo en el empleo lo consideran negativo casi 2 de cada 10 encuestados (18,2%) es posible que dicha valoración tenga que ver con la baja remuneración y escasa cualificación de dichos empleos. Por otra parte es de destacar que la calidad del empleo turístico en Canarias es mejor que en las zonas españolas con alta estacionalidad turística (costa mediterránea) donde es común un tipo de contrato laboral de mayor precariedad, el denominado fijo - discontinuo.

De la encuesta observamos que el 32% trabaja o ha trabajado en turismo, además el 44% tiene algún familiar que trabaja o ha trabajado en ese sector. Del primer colectivo, casi ocho de cada diez lo consideran como el sector más importante en la economía de la isla. Y aunque siendo conscientes de la importancia del turismo son también quienes más opiniones críticas expresan. Especialmente en lo relacionado con la calidad del empleo turístico, la mejora de las infraestructuras, el aumento del coste de la vivienda en las zonas turísticas, el poder adquisitivo de los turistas y su respeto al medio ambiente (Moreira et al. 2017). Rodríguez (2007) en su estudio llevado a cabo en Andalucía destaca, a su vez, que la opinión crítica sobre los efectos del turismo en la creación de nuevos puestos de trabajo también la comparten quienes trabajan o han trabajado en turismo. En ese caso se señalan como desventajas los bajos sueldos, la alta temporalidad y la sobrecualificación. De igual modo así lo consideran Andereck et al. (2005) en el estudio publicado sobre las opiniones de los residentes en Arizona (EEUU). Por su parte Marrero y Huete (2013) en un estudio sobre la Comunidad Valencia inciden en la ambigüedad de las opiniones de los encuestados al reconocer la relevancia económica del turismo y a su vez las malas o precarias condiciones de trabajo en el sector. De todas formas en otros estudios publicados se subrayan claramente las opiniones favorables al turismo de las personas que trabajan en ese sector, tal y como se da en los casos de: la ciudad de Cappadocia - Turquía por Tosun (2002), la ciudad de York - Reino Unido por Snaith et al. (1999), y el de la isla Samos - Grecia por Haralambopoulos et al. (1996).

El siguiente aspecto más valorado es la generación de riqueza y de crecimiento económico, siendo positivo y muy positivo para 7 de cada 10 encuestados (69,2%). Al ser esta pregunta tan genérica podríamos interpretar el concepto de generación de riqueza como un índice, el cual podría incluir entre otros, los indicadores de mejora de la calidad de vida, de creación de empleo y de mejora en las condiciones de vida. Rodríguez (2007) señala también

que los andaluces opinan mayoritariamente que el turismo también tiene efectos positivos en la creación de empleo y en la generación de riqueza y desarrollo económico.

La influencia del turismo en la mejora de las infraestructuras es altamente considerada por los residentes grancanarios, valorándolo positiva y muy positivamente, el 67,2%. Aunque para 2 de cada 10 (19,8%) el impacto es negativo: quizás influya en esta valoración, los problemas de masificación o la obsolescencia de algunas de las construcciones.

La mejora de las infraestructuras y equipamientos también destaca en algunos de los estudios sobre los efectos del turismo en Andalucía (Moreira 2011, Rodríguez 2007) percibiéndolo mayormente quienes residen en las zonas turísticas de la Costa del Sol (Málaga).

Tabla 3. **Opiniones sobre impactos relevantes del turismo en Gran Canaria**

	Creación de nuevos puestos de trabajo	Mejora de las infraestructuras	Generación de riqueza y crecimiento económico
NS/NC	0,0	1,1	0,7
Negativamente	18,2	19,8	14,4
Ni positivo ni negativo (no afecta)	9,2	12,0	15,7
Positivamente	70,5	65,0	65,3
Muy positivamente	2,1	2,2	3,9

*Fuente: elaboración propia*

En la Tabla 4 se presentan los resultados de las estimaciones correspondientes al primer modelo estimado. Podemos observar que los encuestados que viven en pareja, residen en un Municipio turístico, han viajado en los últimos 12 meses, y están de acuerdo o muy de acuerdo con que: gracias al turismo los parados tienen más oportunidades de conseguir un buen trabajo, y el sur turístico de la isla no soportaría más edificaciones nuevas, son quienes tienen una mayor probabilidad de opinar que el turismo influye positivamente en la creación de nuevos puestos de trabajo.

Por el contrario, quienes trabajan o han trabajado en turismo son quienes más consideran que el turismo genera empleos de mala calidad y tienen una mayor tendencia a opinar negativamente sobre la influencia del turismo en la creación de nuevos empleos (Rodríguez 2007).

Tabla 4. **Estimaciones sobre la creación de nuevos puestos de trabajo**

Variable	Coeficiente	Error Std.	t - ratio	Int. Confianza	
				Ext. Inferior	Ext. Superior
Constant	0,7404	0,2777	2,67	0,1961	1,2848
ENPAREJA	0,6172	0,3664	1,68	-0,1008	1,3353
MUNITUR	1,1193	0,2356	4,75	0,6576	1,5810
TRABATUR	-0,4592	0,2251	-2,04	-0,9003	-0,0181
HAVIAJA	0,5397	0,2027	2,66	0,1423	0,9370
PP10_1	-0,4669	0,2304	-2,03	-0,9185	-0,0153
PP10_6	0,6828	0,2121	3,22	0,2670	1,0986
PP14_4	0,4297	0,2194	1,96	-0,0004	0,8598
$\mu_1$	0,6729	0,0899	7,49	0,4968	0,8491
$\mu_2$	5,1627	0,2457	21,02	4,6812	5,6442

*Fuente: elaboración propia*

Al respecto del impacto del turismo en la mejora de las infraestructuras (Tabla 5) así tienden a opinar quienes mayormente residen en un Municipio turístico y son hombres. Siendo a su vez, quienes más de acuerdo están con que gracias al turismo los parados tienen más oportunidades de conseguir un buen trabajo. Por otra y parte y considerando la variable sexo, hay estudios de referencia que señalan una mayor predisposición a opinar de forma favorable sobre el turismo por parte de los hombres. Así coinciden los estudios llevados a cabo en: la ciudad de Charleston - Carolina del Sur - EEUU por Harrill et al. (2003), una zona rural de Nueva Zelanda por Mason et al. (2000), y en la ciudad de York - Reino Unido por Snaith et al. (1999).

Contrariamente, quienes tienden a tener una opinión más negativa sobre la influencia del turismo en la mejora de las infraestructuras, son quienes trabajan o han trabajado en turismo. Estos últimos son también los más críticos en otras consideraciones: opinan que para el futuro habría que renunciar al turismo y pensar en otras alternativas de desarrollo, así como, que la mayor parte de la riqueza generada por este sector, beneficia a empresas de fuera de la isla.

Tabla 5. **Estimaciones sobre la mejora de las infraestructuras**

Variable	Coeficiente	Error Std.	t - ratio	Int. Confianza	
				Ext. Inferior	Ext. Superior
Constant	1,5304	0,2580	5,93	1,0247	2,0361
HOMBRE	0,4091	0,1907	2,15	0,0354	0,7828
MUNITUR	0,6754	0,2147	3,15	0,2547	1,0962
TRABATU	-0,4068	0,2117	-1,92	-0,8216	0,0081
PP10_4	-0,3741	0,2436	-1,54	-0,8515	0,1033
PP10_5	-0,5797	0,1986	-2,92	-0,9689	-0,1905
PP10_6	0,4399	0,1958	2,25	0,0561	0,8237
$\mu_1$	0,7929	0,0882	8,99	0,6200	0,9659
$\mu_2$	4,9874	0,2440	20,44	4,5092	5,4657

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 6 observamos que quienes viven en pareja, residen en un Municipio turístico, tienen una renta menor a 1.500 € y están de acuerdo o muy de acuerdo con que el sur turístico de la isla no soportaría más edificaciones nuevas, son quienes más probabilidad tienen de opinar que el turismo influye en la generación de riqueza y en el crecimiento económico.

Por otra parte los encuestados que opinan que los puestos de trabajo que crea el turismo son ocupados principalmente por inmigrantes, son quienes menos probabilidad tienen de considerar que el turismo es fuente de riqueza y crecimiento económico.

Tabla 6. **Estimaciones sobre la generación de riqueza y el crecimiento económico**

Variable	Coeficiente	Error Std.	t - ratio	Int. Confianza	
				Ext. Inferior	Ext. Superior
Constant	1,4538	0,2312	6,29	1,0008	1,9069
ENPAREJA	0,7848	0,3600	2,18	0,0792	1,4904
MUNITUR	0,8131	0,1977	4,11	0,4257	1,2006
RENTA	0,5223	0,2121	2,46	0,1066	0,9379
PP10_3	-0,4489	0,1978	-2,27	-0,8365	-0,0613
PP14_4	0,3427	0,2077	1,65	-0,0644	0,7497
$\mu_1$	0,9933	0,1025	9,69	0,7925	1,1942
$\mu_2$	4,8797	0,2079	23,47	4,4722	5,2872

Fuente: elaboración propia

#### 4.2 Importancia para la economía del Municipio

Hemos preguntado sobre la importancia del turismo en la economía del Municipio de residencia, el objetivo de esta pregunta ha sido medir la opinión de los encuestados sobre la proximidad espacial y cercanía percibida de los impactos del desarrollo turístico. Casi 8 de cada

10 encuestados (75,9%) considera bastante y muy importante el turismo para la economía del Municipio de residencia (Tabla 7). Este dato es relevante ya que sólo 2 de los 21 Municipios grancanarios son considerados eminentemente “turísticos”: San Bartolomé de Tirajana y Mogán, donde residen solamente el 9,1% de los habitantes de la isla. Cabe recordar en este caso que la variable “zona turística” o “zona no turística” ha sido una de las variables de estratificación de la encuesta. Por lo que la muestra es representativa de ambas zonas al representar cada uno alrededor del 50% de la muestra total, no estando ninguno de sus residentes ni infra ni sobrerrepresentados. Concluyendo que el peso del turismo trasciende a esos 2 Municipios turísticos llevando su influencia al conjunto de la isla: solamente casi 1 de cada 4 (24,1%) no otorga importancia al turismo en la economía de su Municipio.

Está claro que residir en un Municipio turístico pesa considerablemente en las opiniones de los residentes. Vázquez et al. (2017) en su estudio de Benalmádena (Málaga - España) y Moreira en sus estudios sobre Andalucía (2011) y Gran Canaria (2014) concluyen que el hecho de residir en una zona turística es una variable condicionante de las opiniones. En el caso de Benalmádena, un Municipio eminentemente turístico, los residentes distinguen más impactos positivos y negativos que el resto de los residentes de la provincia. Si bien la mayoría considera favorable el impacto del turismo en la localidad, se suceden opiniones muchas veces ambivalentes y no del todo concluyentes. Por otra parte tanto en los casos de Andalucía y Gran Canaria se observa que los residentes de las zonas más turísticas (Costa del Sol en Málaga y sur de Gran Canaria) también perciben más impactos positivos y más impactos negativos que los residentes de zonas no turísticas. Expresando además más opiniones al respecto de los impactos del turismo y menos respuestas “no sabe/no contesta”.

En el artículo de Nadal y Bestard (2005) sobre el turismo en las Islas Baleares los resultados demuestran que un mayor desarrollo turístico conlleva una mayor permisividad por parte de los residentes, una actitud más favorable hacia el turismo y más despreocupada sobre los impactos en el medioambiente. Todo lo cual estaría relacionado a la dependencia económica de los Municipios en la actividad turística.

De todas formas esto no sería ni tan concluyente ni tan lineal tal y como vemos en el caso de la comparación de opiniones entre los residentes de Mallorca y Tenerife (Garau-Vadell et al. (2014). En este caso teniendo Mallorca un mayor desarrollo turístico y mayor dependencia del sector, las opiniones de los residentes son más críticas allí que las de los residentes de Tenerife.

Tabla 7. **Opiniones sobre la importancia del turismo en la economía del Municipio**

Importancia para la economía del Municipio	
Muy importante	41,8
Bastante importante	34,1
Poco importante	19,2
Nada importante	4,9

*Fuente: elaboración propia*

A partir de las estimaciones realizadas (Tabla 8) observamos que quienes tienden a responder que sí es importante el turismo para su Municipio, son principalmente los encuestados que: residen en Municipios turísticos (San Bartolomé de Tirajana y Mogán) así como en la capital (Las Palmas de Gran Canaria) tienen una mayor edad, han tenido una interacción frecuente con los turistas. Y consideran además que la calidad de los turistas de la isla ha mejorado en los últimos años, que se debería intentar aumentar el número de personas que la visitan y que con el parón de la construcción el turismo se ha transformado en la principal salida de la crisis.

Contrariamente, quienes tienden a no considerar al turismo como importante para su Municipio, son quienes opinan que habría que renunciar al turismo y pensar en otras alternativas de desarrollo futuras, y que la moratoria turística ha frenado las inversiones y el crecimiento turístico en Canarias.

Tabla 8. **Estimaciones sobre la importancia del turismo en la economía del Municipio**

Variable	Coeficiente	Error Std.	t - ratio	Int. Confianza	
				Ext. Inferior	Ext. Superior
Constant	0,1241	0,5876	0,21	-1,0275	1,2757
MUNITUR	3,6263	0,3163	11,46	3,0064	4,2463
LPGC	1,3320	0,2504	5,32	0,8413	1,8227
EDAD	0,0141	0,0069	2,05	0,0006	0,0275
INTERTUR	0,9855	0,3412	2,89	0,3167	1,6543
PP10_4	-0,4236	0,2555	-1,66	-0,9244	0,0771
PP10_7	0,5806	0,2370	2,45	0,1160	1,0452
PP10_9	0,6852	0,2460	2,78	0,2030	1,1674
PP14_6	-0,3027	0,2136	-1,42	-0,7215	0,1160
PP14_7	0,6159	0,3080	2,00	0,0122	1,2196
$\mu_1$	2,1218	0,1479	14,34	1,8319	2,4117
$\mu_2$	4,0855	0,1687	24,22	3,7549	4,4161

*Fuente: elaboración propia*

### **4.3 Poder adquisitivo, comportamiento, y respeto al medio ambiente de los turistas**

En relación a las opiniones concretas que tienen los residentes al respecto de los turistas en sí mismo hemos realizado preguntas para medir las ideas o los preconceptos asociados a los turistas sobre tres cuestiones básicas: (1) el poder adquisitivo, (2) el comportamiento general, y (3) el respeto al medio ambiente (Tabla 9).

Mayormente los residentes consideran el poder adquisitivo de los turistas de nivel “medio” (65,5%). Mientras que sólo un 16% considera que es “alto” o “bajo”. El surgimiento y la permanencia de las compañías aéreas low - cost, la bajada de los precios de los vuelos internacionales, la implantación de la modalidad del “todo incluido”, así como las nuevas modalidades de alojamiento en el marco de la denominada “economía colaborativa” habrían permitido a un gran público acceder a vacaciones en Canarias. Hasta hace no mucho tiempo, estas eran vacaciones significativamente más caras para turistas de un poder adquisitivo mayor generando a su vez un mayor gasto turístico en el destino.

El comportamiento general de los turistas es valorado de forma agradable para casi 7 de cada 10 encuestados (68,1%). Siendo normal para el 22,4%. Es destacable que el comportamiento desagradable o muy desagradable no es significativo, apenas un 2,7%. Dato que revelaría la ausencia de conflictos entre turistas y residentes: aspecto este de importante consideración si tenemos en cuenta los recientes episodios de turismofobia en otros destinos españoles.

El trabajar en el turismo es otra de las variables explicativas determinantes. Como detallan Vargas-Sánchez et al. (2014) en su estudio sobre Huelva (España) los residentes que reciben un mayor beneficio personal perciben a los turistas de forma más positiva tanto en el trato personal como en el gasto turístico. En ese estudio se incluyó como variable determinante el estudio del “comportamiento” de los turistas, y se estableció una relación directa entre un buen concepto sobre el comportamiento y un aumento en la percepción positiva de los impactos del turismo.

Sobre el respeto al medio ambiente por parte de los turistas, la valoración también es positiva. Así lo consideran casi 8 de cada 10 encuestados (75,2%). Cabe destacar que en la isla de Gran Canaria, 1 de cada 4 turistas son escandinavos. Ciudadanos que provienen de sociedades donde en términos generales se promulga el respeto ambiental, y los valores ecológicos desde temprana edad en la educación inicial.

Tabla 9. **Opiniones sobre los turistas de Gran Canaria**

	Poder adquisitivo		Comportamiento		Respeto al medio ambiente	
NS/NC	2,5	NS/NC	0,8	NS/NC	5,8	
Alto	16,0	Muy agradable	6,0	Mucho	13,7	
Medio	65,5	Agradable	68,1	Bastante	61,5	
Bajo	16,0	Normal	22,4	Poco	15,6	
		Desagradable	2,0	Nada	3,4	
		Muy desagradable	0,7			

Fuente: elaboración propia

Considerando las estimaciones obtenidas (Tabla 10) los encuestados que más posiblemente consideren que el poder adquisitivo de los turistas es alto, son principalmente quienes residen en Las Palmas de Gran Canaria, han tenido interacción frecuente con los turistas, y consideran que el trato que se le da a los turistas es bueno. Además son a su vez quienes mayormente están de acuerdo con que: el turismo ha tenido un efecto positivo en los recursos naturales y el paisaje, la mayor parte de los puestos de trabajo que crea el turismo son ocupados por inmigrantes, la calidad de los turistas que visitan la isla ha mejorado en los últimos años y que la oferta turística (hoteles, restaurantes) de Gran Canaria es de muy buena calidad.

Por otra parte quienes tienen mayor edad, trabajan o han trabajado en turismo. Y consideran que los empleos que genera el turismo son de mala calidad, y que los turistas gastan poco dinero generando pocos beneficios, son quienes mayormente tienden a considerar que el poder adquisitivo de los turistas es bajo.

Tabla 10. **Estimaciones sobre el poder adquisitivo de los turistas**

Variable	Coeficiente	Error Std.	t - ratio	Int. Confianza	
				Ext. Inferior	Ext. Superior
Constant	2,2871	0,6724	3,40	0,9693	3,6050
EDAD	-0,0491	0,0075	-6,57	-0,0638	-0,0345
LPGC	0,4828	0,2418	2,00	0,0089	0,9566
TRABATUR	-0,3822	0,2176	-1,76	-0,8086	0,0443
INTERTUR	0,5313	0,3686	1,44	-0,1911	1,2536
TRATOTUR	1,0581	0,3825	2,77	0,3085	1,8077
PP10_1	-0,5397	0,2337	-2,31	-0,9977	-0,0817
PP10_2	0,4895	0,2125	2,30	0,0729	0,9060
PP10_3	0,5962	0,2147	2,78	0,1754	1,0169
PP10_7	1,2251	0,2445	5,01	0,7458	1,7043
PP10_8	0,7173	0,2104	3,41	0,3049	1,1296
PP14_2	-0,6305	0,2527	-2,49	-1,1258	-0,1352
$\mu_1$	4,2668	0,2359	18,09	3,8045	4,7291

Fuente: elaboración propia

En relación al comportamiento de los turistas quienes tienen mayor probabilidad de opinar que es agradable son los residentes que trabajan o han trabajado en turismo. Y opinan a su vez que: el turismo ha tenido un efecto positivo en los recursos naturales y el paisaje, que la calidad de los turistas que visitan la isla ha mejorado en los últimos años y que la oferta turística de Gran Canaria es de muy buena calidad (Tabla 11).

Mientras que quienes más opinarían que el comportamiento de los turistas es más bien desagradable, son las personas de mayor edad y quienes han viajado en los últimos 12 meses. Cabe destacar que la edad suele ser una de las variables sociodemográficas que más condicionan las opiniones sobre el desarrollo turístico (Mc Gehee et al. 2004). Habitualmente a mayor edad menores opiniones favorables se suceden sobre el turismo y los turistas, tal y como se ha publicado en los casos de: Andalucía por Moreira (2011), de la región de Gold Cost - Australia por Fredline et al. (2000), y en la isla Samos - Grecia por Haralambopoulos et al. (1996).

Tabla 11. **Estimaciones sobre el comportamiento de los turistas**

Variable	Coeficiente	Error Std.	t - ratio	Int. Confianza	
				Ext. Inferior	Ext. Superior
Constant	5,3220	0,4098	12,99	4,5188	6,1252
EDAD	-0,0187	0,0068	-2,76	-0,0319	-0,0054
TRABATUR	0,6309	0,1990	3,17	0,2408	1,0210
HAVIAJAD	-0,2939	0,1979	-1,48	-0,6817	0,0940
PP10_2	0,5474	0,2100	2,61	0,1359	0,9589
PP10_7	0,6800	0,2312	2,94	0,2268	1,1331
PP10_8	0,6017	0,2008	3,00	0,2081	0,9954
$\mu_1$	1,3303	0,2661	5,00	0,8088	1,8519
$\mu_2$	4,0459	0,1911	21,17	3,6712	4,4205
$\mu_3$	8,0832	0,2260	35,77	7,6403	8,5261

*Fuente: elaboración propia*

Al respecto de la relación con el medio ambiente (Tabla 12) los encuestados que más posiblemente consideren que por parte de los turistas el respeto al mismo es elevado son principalmente las personas de mayor edad, que residen en un Municipio turístico, y que tienen un familiar que trabaja o ha trabajado en turismo. También serían quienes están más de acuerdo con que: el turismo ha tenido un efecto positivo en los recursos naturales y el paisaje, la oferta turística es de muy buena calidad. Así como que las eventuales prospecciones petrolíferas ponen en riesgo las playas de Fuerteventura y Lanzarote como recurso turístico y que el sur turístico de la isla tiene demasiadas instalaciones obsoletas y hay que renovarlas.

Mientras que los encuestados que mayormente considerarían que el respeto al medio ambiente por parte de los turistas es reducido, son quienes opinan que el trato que se le da a los turistas no es bueno y que los empleos que genera el turismo son de mala calidad.

Tabla 12 **Estimaciones sobre el respeto al medio ambiente de los turistas**

Variable	Coeficiente	Error Std.	t - ratio	Int. Confianza	
				Ext. Inferior	Ext. Superior
Constant	1,5181	0,6868	2,21	0,1720	2,8643
EDAD	0,0209	0,0066	3,19	0,0081	0,0338
MUNITUR	1,0915	0,2145	5,09	0,6710	1,5120
TRAFATUR	0,6708	0,2113	3,17	0,2567	1,0849
TRATOTUR	-1,0218	0,3849	-2,65	-1,7761	-0,2675
PP10_1	-0,6310	0,2138	-2,95	-1,0500	-0,2121
PP10_2	0,7810	0,1980	3,94	0,3929	1,1691
PP10_8	0,4372	0,1924	2,27	0,0601	0,8143
PP14_5	0,3475	0,2061	1,69	-0,0564	0,7514
PP14_8	1,0731	0,4698	2,28	0,1523	1,9938
$\mu_1$	2,0836	0,1596	13,06	1,7708	2,3964
$\mu_2$	5,4695	0,1911	28,62	5,0949	5,8440

*Fuente: elaboración propia*

## 5. CONCLUSIONES

Los residentes de Gran Canaria son una población bastante concienciada y crítica al respecto de uno de los principales sectores económicos de la isla: el turismo. Es destacable en la encuesta analizada que el porcentaje de respuestas sin contestar ha sido estadísticamente no significativo: o sea, los residentes tienen opinión formada al respecto de este fenómeno y así lo expresan. Cabe destacar por otra parte, que el turismo representa un tercio del PIB regional y un tercio de los empleos directos.

Inciendo en los resultados del estudio observamos que entre los factores más determinantes de las valoraciones y consideraciones destacan principalmente los relacionados con la creación de nuevos puestos de trabajo, y la creación de riqueza y crecimiento económico. Cabe recalcar además que son muy favorables las opiniones al valorar la influencia del turismo en la mejora de las infraestructuras.

La gran mayoría de los encuestados opinan que el turismo es muy y bastante importante para la economía del Municipio de residencia, lo que demuestra el efecto multiplicador de los impactos de este sector en toda la isla.

En términos generales podemos afirmar que la influencia positiva del turismo y los turistas en el destino es más probablemente así considerada por quienes: (1) trabajan o han trabajado en turismo, (2) residen en un Municipio turístico, (3) así como por quienes residen en la capital, (4) viven en pareja, (5) son hombres, (6) han viajado en los últimos 12 meses, (7) tienen una renta menor a 1.500 €, y (8) han tenido una interacción frecuente con los turistas.

A su vez se da la ambigüedad de que mayores probabilidades de opinar de forma negativa al respecto de estos impactos, lo tienen también quienes trabajan o han trabajado en

turismo y quienes han viajado en los últimos 12 meses. Salvo excepciones el tener una mayor edad implica una mayor probabilidad de opiniones negativas sobre el turismo y los turistas.

Sobre las opiniones acerca de los propios turistas la mayoría de los encuestados considera: "medio" su nivel de poder adquisitivo, que tienen un comportamiento general agradable y son respetuosos con el medio ambiente.

Cabe destacar finalmente la dificultad en la tarea de establecer relaciones entre los factores determinantes analizados y sus variados matices. Lo cual ilustra la complejidad innata de este tipo de estudios sobre la opinión pública del turismo. Incidimos por otra parte, en que de momento en esta área de estudio no se ha logrado establecer un consenso académico que permita extrapolar conclusiones significativas o compartir sólidos estándares metodológicos y teóricos. Esto es debido entre otras cosas a la complejidad propia de los sistemas turísticos integrados por diversos subsistemas, a la enorme variedad de los contextos de cada caso, a las dispares culturas implicadas, a las realidades propias de cada destino, y a sus respectivos y diferentes estados en los ciclos de vida.

Por estos motivos consideramos relevante este aporte en los estudios sobre la percepción social del turismo, en este caso, sobre un destino consolidado y maduro de sol y playa. Futuros análisis podrán aportar riqueza metodológica desde el estudio de otros productos y destinos turísticos y a través por ejemplo del uso de técnicas cualitativas de investigación social contribuyendo con nuevas y necesarias teorías explicativas.

## 6. REFERENCIAS

Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R., & Vogt, C. (2005). "Residents' perceptions of community tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076

Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of tourism Research*, 19(4), 665-690.

Ap, J. & Crompton, J. (1993). "Residents' Strategies for Responding to Tourism Impacts", *Journal of Travel Research*. 32(1): 47-50.

Davis, Duane, Jeff Allen, & Robert M. Cosenza (1988). Segmenting local residents by their attitudes,

Dogan, H. Z. (1989). Forms of adjustment: Sociocultural impacts of tourism. *Annals of tourism research*, 16(2), 216-236

Doxey, G. (1975). "A Causation Theory of Visitor-resident Irritants: Methodology and Research

Fredline, E., & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: a cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 763 - 784

Garau-Vadell, J. B., Díaz-Armas, R., & Gutierrez-Taño, D. (2014). Residents' perceptions of tourism impacts on island destinations: A comparative analysis. *International Journal of Tourism Research*, 16(6), 578-585. doi:10.1002/jtr.1951

Greene, W.H., & Hensher, D.A. (2010). *Modeling Ordered Choices. A Primer*; Cambridge University Press: Cambridge UK0

Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: the case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503 - 526

Harrill, Rich, & Potts, Thomas (2003). Tourism planning in historic districts: Attitudes toward tourism development in Charleston. *Journal of the American Planning Association* 69, 3: 233-44  
Inferences”, Travel and Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceedings. TTRA, San Diego.

Marrero, J. R., & Huete, R. (2013) La opinión pública sobre el empleo turístico en la Comunidad Valenciana. *Cuadernos de Turismo*, 32:189-206

Mason, Peter, & Joanne Cheyne (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research* 27, 2: 391- 411

Mc Gehee, N., & Anderek, K. (2004). "Factors predicting rural residents' support for tourism", *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140

Mckelvey, R., & Zavoina, W. A (1975). Statistical Model for the Analysis of Ordered Level Dependent Variables. *J. Math. Sociol.* 1975, 4, 103–120

Monterrubio, J. C. (2008). Residents' perception of tourism: a critical theoretical and methodological review. *CIENCIA ergo-sum*, 15(1), 35-44.

Moreira, P. (2011). Percepción social del turismo en Andalucía-España. *Revista Gaudeamus, Universidad Latina de Costa Rica*. 3 (1), 133-157

Moreira, P. (2014). Opinión pública y turismo en Gran Canaria. *II Foro Internacional de Turismo Maspalomas Costa Canaria* (pp. 429-449). Maspalomas: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Moreira, P., Martín, J.C., & Román, C. (2017). Tourism and residents in Gran Canaria. Local opinions according to labour linkage in tourism sector. *II Spring Symposium on Challenges in Sustainability Tourism Development*. Maspalomas: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Nadal, J. R., & Bestard, A. B. (2005). Determinantes de la actitud ambiental frente al turismo: una aplicación para el caso de los residentes de las Islas Baleares. *Papers de Turisme*, (37), 45-56.

Nunkoo, R., Smith, S., & Ramkissoon, M. (2013). Resident attitudes to tourism: a longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 5e25.

Rodríguez González, P. (2007). Los andaluces y el turismo: percepción social del turismo en Andalucía

Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49. doi: 10.1016/j.tourman.2013.10.007

Snaithe, T., & Haley, A. (1999). Residents' opinions of tourism development in the historical city of York. *Tourism Management*, 20(5), 595 - 603

Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: a comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231 - 253

Vargas-Sánchez, A., Porras-Bueno, N., & de los Ángeles Plaza-Mejía, M. (2014). Residents' attitude to tourism and seasonality. *Journal of Travel Research*, 53(5), 581-596. doi:10.1177/0047287513506295

Vázquez, A. M. B., Barrera-Fernández, D., & Hernández-Escampa, M. (2017). The sociocultural impact of tourism in Benalmádena. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3 (1), 29-45

#### **4- GRAN CANARIA Y ESTUDIOS COMPARATIVOS**

4.1 PUBLIC OPINION AND TOURISM IN SPANISH DESTINATIONS. THE CASES OF GRAN CANARIA, ANDALUSIA AND MALAGA (OPINIÓN PÚBLICA Y TURISMO EN DESTINOS ESPAÑOLES. LOS CASOS DE GRAN CANARIA, ANDALUCÍA Y MÁLAGA)

4.2 TURISMO Y MEDIO AMBIENTE EN MÁLAGA Y GRAN CANARIA. OPINIONES DE LOS RESIDENTES

## **PUBLIC OPINION AND TOURISM IN SPANISH DESTINATIONS. THE CASES OF GRAN CANARIA, ANDALUSIA AND MALAGA**

### **Abstract**

We analyse the positive and negative impacts of tourism according to the opinions of residents of Gran Canaria, Andalusia and Malaga, comparing similarities, differences and general trends. The methodology is based on two proper surveys: (1) in Gran Canaria the survey was administered by telephone to 504 residents, (2) in Andalusia the survey was based on face-to-face interviews to 1781 residents in the eight Andalusian provinces. The unequal characteristics of both territories, both in extension and in population density, deserved to limit the Andalusian sample to its study. This is the motive we focus on comparing the views of residents in Malaga: for being also the most tourist province of the Autonomous Community receiving more than 30% of the total of the tourists. Both Malaga and Gran Canaria are mature and consolidated sun and beach Spanish tourist destinations. In Gran Canaria the opinions of the respondents are in general more homogeneous and more critical than in Malaga and Andalusia. In turn, the opinions of the residents of Malaga are also more critical to those of Andalusia. As more tourist development of the place of residence, the residents have more formed opinions, more benefits perceive, but in turn more critical opinions about the negative externalities they express. There are no too many precedents of similar studies, so the original value of our study is based on comment the comparison of residents' opinions and views on tourism of these Spanish destinations. The evaluation of the impacts and effects of the tourism in tourist destinations, according to the opinions of residents, is a basic pillar of a proper Sustainable Tourism Management model.

**Keywords:** Public opinion, tourism, Spanish destinations, Gran Canaria, Andalusia, Malaga

## **OPINIÓN PÚBLICA Y TURISMO EN DESTINOS ESPAÑOLES. LOS CASOS DE GRAN CANARIA, ANDALUCÍA Y MÁLAGA**

### **Resumen**

Analizamos los impactos positivos y negativos del turismo según las opiniones de los residentes de Gran Canaria, Andalucía y Málaga, comparando similitudes, diferencias y tendencias generales. La metodología se basa en dos encuestas propias: (1) en Gran Canaria, la encuesta fue administrada por teléfono a 504 residentes, (2) en Andalucía la encuesta se basó en entrevistas presenciales a 1781 residentes en las ocho provincias andaluzas. Las características desiguales de ambos territorios, tanto en extensión como en densidad poblacional, merecían limitar la muestra andaluza a estudiar. Este es el motivo por el que nos centramos en comparar las opiniones de los residentes de Málaga: por ser la provincia más turística de la Comunidad

Autónoma, recibiendo más del 30% del total de los turistas. Tanto Málaga como Gran Canaria son destinos turísticos maduros y consolidados de sol y playa. En Gran Canaria las opiniones de los encuestados son en general más homogéneas y críticas que en Málaga y Andalucía. A su vez, las opiniones de los residentes de Málaga también son más críticas que el total de Andalucía. A mayor desarrollo turístico del lugar de residencia, los residentes tienen más opiniones formadas, más beneficios perciben, pero a su vez más críticas son sus opiniones al respecto de las externalidades negativas. No hay demasiados precedentes de estudios similares, por lo que la originalidad de nuestro estudio se basa en analizar la comparación de las opiniones de los residentes y sus puntos de vista sobre el turismo en estos destinos españoles. La evaluación de los impactos y efectos del turismo en los destinos turísticos según las opiniones de los residentes, es un pilar básico de un modelo adecuado de gestión del turismo sostenible.

**Palabras clave:** Opinión pública, Turismo, Destinos españoles, Gran Canaria, Andalucía, Málaga

## 1. GENERAL CONSIDERATIONS OF THE IMPACTS OF TOURISM

As introduction and conceptual framework about residents' perception of tourism impacts in destinations, among the extensive bibliography we consider relevant the texts of Jafari (2005). Between the positive impacts this author details: (1) the economic benefits (generation of employment, economic development, improvement of infrastructures), and (2) the sociocultural benefits (promotion of cultural heritage, more cosmopolitan society, improvement of self-perception of cultural identity). And between the negative impacts: (1) the economic costs (price increase of goods and consumption, foreign dependence, environmental costs) and (2) socio-cultural costs (xenophobia, conflicts between tourists and residents, commodification of local culture).

According to how it is managed, in general terms, tourism can be beneficial for host destinations: especially in the redistribution of income as well as in the generation of jobs for the local population (Dimitriadis et al. 2013, Poli and Da Silva 2013, Brida et al. 2012, Nunkoo et al. 2012, Smith 2012, Vargas-Sánchez et al. 2011, De Kadt 1991, Turner et al. 1991).

Among other cases Jurdao (1992) highlights as paradigmatic negative tourism development some of these examples: in Mauritius Islands 90% of tourist expenditure leaks from the country (in Kenya this percentage is 82%), in Hawaii the only inland lake was dried up for the construction of a golf course for tourists, in The Gambia, Sri Lanka, Fiji or Tanzania, tourism management would have also generated large social exclusions involving multiple disadvantages related to the social, cultural and economic situation of the local population.

At the beginning of the 1990 decade this kind of overcrowding model also provoked in Calvia (Mallorca, Spain) an untenable situation due to the extreme pressure exerted on the environment, to the saturation of the carrying capacity and the decrease of the quality of the tourist services. Hence the importance of sustainable tourism management generating benefits and socio-economic equity in the populations of destination (Moreira 2007).

Although there are many international milestones and declarations on the concept of sustainability in tourism, the first outstanding references date back to near thirty years ago. In 1991 the International Association of Scientific Tourism Experts (Aiest 1991) held its 41<sup>o</sup> Congress being the main topic the issue of sustainability in tourism. One of the main conclusions provided was that tourism development can only be positive as long as the needs of the local community are set before the tourism sector's objectives. Sustainable tourism was described as a tourism that maintains a balance between social, economic and ecological interests. It should integrate economic and recreational activities with the aim of the conservation of natural and cultural local values.

The relation tourism-environment can be classified into three groups: (1) the conflicts in which tourism is detrimental to the environment, (2) the coexistence, where tourism has no impact on destiny, and (3) symbiosis, where conservation improves with tourism. Logically the goal of planned and sustainable tourism development is the symbiosis one (Lindsay et al. 2008).

According to the ILO (International Labour Organization, 2013) in its report about the tourism sector, it emphasizes that sustainable tourism would be based on three main pillars. Which would be each other interconnected in order to achieve decent work, business profitability, and customer satisfaction: (1) ecological sustainability (environment and natural resources), (2) sociocultural sustainability (cultural heritage, ethnic groups, living culture, local cultures, indigenous groups) and (3) socioeconomic sustainability (economic and social development, job creation, improvement of working conditions at local and national level).

We also emphasize the proposal of the "Irridex Model" detailed by Harrill (2004) highlighting a dependency relationship between: (1) the threshold tolerance of the local population regarding the perceived impacts, and (2) the degree of development and the stage in the destination tourist life cycle. This author also proposes a typology of residents according to the degree of approval or rejection of tourism according to the categories: "tourism haters, tourism lovers, cautious romantics, intermediates, and tourism lovers for a motive or reason".

With the general objective of analysing the progress in the research on the perceptions of the residents on tourism, Sharpley (2014) published a complete bibliographical review. Affirming that the increasing number of case-based studies would have led to an improvement in the level of collective knowledge. Although such thing has not really contributed to the development of a broader conceptual basis that helps to understand residents' perceptions. Since the value of the research studied continues to focus almost exclusively on "specific cases" so a general model would be unfeasible. However, and because of the wide variety of contexts in which the tourist-resident interactions occur, this is not surprising. This author considers indispensable to adopt a more multidimensional and multidisciplinary approach in this type of studies. Emphasizing the importance of not excluding the visions and opinions of tourists thus enriching the studies and their conclusions. As tourists have expectations about residents as well as residents have them on tourists. He criticizes the sometimes-biased view of these studies because it considers that they tend to reduce reality: analysing only what is visible, which would

not imply analysing the whole truth. And that “truth” would emerge only from a deeper understanding of the interactions between tourists and residents.

On the other hand, we consider that the Social Exchange Theory which is proposed as a general theory of the interaction of the group phenomena of conformity, explains certainly the approval or the rejection to the tourism of local population (Özel et al. 2017, Rasoolimanesh et al. 2015, Suosheng et al. 2015, Lawton et al. 2015, Wang and Lu 2014, Nunkoo and Gursoy 2012, Ward et al. 2011, Chuang 2010, Morales 1978). From the instrumental reason and the rational choice, the mutual relationship is positive as long as both parties, tourists and residents get more benefits than costs. The expectations of mutual benefits should remain satisfied so that this relation happens without conflicts and maintained in time. Therefore, it should be a relation intrinsically positively and temporarily sustainable.

Articles focused on comparing social perceptions of tourism between different Spanish destinations are not common at all. The unique antecedent we can comment about this is the article by Garau et al. (2014) on a cross-examination between two island destinations in Spain: Tenerife and Mallorca. Both are mature sun and beach destinations, but with a big difference: a high seasonality and a higher rate of tourists in Mallorca, generating consequently a greater physical pressure. However, it is a stake that the opinions are mostly positive in both destinations. In Mallorca, respondents have positive opinions (although lower than in Tenerife) and also more negative impacts perceived especially concerning the environmental dimensions. Due to its originality, is that we consider relevant our study of comparison of residents' opinions on tourism: in this case, residents in the destinations of Gran Canaria, Andalusia and Malaga.

## **2. METHODOLOGY**

To address the analysis of public opinion on tourism and in response to the different components involved in the social sustainability of tourism, in both surveys a multidimensional approach has been followed. When selecting the variables to be measured three major axes have been distinguished: (1) perception of tourism, (2) attitude towards tourism, and (3) orientation of tourist policy. As well as a series of explanatory factors (sociodemographic, territorial aspects and links to tourism).

We consider that the study provides the novelty of being a comparative analysis of same and similar blocks of questions about residents' opinions on the positive and negative impacts of tourism in Spanish mature sun and beach tourist destinations: (1) Gran Canaria, (2) Andalusia, and specially focused on (3) Malaga. Also, in this case and due to the heterogeneity of the object of study, the analysis that we present has more to do with the utility of highlighting general trends and notes for reflection that with a detailed list of similarities and differences between destinations. This is because among other things we compare: an island, an extensive autonomous community and one of its provinces. And during two different periods of time quite different: in the case Gran

Canaria <sup>9</sup> during the year 2012 (one of the hardest years of the economic crisis) and in the case of Andalusia <sup>10</sup> during the year 2008 just at the very beginning of such crisis.

### 3. COMPARATIVE ANALYSIS OF RESIDENTS' OPINIONS ACCORDING TO DESTINATION

In one of the first books published in Spain about the social perception of tourism, in the case of Andalusia, the Institute for Advanced Social Studies (IESA) of the Spanish National Research Council (CSIC), Rodríguez (2007) emphasizes that the opinions on the effects of tourism are mostly positive, both in the economy and in the social and cultural fields. Among the disadvantages stands the price of housing, and in general terms, the increase of prices of goods and services. Regarding an overcrowding of the destination, this would refer only to isolated areas of greater tourist development. Another aspect that influences the opinions of the Andalusians is to have worked or not in the tourist sector: employment considered mostly of poor quality.

Another of the books of reference on this subject, is also published by IESA by researchers Moyano et al. (2009). Where they emphasize the polarization of the opinions between: (1) the students, the youngest, the respondents with higher education, and (2) those who have a lower level of education, are retired or pensioners, older ones, housewives and residents in rural areas. The first mentioned group often express more opinions and these are more favourable of tourism and tourist development. While in the second group they have more conservative and reticent opinions about the sector, and a high percentage have no formed opinion ("don't know/don't answer"). It is also noteworthy that the respondents consider that tourism development must be accompanied by the conservation of the environment. Sustainable tourism seems to be an accepted concept as well as the type of desired development. Among the respondents of the eight Andalusian provinces, the opinion of the residents of Malaga (the most tourist province of Andalusia) is noteworthy. In general, its residents have opinions more favourable to the development of tourism, although they are also the most critical respect to this sector. The variables of greatest influence are: (1) being resident in tourist sites, and (2) have worked in tourism.

In relation to the province of Malaga, we highlight the study published of one of its most tourist locations, Benalmádena. In this study, Balbuena et al. (2017) concluded among other

---

<sup>9</sup> Project INNOVA-FULP developed in the Institute of Tourism and Sustainable Economic Development (TIDES) of the University of Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC). Survey carried out in June 2012 to 504 residents on the island of Gran Canaria. Stratification and weighting variables: residential area (tourist and non-tourist) and sex. Confidence level 95%, most unfavorable assumption in the distribution P=Q=0,5.

<sup>10</sup> Project developed at the Institute of Advanced Social Studies (IESA) of the Spanish National Research Council (CSIC) in the framework of the Cooperation agreement with the Ministry of Tourism, Trade and Sport of the Junta de Andalucía. Sample size: 1781 face to face interviews, random sampling stratified according to the municipality's main tourist offer, with sex and age quotas and representing rural, coastal and urban environments. October 2008.

things that those who reside in a developed tourist destination perceive more positive impacts, but also, more negative impacts than residents of less tourist locations. Most of the respondents consider that tourism improves the quality of life, having an ambiguous opinion about the social and cultural impacts.

On the same locality of Malaga, Almeida et al. (2016) emphasize that: (1) the place of birth, (2) the educational level, and (3) as well as the time that residents have been living in the community, largely explain the variation of their opinions and attitudes. And that have a negative impact on their opinions: (1) having lived in Benalmádena for more than ten years, (2) having a low educational level, and (3) being born in Benalmádena.

On the studies of public opinion of the tourism in Gran Canaria, Hernández et al. (2015) analyse the opinions of the residents of the capital, Las Palmas de Gran Canaria, on the impacts of cruise tourism in the city. The greatest benefits are mainly (1) the generation of jobs, and (2) the improvement of the hotel, commercial and gastronomic offer. It is noteworthy that only 8% perceive direct benefits of such modality. The impacts, both economic and cultural, are considered to be very positive, and wishing in its majority a major cruises inflow. Among the negative impacts, they point (1) the possible pollution of the sea and the air, (2) the increase of the cost of living, and (3) that the economic benefits do not remain mainly in the city.

The main tourist indicators will help us to understand their respective positions as destinations. Emphasizing among others details: (1) the percentage of tourism in GDP is threefold in the Canary Islands than in Andalusia, (2) the percentage of tourism employment in the total employment is threefold in the Canary Islands than in Andalusia, (3) the percentage of national tourists is much higher in Andalusia and Malaga, (4) the percentage of foreign tourists is much higher in the Canary Islands and Gran Canaria, and (5) the total number of tourists per capita is higher in the Canary Islands and Malaga (Table 1). On the other hand, it is necessary to emphasize another important fact: the marked seasonality of summer that occurs in Malaga does not happen in Gran Canaria.

Table 1. **Main tourist indicators according to destination**

	Nº of total tourists per capita	% of spanish tourists	% of foreign tourists	% of tourism in GDP	% of tourists employment in total employment
Andalusia	3,1	63,3	36,7	11,8	12,9
Canary Islands	6,7	11,1	88,9	31,9	37,6
Malaga	6,5	42,0	58,0		
Gran Canaria	4,4	12,7	87,3		

Source: Self-elaboration based on 2015 data INE, IETUR, EXCELTUR, ISTAC, SAETA

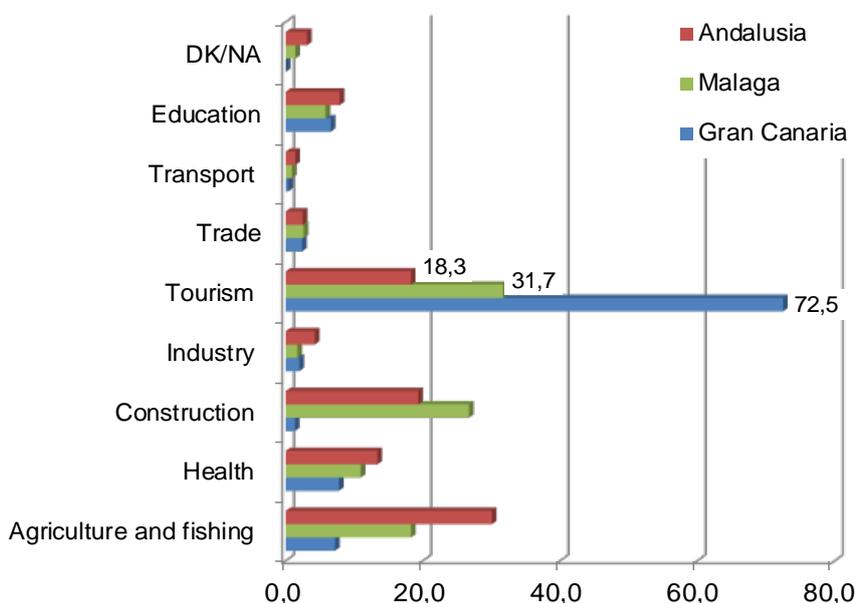
About our two surveys, we consider that the temporal difference detailed in the methodological paragraph may have influenced in the general opinions of respondents. Specifically, in a more critical and over-demanding view that tourism should solve more problems

in the society of Gran Canaria. A society particularly punished by the economic crisis and unemployment at that moment, with more declared opinions about tourism and an important sensitivity on this phenomenon.

As can be seen in Figure 1, it is noticeable the difference when considering tourism as the first economic activity: in Gran Canaria this is the option chosen by a large majority (72,5%) very far from the percentage in Malaga (31,7%) and especially in the total Andalusia (18,3%). It also draws attention to the difference between the Andalusian province and the total of the autonomous community. This is one of the main questions of the questionnaire which could be also used as a stratification variable. On the other hand, the concern for tourism-related issues is notably greater on the island: 8 out of 10 respondents are concerned “much and enough”, being this relationship 5 out of 10 in Malaga, and 4 out of 10 in Andalusia. So, the greater weight of tourism in the economy, in the society, in the GDP, as well as in the generation of jobs, greater interest and concern for tourism is expressed. In turn, and considering the importance given to tourism in the locality of the respondent, we note that this is “quite and very important” mostly in Malaga with this percentage of 82%, in Gran Canaria of 76%, and in Andalusia of 62%.

Other variables that we consider most influential in the total of the opinions expressed are: (1) the place of residence (in Gran Canaria tourist or non-tourist area / in Andalusia urban area, rural or littoral), (2) working or having worked in the tourist sector, (3)- to obtain personal benefits for tourism, and (4) the interest expressed by tourist issues.

Figure 1. **First economic activity according to destination**



Source: Own elaboration based on data surveys of TIDES-ULPGC & IESA-CSIC

About the positive impacts of tourism (Table 2) the most important consequence has to do with “Economic development and wealth creation”: in almost equal proportions in the three

studied cases (49,6% in Andalusia, 45,2% in Malaga, and 46,6% in Gran Canaria). Although the “Creation of employment” is even more important in Malaga (35%) and in Gran Canaria (26,1%). It is also noteworthy that in the survey of Gran Canaria we have also classified the job variable as “Economic growth and Creation of jobs” (8,1%) so it could be considered an impact as important as it is in Malaga.

In less enough measurement, the impacts and contributions are significant in the culture and the education fields, especially in Gran Canaria (7,2%). On the other hand, it is significant that a greater distance from tourist areas, more answers “don´t know / don´t answer” are given. Positive impacts do not seem to be as significant in: “Improvement of infrastructure and services”, “Heritage care”, “Environment care”, and “Publicity and International image”.

Table 2. **Main positive impacts of tourism according to destination**

	Andalusia	Malaga	Gran Canaria
None (nothing)	0,2	0,0	N/D
Economic development and wealth creation	49,6	45,2	46,6
Creation of employment	22,9	35,0	26,1
Culture, Education	5,7	6,3	7,2
Improvement of infrastructure and services	1,4	1,3	4,8
Heritage care	0,6	0,0	N/D
Environment care	0,7	0,2	1,1
Publicity, International image	3,2	0,8	5,7
Others	2,9	3,6	N/D
DK/NA	12,8	7,5	0,4
Economic growth and Creation of jobs	N/D	N/D	8,1

Source: Own elaboration based on data surveys of TIDES-ULPGC & IESA-CSIC

When asking about the first negative consequence of the impacts of tourism (Table 3) notably highlights in Gran Canaria “Deterioration of the environment, destruction of the coasts and the landscape, dirtiness” with 25,6%: it is very significant that 1 out of 4 respondents have that opinion. In turn, “Overcrowding, poor planning, speculation, bad quality of tourism services” is another of the negative impacts: reaching 10,2% on the island, percentage that almost duplicates this option in the other two study destinations (6,5% in Andalusia and 5,8% in Malaga). Even more than in other aspects, everything that implies an important environmental sensibility, a greater perception of environmental problems and more critical opinions have the respondents of the island.

“Problems of coexistence with tourists” is a significant problem in Andalusia (6,7%), Malaga (12%), and Gran Canaria (“behaviours not suitable” 12,6%), also “delinquency” was cited by 5% of the respondents of Malaga. 5,2% of the respondents of the island consider that they suffer some kind of “exclusion of local residents (at physical spaces, jobs, cultural issues)”. And even if by the moment they do not have expressed feelings of hostility against tourists, this is a

worrying fact. Especially considering the recent episodes of tourismphobia in other Spanish destinations like Barcelona or Palma de Mallorca.

On the other hand, it is necessary to emphasize that the most majority answer in Gran Canaria has been that tourism does not generate any negative consequence, "None" (27,6%). In these questions the percentages were also very relevant in Andalusia (20,7%) and Malaga (15,8%). It is also remarkable in this question about the negative consequences of tourism, that the option "don't know/don't answer" is the most common in about 45% of the respondents of Andalusia and Malaga. Residents of Gran Canaria are the one who have more formed opinions, and those who least respond "don't know / don't answer", just 2,4%.

**Table 3. Main negative impacts of tourism according to destination**

	Andalusia	Malaga	Gran Canaria
None (Nothing)	20,7	15,8	27,6
Transport traffic	1,2	0,6	N/D
Housing	0,3	0,8	N/D
Bad working conditions	1,3	1,4	N/D
"Called effect" to immigration	0,7	0,2	N/D
Delinquency	3,2	5,0	N/D
Problems of coexistence with tourists	6,7	12,0	N/D
Seasonality	0,3	0,3	N/D
Overcrowding	6,5	5,8	N/D
Dirtiness	3,1	1,4	N/D
Environmental costs	4,7	2,0	N/D
Deterioration of the heritage	1,0	1,3	N/D
Bad planning, deficiencies in services and infrastructure	0,2	0,0	N/D
Bad practices in tourism sector	1,8	1,3	N/D
Economic effects	1,5	1,5	N/D
Others	3,7	4,2	N/D
Deterioration of the environment, destruction of the coasts and the landscape, dirtiness	N/D	N/D	25,6
Behaviours not suitable	N/D	N/D	12,9
Overcrowding, poor planning, speculation, bad quality of tourism services	N/D	N/D	10,2
Arrival of a tourism of poor quality (little tourist expenditure)	N/D	N/D	6,8
Exclusion of local residents (at physical spaces, jobs, cultural issues)	N/D	N/D	5,2
The modality of the all inclusive, economic costs	N/D	N/D	4,6
Abandonment of the primary sector and other productive sectors	N/D	N/D	2,7
Price increase (housing, products)	N/D	N/D	1,9
DK/NA	42,9	46,4	2,4

*Source: Own elaboration based on data surveys of TIDES-ULPGC & IESA-CSIC*

The physical encounter with tourists in summer happen much less on the island than in Andalusia and Malaga. Probably because in Gran Canaria the tourist flow is distributed temporarily during the whole year, and there is not a high seasonality <sup>11</sup> as in the destinations of

<sup>11</sup> Among the problems associated with high seasonality highlight between others: temporality and precariousness of jobs, greater pressure on carrying capacity (physical, environmental and cultural), and lower profitability.

sun and beach of the Mediterranean coast. In Malaga residents meet more often tourists than in Gran Canaria: it should be noted that in the island only 9% of residents live in one of the two tourist municipalities located in the south (San Bartolomé de Tirajana and Mogán). It is more frequent in the island that the meetings with tourists are given mostly distributed throughout the whole year, although mainly more limited to the tourist municipalities. On the distribution of tourist flows we emphasize that in Malaga and Andalusia there is a greater “temporal” concentration (summer), while in Gran Canaria there is a greater “spatial” concentration (in the south of the island). Therefore, the resident of the island does not coincide so frequently with tourists in the same space, as it happens in Malaga. Consequently, the possibility of frictions and conflicts are minor, the daily life shared in the same physical space is much lower. However, it should be noted that in Gran Canaria the percentage of foreign tourists is more than twice that in Malaga, that is, there is a greater cultural distance between tourists and residents. Cultural distance that in some destinations and according to some specific characteristics, can be a factor that generates xenophobic behaviours against tourists (“tourismphobia”).

The meeting place between residents and tourists is in “their locality of residence” in 87% of the cases in Malaga, 75% in Andalusia, while in Gran Canaria this frequency is reduced to 33%. About the question of whether tourists “cause inconvenience”, the vast majority consider that no, although it highlights that 14% of respondents on the island answered yes. The same percentage is that of from Gran Canaria respondents who avoid visiting areas where there are much more foreign tourists. In the Gran Canaria survey, we also asked whether they consider that there is some kind of discrimination against local residents in some shops of the tourist areas: a worrying percentage so yes consider it (50%)<sup>12</sup>. These responses could generate some alert, in the sense of avoiding some of the problems that have occurred lately against the presence of tourists in some Spanish destinations. Hence the importance of continuing the tourism awareness campaigns already developed in these destinations, as well as lifelong learning in this respect in schools and institutes.

In general, the opinion about the purchasing power of tourists is more critical in Gran Canaria <sup>13</sup>. The opinion about the behaviour of tourists is pleasant and very pleasant, in turn consider mainly that tourist does take care of the environment. In Gran Canaria this last positive opinion is even greater, perhaps because tourists who visit the island are more aware about its great biodiversity, delicate ecological balance, with one of the highest levels of environmental protection in Europe. Almost half of the territory of Gran Canaria has some kind of legal environmental protection figure.

---

<sup>12</sup> Question: “Are there any stores or shops where foreign tourists are best received or treated that residents?”

<sup>13</sup> It is in this destination that lately it has been implemented in the hotel establishments the modality of “all inclusive” which in general would decrease the tourist expense per person and also in the complementary offer of the destination.

In an exploratory way we also have asked about the “individual actions” that each of the respondents could make to improve the destination and the experience of the tourist. In the case of Andalusia, it draws attention, that 4 out of 10 respondents did not mention any individual action. And of the answers obtained, most have to do with the behaviour in the treatment with tourists. Specifically, (1) “to be more polite and kind”. Then, but with percentages below 10%, appears: (2) “to preserve the heritage and the environment” (9,9%), (3) “to gain a better understanding of the heritage” (8,8%), and (4) “to preserve the cleanliness” (7,2%). Finally, some mentions have to do with improving the tourist offer, not to abuse the prices, and striving to learn languages. For its part in Gran Canaria, and in line with the total of the questions of the survey, they do have more opinions formed than in Andalusia, probably consequence of a greater tourist experience and economic dependence on the sector. In the island, 6 out of 10 respondents consider they might (1) “be more kind and polite”, (2) “tolerant”, and (3) “offer a better treatment”. Then 16, 9% of the respondents’ mention (4) “improving the quality and the tourist products”, (5) “diversifying the offer”, and (6) “not to abuse on prices”. Finally, with percentages around 10%: “preserving the environment”, “cleanliness”, “the state of the infrastructures”, “learning languages”, and “improving the training of workers”.

In Table 4 we can observe the assessments of respondents on the impacts and influence of tourism on a number of indicators according to destination. We asked about: (1) “Creation of new jobs”, (2) “Improvement of infrastructures”, (3) “Generation of wealth and economic growth”, (4) “Improvement of the cultural and leisure offer”, (5) “Improvement of the quality of life in your locality”, (6) “Increase in citizen security”, and (7) “Improvement of public services”. It is very majority in the three destinations the positive and very positive impact perceived on all these aspects. In any case, more optimistic and favourable visions are observed in Malaga and especially in Andalusia. It is striking that are the residents of Gran Canaria the most critical about the impacts of tourism: in general terms 20% consider negative its influence on the detailed aspects, being this percentage negligible in Andalusia and Malaga.

Special consideration has the impacts of tourism in the following three important indicators: (8) “Conservation of the environment”; (9) “Availability of affordable housing” and (10) “Price containment”. The most negative opinions have to do with “Price Containment”: between 4 and 6 out of 10 respondents (6 out of 10 respondents in Gran Canaria) consider negative and very negative its influence. Then the “Availability of affordable housing”, where between 3 and 5 out of 10 respondents think in a negative way, especially in Malaga and Gran Canaria. We consider this percentage worrying, especially if we consider that the surveys were carried out before the recent boom of vacation rental in Spain and the implementation of platforms such as Airbnb, HomeAway, Couchsurfing, HeyHolidays, Niumba and Spain-Holiday, and its probable influence on the reduction of available renting houses for residents. About the “Conservation of the environment” the opinions are very different according to destiny: the respondents from Andalusia and Malaga have much fewer negative opinions. Being the residents of the island much more negative, since this is expressed in almost half of the respondents (46,7%).

Table 4. Main impacts of tourism according to destination

		Very negatively	Negatively	Neither positive nor negative	Positively	Very positively	DK/NA
Creation of new jobs	Andalusia	2,3	0,9	4,7	11,2	74,8	6,2
	Malaga	2,8	0,5	7,2	17,5	68,5	3,5
	Gran Canaria	0,0	18,2	9,2	70,5	2,1	0,0
Improvement of infrastructures	Andalusia	1,6	2,3	8,5	15,9	62,9	8,8
	Malaga	1,9	5,0	16,1	17,6	53,7	5,7
	Gran Canaria	0,0	19,8	12,0	65,0	2,2	1,1
Generation of wealth and economic growth	Andalusia	1,3	1,1	4,3	14,4	71,0	7,7
	Malaga	1,9	1,2	4,7	20,6	65,3	6,3
	Gran Canaria	0,0	14,4	15,7	65,3	3,9	0,7
Conservation of the environment	Andalusia	7,5	9,2	16,0	15,9	41,6	9,9
	Malaga	9,3	12,3	23,5	15,1	31,9	7,9
	Gran Canaria	5,4	41,3	17,5	33,9	1,2	0,8
Improvement of the cultural and leisure offer	Andalusia	1,2	1,5	9,2	20,0	59,7	8,5
	Malaga	1,2	1,6	13,9	19,2	57,9	6,1
	Gran Canaria	1,4	13,0	17,5	63,3	1,3	3,5
Improvement of the quality of life in your locality	Andalusia	4,0	7,1	20,2	17,6	42,6	8,5
	Malaga	2,4	8,7	28,6	16,7	39,3	4,3
	Gran Canaria	0,7	16,2	27,1	52,9	2,3	0,7
Increase in citizen security	Andalusia	5,0	7,7	18,3	16,9	43,6	8,5
	Malaga	5,8	10,0	28,7	13,2	36,8	5,6
	Gran Canaria	1,9	24,8	27,1	44,6	1,3	0,4
Availability of affordable housing	Andalusia	14,5	14,6	20,9	11,1	28,7	10,2
	Malaga	24,6	23,9	20,9	7,9	17,8	5,0
	Gran Canaria	3,9	43,9	34,3	15,6	0,0	2,3
Price Containment	Andalusia	21,9	15,4	11,9	9,2	32,0	9,7
	Malaga	27,6	22,3	14,5	3,8	26,6	5,1
	Gran Canaria	9,6	52,4	21,9	14,7	0,4	1,1
Improvement of public services	Andalusia	2,4	3,3	12,4	19,0	54,5	8,4
	Malaga	2,4	9,0	14,4	21,5	48,5	4,1
	Gran Canaria	2,2	16,9	19,9	59,3	1,1	0,6

Source: Own elaboration based on data surveys of TIDES-ULPGC & IESA-CSIC

#### 4. CONCLUSIONS

Although there are noticeable differences between the studied destinations, it is necessary to emphasize the utility of the comparative studies: especially with similar object of studies using some same several questions block. The intrinsic differences of the destinations, as well as the temporal distance between the two surveys do not in itself carry a problem, but rather we consider that it can enrich the analysis, generating the challenge of presenting general trends and conclusions. Among the peculiar differences to each destination, it should be remembered that high seasonality is given on the Mediterranean coast logically during the summer, while on the Canary Islands do not suffer from the problem of the high seasonality decreasing in this way the impacts on the carrying capacity. And consequently, redistributing tourist flows throughout the year, as well as generating higher profitability and better quality of jobs. On the other hand, the nationality of the tourists (much more foreigners in Canary Islands) as well as a greater physical concentration of tourist activity in the south of Gran Canaria, configure some of the particular differences that it has with Malaga as mature sun and beach destination. The much greater dependence on tourism in Canary Islands than in Andalusia, as

well as in the first case triple the participation of tourism in GDP and jobs, logically influences the different points of view of residents in Gran Canaria, Andalusia and Malaga.

Considering the opinions of the respondents, in Gran Canaria these are in general more homogeneous and more critical than in Malaga and Andalusia. In turn, the opinions of the residents of this province (the most tourist of Andalusia) are more critical to those of the whole autonomous community. Therefore, more tourist development of the place of residence, more opinions formed are related to this phenomenon, more personal benefits are perceived, but in turn and without being contradictory, more critical opinions expressed on the negative externalities. And the same happens when considering other variables, such as educational level, and labour linkage with the tourism sector: that is, at major educational level, and existing labour link with the tourism, more opinions of this type happen.

Another of the most significant data is that on the island residents do have mostly opinion formed regarding the phenomenon of tourism, being the answers “don't know/don't answer” very minority. However, both on the island and in the Andalusian province, there is an opinion that is clearly very favourable to tourism and tourist development. Highlighting the positive impacts on: job creation, wealth generation, improvement of the cultural and leisure offer, and the improvement of infrastructure. In the island highlights the negative views on: the availability of affordable housing, the containment of prices, and environmental impacts. It is very noticeable the difference in environmental impacts and overcrowding: in Gran Canaria residents are much more critical and with a much more negative views on environmental costs. Although currently Canary Islands is one of the most environmentally protected European regions and where almost half of the territory of Gran Canaria has some form of environmental protection, in the past environmental abuses have been quite noticeable. On the other hand, probably because of the perception of the vulnerability of the territory and its delicate biodiversity as “islander”, they result in greater environmental sensitivity than if it were inhabited in any region of the continental territory.

In general terms Gran Canaria residents “expect” more of tourism than the one in Malaga and the total of Andalusia. And in turn Malaga residents expect more from tourism than the total of Andalusia. So, we conclude that where there is a greater economic dependence on tourism, and less diversified is the productive structure (the percentage of tourism in Canary Islands GDP almost triples Andalusian) more opinions formed exist, more favourable opinions on positive impacts, but in turn more critical opinions on negative externalities and an over-exigency on tourist sector. In turn these kinds of opinions are also explained if we consider that having carried out the survey in Gran Canaria during one of the hardest years of the economic crisis, may have influenced on the opinions about the pressing expectations of resident population on the capacity of tourism sector to generate employment and economic growth.

Finally, we consider relevant to take into account the opinions of the residents of the tourist destinations in future development plans. This kind of opinions, and comparisons made according to destinations, can be considered an interesting aspect in the management of a Sustainable Tourism Model.

## 5. REFERENCES

Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. A., Balbuena-Vázquez, A., and Cortés-Macias, R. (2016), "Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain)", *Tourism Management*, Vol. 54, pp. 259-274

AIEST Association of Scientific Experts in Tourism (1991), "41º Conference", available at: [www.aiest.org](http://www.aiest.org) (accessed 05 October 2018)

Balbuena-Vázquez, A, Barrera-Fernández, D., and Hernández-Escampa, M. (2017), "The sociocultural impact of tourism in Benalmádena", *International Journal of Scientific Management and Tourism*, Vol. 3 N° 1, pp. 29-45

Brida, G., Riaño, E., Zapata, S. (2012) "Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres", *Cuadernos de Turismo*, Vol. 29, pp. 79-107

Chuang, S. (2010), "Rural tourism: Perspectives from social exchange theory", *Social Behavior and Personality*, Vol. 38 N° 10, pp. 1313-1322

De Kadt, E. (1991), "*Turismo: ¿pasaporte al desarrollo*" ("*Tourism: passport to development?*"), Endymion, Madrid

Dimitriadis, E., Papadopoulos D., Kaltsidou D. (2013), "Attitudes towards tourism development: residents' perceptions in the islands of Lemnos and Hydra", *Tourismos*, Vol. 8 N° 1, pp. 133-151

EXCELTUR Alianza para la Excelencia Turística - Alliance for Tourism Excellence (2017), "Statistical data", available at: <http://www.exceltur.org> (accessed 5 December 2018)

Harrill, R. (2004), "Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning", *Journal of Planning Literature*, Vol. 18 N° 3, pp. 251-66

Garau-Vadell, J. B., Díaz-Armas, R., and Gutierrez-Taño, D. (2014), "Residents' perceptions of tourism impact on island destinations: A comparative analysis", *International Journal of Tourism Research*, Vol. 16 N° 6, pp. 578-585

Hernández Luis, J. Á., Del Chiappa, G. and Battino, S. (2015), "Percepción de los residentes de las Palmas de Gran Canaria ante el turismo de cruceros", *Vegueta*, Vol. 15

ISTAC Instituto de Estadística de Canarias - Canary Islands Institute of Statistics, "Statistical data", available at: <http://www.istac.es> (accessed 25 November 2018)

IETUR Instituto de Estudios Turísticos - Institute of Tourism Studies, "Statistical data", available at: <http://www.iet.tourspain.es> (accessed 15 September 2018)

INE Instituto Nacional de Estadística - National Institute of Statistics, "Statistical data", available at: <http://www.ine.es> (accessed 28 December 2018)

ILO International Labour Organization (2013), "Sustainable Tourism for Development", available at: [https://www.ilo.org/sector/Resources/publications/WCMS\\_216669/lang--en/index.htm](https://www.ilo.org/sector/Resources/publications/WCMS_216669/lang--en/index.htm) (accessed 03 November 2018)

Jafar, J. (2005), "El turismo como disciplina científica", *Política y Sociedad*, Vol. 42 N° 1, pp. 39-56

Jurdao, F. (1992), *Los mitos del turismo*, Endymion, Barcelona

Lindsay, K., Craig, J. and Low, M. (2008), "Tourism and conservation: the effects of track proximity on avian reproductive success and nest selection in an open sanctuary", *Tourism Management*, Vol. 29, N° 4, pp. 730-739

Morales, J. (1978), "La teoría del intercambio social desde la perspectiva de Blau", *Revista Española de Investigaciones Sociales*, Vol. 4, pp. 129-46

Moreira, P. (2007), "Turismo y Sostenibilidad. Revisión teórica y aplicación a los casos de Mallorca y Uruguay". En *Turismo y Sociedad en Andalucía* (pp. 363 - 393), Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, Sevilla

Moyano, E., Rodríguez, P. and Moreira, P. (2009), Barómetro de opinión pública y turismo en Andalucía, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, Sevilla

Nunkoo, R. and Gursoy, D. (2012), "Residents' support for tourism: An identity perspective", *Annals of Tourism Research*, Vol. 39 N° 1, pp. 243-268

Özel, Ç. H., and Kozak, N. (2017) "An exploratory study of resident perceptions toward the tourism industry in cappadocia: A social exchange theory approach", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 22 N° 3, pp. 284-300

Poli, M., Da Silva, F. (2013) "Percepción de los Residentes sobre el Desarrollo del Turismo Costero en el Municipio de Garopaba - SC: una propuesta metodológica", *Turismo em Análise*, Vol. 24 N° 2

Rodríguez, P. (2007), *Los andaluces y el turismo: percepción social del turismo en Andalucía*, IESA, Córdoba

Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., and Ramayah, T. (2015), "A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions", *Tourism Management Perspectives*, Vol. 16, pp. 335-345

SAETA Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía - System of Analysis and Statistics of the Tourism of Andalusia, "Statistical data", available at: <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte> (accessed 20 December 2018)

Sharpley, R. (2014), "Host perceptions of tourism: A review of the research", *Tourism Management*, Vol. 42, pp. 37-49

Smith, V. (2012), *Hosts and guests: The anthropology of tourism*, University of Pennsylvania Press, Pennsylvania

Suosheng W., Chen, J. (2015), "The influence of place identity on perceived tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, Vol. 52, pp. 16-28

Turner, L and Ash, J. (1991), *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*, Endymion, Madrid

Vargas-Sánchez, A., Porrás-Bueno N., and Plaza-Mejía, M<sup>a</sup> (2011), "Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible?", *Annals of Tourism Research*, Vol. 38 N° 2, pp. 460-480

Wang, Y., and Lu, L. (2014), "Community tourism support model and its application based on social exchange theory: Case studies of gateway communities of Huangshan scenic area Dili Xuebao", *Acta Geographica Sinica*, Vol. 69 N° 10, pp. 1557-1574

Ward, C. and Berno; T. (2011) "Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists". *Annals of Tourism Research*, Vol. 38 N° 4, pp. 1556-1569

## TURISMO Y MEDIO AMBIENTE EN MÁLAGA Y GRAN CANARIA. OPINIONES DE LOS RESIDENTES

### Resumen

El estudio de los impactos del turismo en el paisaje y en el entorno ambiental es una temática de relevante actualidad, especialmente en los casos de estudio que presentamos: destinos turísticos maduros de sol y playa. Este análisis implica el estudio de algunos de los indicadores turísticos y ambientales de ambos sitios, asimismo las opiniones de los residentes acerca de los costes ambientales del desarrollo turístico en Málaga y Gran Canaria. La metodología utilizada para el estudio ha sido: (1) encuesta sobre las opiniones de los residentes acerca de los impactos positivos y negativos del turismo, y (2) explotación de datos secundarios sobre estadísticas de ingreso de turistas y sobre el uso del suelo e indicadores costeros y ambientales. Entre otras cosas hemos concluido que, si bien ambos territorios cuentan con diversas figuras de protección ambiental que garantizan un uso racional del territorio, la isla de Gran Canaria (al igual que el conjunto del archipiélago canario) goza de una protección ambiental muy por encima de la media española. Al analizar las opiniones de los residentes sobre la relación turismo y medio ambiente, observamos una contundente y crítica conciencia ambiental sobre los costes ambientales: especialmente entre los residentes grancanarios. Costes derivados de un caducado modelo de desarrollo turístico que estuvo basado en la masificación y en la explotación intensiva y desmedida de los recursos naturales. Por lo que concluimos que, al menos en los destinos estudiados, el tipo de atropellos sufridos durante la etapa del desarrollismo turístico iniciado en la década de los 60' no se volvería a repetir.

**Palabras clave:** Turismo, medio ambiente, opiniones, residentes, Málaga, Gran Canaria

### TOURISM AND ENVIRONMENT IN MALAGA AND GRAN CANARIA. RESIDENTS ' OPINIONS

### Abstract

The study of the impacts of tourism on the landscape and the environment is a relevant topic nowadays, particularly in the two cases of the present study: mature tourist destinations of sun and beach. This analysis involves the study of some tourist indicators and environmental of both sites, also the opinions of the residents about the environmental costs of tourism development in Malaga and Gran Canaria. The methodology used for the study has been: (1) survey of residents ' opinions on the positive and negative impacts of tourism, and (2) exploitation of secondary data on tourist income statistics and on land use and coastal and environmental indicators. Among other things, we have concluded that although both territories have different environmental protection figures that guarantee a rational use of the territory, the island of Gran Canaria (like

the entire Canary Archipelago) enjoys environmental protection above the Spanish average. On the other hand, analyzing the opinions of residents about tourism and environment relationship, we observe a strong and critical environmental awareness of the environmental costs suffered: especially among the residents of Gran Canaria. Costs derived from an expired model of tourism development that was based on the overcrowding and the intensive and excessive exploitation of natural resources. So, we conclude that, at least in the destinations studied, the type of abuses suffered during the stage of tourism developmentalism started in the decade of the 60 ' would not be repeated.

**Keywords:** Tourism, environment, opinions, residents, Málaga, Gran Canaria

## 1. INTRODUCCIÓN

A nivel teórico Vera et al. (2011) señalan la necesidad de, basados en un desarrollo creativo, reflexionar sobre la inevitable transformación de los paisajes por la actividad turística, sobre una nueva imagen y una nueva capacidad competitiva del territorio. Concretamente en los destinos consolidados de sol y playa, y citando a Antón (2004) destacan la necesidad de intervenir cuanto antes en el paisaje turístico a través de: "1- la rehabilitación del tejido urbano, 2- del control de las tipologías edificatorias, 3- la desurbanización y construcción de nuevas visuales, 4- la recuperación y gestión de áreas degradadas, 5- la protección de áreas con valor ecológico, y 5- la mejora de indicadores de calidad ambiental". Completando de esta forma la recuperación del paisaje tradicional y a su vez potenciando el valor productivo de los recursos ambientales. La transformación del paisaje por el turismo resulta inevitable: por lo que la planificación de un desarrollo turístico sostenible y sustentable sigue siendo un aspecto clave para minimizar al máximo los posibles costes ambientales, respetando las capacidades de carga ambiental, social, cultural y económica de los destinos.

Espejo (2011) señala que para muchos paisajes el turismo ha significado una forma de supervivencia, mientras que para otros ha sido una forma de destrucción. Considerando los usos turísticos del paisaje y su transformación, las relaciones entre paisaje y turismo ha sido desde los inicios conflictiva. De ahí la importancia que la gestión del paisaje permita la complementariedad entre la conservación de un espacio de consumo en base a su propia calidad y la producción turística. Basado en la planificación estratégica y la acertada gestión ambiental, el turismo podría ser creador de paisajes competitivos. La protección del paisaje no debería significar la incompatibilidad con su transformación y evolución.

## 2. OBJETIVOS

Los objetivos del estudio han sido: evaluar (1) los principales indicadores turísticos, y (2) la presión de esta actividad en la capacidad de carga ambiental en dos de las provincias más turísticas de España: Málaga y la isla de Gran Canaria (provincia de Las Palmas). Analizando

los impactos ambientales del desarrollo turístico - urbanístico según las opiniones de los residentes de ambos destinos turísticos maduros de sol y playa.

### **3. METODOLOGÍA**

Como metodología de investigación hemos analizado diversos datos secundarios sobre la presión del turismo en el paisaje y en el entorno ambiental de ambos destinos. Y a través de la explotación de datos cuantitativos de dos encuestas propias hemos comparado y evaluado las opiniones de los residentes sobre los impactos positivos y negativos del turismo. Haciendo hincapié en el estudio de los impactos ambientales según el destino. Las encuestas se han realizado en Andalucía y en Gran Canaria. En Andalucía seleccionamos la submuestra de Málaga por considerarla la provincia andaluza más similar al destino de Gran Canaria: ambos destinos turísticos maduros de sol y playa.

En el primer caso la encuesta fue realizada a través de un estudio desarrollado en el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA) del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Y en el segundo caso a través de un estudio INNOVA-FULP en el ámbito del Instituto de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible (TIDES) de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC).

### **4. RESULTADOS**

En España en general y en estos destinos en particular, ha crecido fuertemente en los últimos años la ratio turista/residente. En consecuencia, se sucede una creciente presión de las actividades turísticas en el medio ambiente. Cabe destacar además que el turismo significa el 11,8% del PIB andaluz y el 31,9% del canario, y el empleo turístico significa el 12,9% en el total del empleo andaluz y el 37,6% del canario.

Centrándonos en las provincias de estudio destacamos que Málaga junto con Alicante es una de las dos provincias que menos suelo natural tiene en la costa, siendo uno de los casos más paradigmáticos de abuso ambiental los miles de viviendas ilegales construidas en el municipio de Marbella - Málaga (Greenpeace 2017).

En el caso de Gran Canaria tal y como señala Ferrer-Valero et al. (2017) y debido principalmente al urbanismo y a la masificación turística, en algunas zonas el 65% de la superficie original de las dunas se ha perdido (San Agustín, El Hombre, San Borondón, Jinámar y Bañaderos) y el 32% sufre un gran deterioro (Maspalomas). En relación a los humedales de la costa: el 22% ha desaparecido y el 27% está muy deteriorado. En el caso de los acantilados el 43 % ha sufrido alteraciones por las construcciones realizadas. De todas formas y a pesar de estos datos generales, cabe destacar que la isla de Gran Canaria al igual que todo el archipiélago canario goza actualmente de unos elevados índices de protección ambiental, muy por encima de la media española y europea.

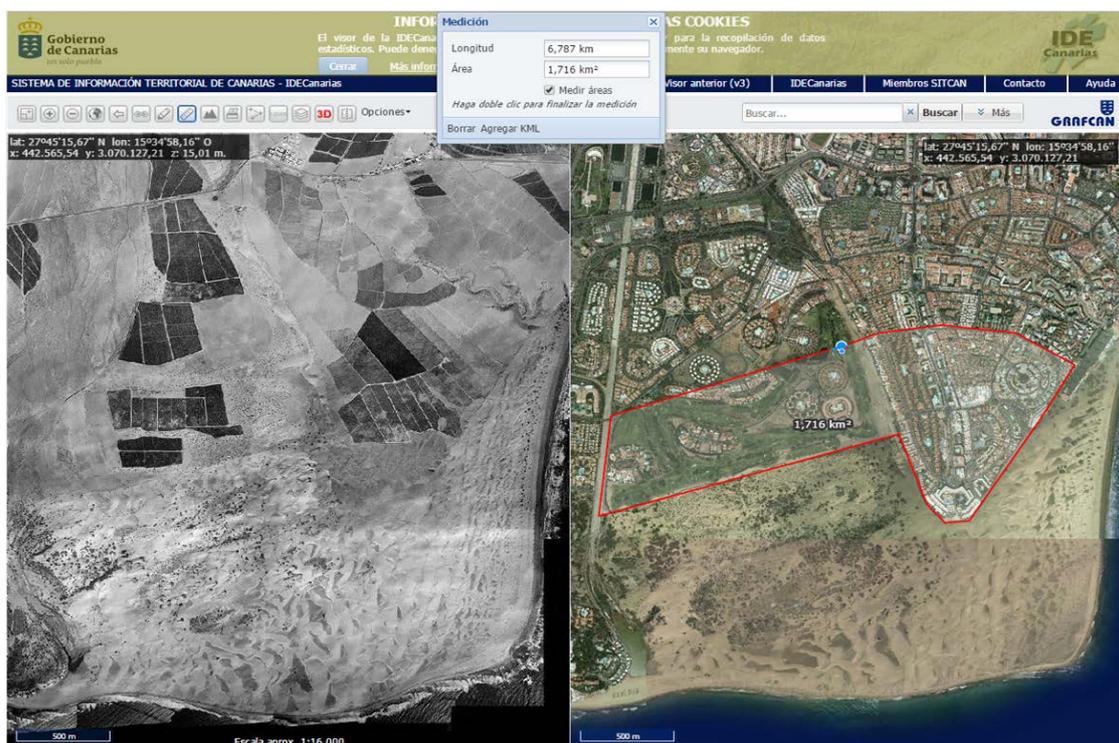
Por otra parte y comparando los indicadores costeros y ambientales de las provincias de Málaga y Las Palmas (lo que incluye además de Gran Canaria, las islas de Fuerteventura, Lanzarote y La Graciosa, Tabla 1) destacamos según el último informe de Greenpeace que: (1) el dominio público marítimo-terrestre artificial es mucho mayor en Málaga que en Las Palmas (74,80% frente a un 26,36%), (2) la artificialización durante el período 1987-2011 de la franja de 10 kilómetros desde la costa es mucho mayor en Málaga que en Las Palmas (610,58% frente a un 369,06%), (3) los espacios naturales protegidos de la franja de 10 kilómetros desde la costa es mucho mayor en Las Palmas que en Málaga (51,6% frente a un 16,9%) y (4) los hábitats protegidos y de interés de la Red Natura son mucho más en Las Palmas que en Málaga (76,2% frente a un 47,8%). Está claro por lo tanto que la protección y la situación ambiental es mejor en Las Palmas que en Málaga. Aspecto este que nos llama la atención si consideramos además que son los grancanarios quienes tienen a su vez una mucho peor opinión sobre los impactos negativos del turismo en el medio ambiente. Por lo que cabría indagar sobre esta corriente de opinión y preguntarse entre otras cosas si es que en la isla hay realmente más impactos negativos reales, más impactos negativos percibidos, y si esa percepción se debe más a una mayor acuciante sensibilidad ambiental, o la experiencia negativa de la existencia de mayores atropellos ambientales durante la etapa desarrollista del turismo (Figura 1).

**Tabla 1. Indicadores costeros y ambientales de Málaga y Las Palmas**

		Málaga	Las Palmas
Dominio público marítimo-terrestre (DPMT)	% DPMT artificial	74,80%	26,36%
Evolución franja de 10 km desde la costa	Artificialización 1987-2011 (ha/año)	610,58	369,06
Espacios naturales protegidos franja de 10 km desde la costa	% superficie protegida total	16,9%	51,6%
Hábitats de interés de Red Natura	% hábitats protegidos	47,8%	76,2%

*Fuente: elaboración propia en base a datos Greenpeace, 2017*

Figura 1. Sur de Gran Canaria 1960 - 2016



*Fuente: elaboración propia en base a datos Visor - GRAFCAN, 2017*

En la Tabla 2, observamos que uno de cada cuatro grancanarios considera a los costes ambientales como la primera consecuencia negativa del turismo, y el 10,2% cita a la masificación como el primer problema. Mientras que en la provincia andaluza los datos son de 2,0% y 5,8% respectivamente: porcentajes significativamente menores. Son los residentes grancanarios quienes tienen opiniones más críticas sobre los impactos negativos del turismo en el medio ambiente y el paisaje. Probablemente el residir en una isla, con gran y frágil biodiversidad y a su vez con altas tasas de actividad turística influya en la sensibilidad sobre la temática ambiental. De todas formas, cabe destacar a su vez que son los grancanarios quienes bastante más desean recibir más cantidad de turistas (Tabla 3): cuanto más turístico sea el destino, más número de turistas se desea recibir. Cabe recordar que el turismo significa 1/3 del PIB canario y más de 1/3 de los empleos por lo que la influencia en la economía es muy considerable y bastante mayor que en Málaga y Andalucía.

Tabla 2. **Primera consecuencia negativa del turismo según destino**

	Andalucía	Málaga	Gran Canaria
Ninguna (nada)	20,7	15,8	27,6
Masificación	6,5	5,8	10,2
Costes ambientales	4,7	2,0	25,6
NS/NC	43,1	46,4	2,4

*Fuente: elaboración propia en base a datos encuestas IESA-CSIC, TIDES-ULPGC*

Tabla 3. **Aumento del número de turistas según destino**

	Andalucía	Málaga	Gran Canaria
Se debe intentar aumentar el número de turistas	46,6	51,2	79,4

*Fuente: elaboración propia en base a datos encuestas IESA-CSIC, TIDES-ULPGC*

En ambos casos de estudio se observa que a medida que más nos alejamos del núcleo de los destinos turísticos, más respuestas “no sabe/no contesta” se dan y menos opinión formada se tiene al respecto de los impactos del turismo. Siendo los grancanarios quienes más opiniones formadas tienen al respecto y menos optan por no responder. Las externalidades negativas del turismo son más percibidas por quienes: (1) residen en las zonas turísticas, (2) reciben algún tipo de beneficio directo de la actividad, y (3) por quienes tienen un mayor nivel educativo. Aparentemente resultaría contradictorio que quienes más beneficios perciben del turismo y trabajan o hayan trabajado en ese sector más críticos sean en sus opiniones, pero eso es el caso en los destinos estudiados, especialmente en Gran Canaria. O sea, más efectos positivos y más efectos negativos se perciben cuanto más implicado se esté en el turismo y más influya esta actividad en la vida de los encuestados.

Considerando el respeto al medio ambiente por parte de los turistas (Tabla 4) observamos que existe en general una opinión muy positiva al respecto. Los grancanarios opinan de forma aún más favorable que los malagueños, al igual que estos comparados con los andaluces. Por lo que cabría preguntarse si se debe a que los turistas que visitan Gran Canaria serían más conscientes de que se encuentran en una isla de especial protección ambiental, con un delicado equilibrio y biodiversidad y actuarían en consecuencia.

Tabla 4. **Respeto hacia el medio ambiente por parte de los turistas**

	Andalucía	Málaga	Gran Canaria
Nada	1,9	4,0	3,4
Poco	15,7	20,1	15,6
Bastante	52,5	51,3	61,5
Mucho	13,3	15,1	13,7
NS/NC	16,6	9,5	5,8

*Fuente: elaboración propia en base a datos encuestas IESA-CSIC, TIDES-ULPGC*

## 5. CONCLUSIONES

El tipo de abusos ambientales sufridos en el pasado tanto en Málaga como en Gran Canaria, hoy día difícilmente se podría repetir. No sólo debido a la ingente e incluso a veces confusa cantidad de normas de protección ambiental (normativas y ordenanzas municipales, autonómicas, nacionales y comunitarias) sino también debido a la creciente y crítica concienciación ambiental expresada en las opiniones de los residentes. La alternativa de renunciar a la calidad del medio ambiente y a su protección en pos de un desarrollismo turístico no tendría hoy día apoyo en estas comunidades de acogida.

Cabe destacar que observamos además por parte de los grancanarios una mayor visión crítica en lo ambiental: aunque son a su vez quienes más cantidad de turistas quieren recibir. La dependencia económica del turismo es en Gran Canaria mucho mayor que en Málaga y que en el conjunto de Andalucía.

La transformación del paisaje por el turismo resulta inevitable, por lo que la planificación de un desarrollo turístico sostenible y sustentable siguen siendo aspectos clave para minimizar al máximo los posibles costes ambientales, respetando las capacidades de carga ambiental, social, cultural y económica de los destinos.

El turismo bien gestionado puede concebirse como una actividad económica transformadora, para bien de los entornos ambientales, de su valor patrimonial, paisajístico, cultural y social. Destacando el paradigma de la sostenibilidad turística más que como una amenaza o una actividad depredadora del paisaje y del territorio, como una garantía clave para su protección y un valor añadido en la competitividad de los destinos turísticos.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Antón, S. (2004). Demanda turística i protecció del litoral: un horitzó possible. Papers: Regió Metropolitana de Barcelona: Territori, estratègies, planejament, (41), 69-84

Cartográfica de Canarias - GRAFCAN (2017), [www.grafcan.es](http://www.grafcan.es), 04/11/17

Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía (2017), [www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte](http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte), 04/11/17

Espejo, C. (2011). El paisaje como recurso turístico. En Retos y perspectivas de la gestión del paisaje en Canarias, 437-462

Ferrer-Valero, N., Hernández-Calvento, L., & Hernández-Cordero, A. I. (2017). Human impacts quantification on the coastal landforms of Gran Canaria Island (Canary Islands). *Geomorphology*, 286, 58-67

Greenpeace (2017), [www.greenpeace.org](http://www.greenpeace.org), 04/11/17

Instituto de Estadística de Canarias - ISTAC (2017), [www.istac.es](http://www.istac.es), 04/11/17

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

## **ANEXOS**

- 1. CUESTIONARIO**
- 2. FRECUENCIAS**
- 3. FICHA TÉCNICA**

## CUESTIONARIO: Percepción Social del Turismo en Gran Canaria

1- De las siguientes actividades económicas que le voy a comentar ¿puede señalar las tres que Ud. considera que tienen más importancia en la economía de Gran Canaria? LEER TODAS

	1º	2º	3º
Agricultura y pesca			
Sanidad			
Construcción			
Industria			
Turismo			
Comercio			
Transportes			
Educación			
NS/NC			

2- ¿Podría decirme si los temas relacionados con el turismo en Gran Canaria le interesan mucho, bastante, poco o nada?

Mucho
Bastante
Poco
Nada
NS/NC

3- ¿Cómo cree que se han visto afectados por el turismo los siguientes aspectos en Gran Canaria? En una escala de 1 a 5: siendo 1 muy negativamente y 5 muy positivamente

	Muy negativamente	Negativamente	Ni positivo ni negativo (no afecta)	Positivamente	Muy positivamente
Creación de nuevos puestos de trabajo					
Mejora de las infraestructuras (comunicaciones, equipamiento urbano, etc.)					
Generación de riqueza y crecimiento económico.					
Conservación del Medio Ambiente					
Mejora de la oferta cultural y de ocio					
Mejora de la calidad de vida en su Municipio (tranquilidad, convivencia)					
Aumento de la seguridad ciudadana					
Disponibilidad de viviendas asequibles					
Contención de los precios					
Mejora de los servicios públicos					

4- ¿Qué importancia cree que tiene el turismo para la economía de su Municipio?

Muy importante
Bastante importante
Poco importante
Nada importante
NS/NC

5- A lo largo del año... ¿se encuentra usted con turistas?

Todos o casi todos los meses del año
En verano y festivos
Sólo en verano
Casi nunca
Nunca
NS/NC

Filtro 5A -

Y en esos momentos del año, se los encuentra...

Todos o casi todos los días
Sólo los fines de semana
Raramente (en fiestas, acontecimientos puntuales)
NS/NC

5B - ¿Dónde tienen lugar esos encuentros?

En el Municipio en el que vive
En el Municipio en el que pasa las vacaciones
En ambos lugares
NS/NC

6- ¿Cómo diría Ud. que es el trato y la atención que dan los grancanarios a los turistas?

Muy bueno
Bueno
Malo
Muy malo
NS/NC

7- En su opinión, los turistas que visitan la isla...

Tienen un poder adquisitivo?      y su comportamiento aquí es?      son respetuosos con el medio ambiente?

Alto	Muy agradable	Mucho
Medio	Agradable	Bastante
Bajo	Normal (No leer)	Poco
NS/NC	Desagradable	Nada
	Muy desagradable	NS/NC
	NS/NC	

8- ¿Se encuentra usted en alguna de las siguientes situaciones?

	Sí	No	NS/NC
Cuando viaja por Gran Canaria evita visitar las zonas donde hay más turistas extranjeros			
Tiene que ajustar su vida cotidiana para evitar a los turistas			
Los turistas le ocasionan molestias importantes en su entorno próximo			
Hay locales o comercios en donde son mejor recibidos o tratados los turistas extranjeros que los residentes			

9- Se suele afirmar que el turismo depende de la intervención de todos ¿Qué cosas cree usted que deberían hacer los grancanarios, de forma individual, para mejorar la situación del turismo en la isla? PREGUNTA ABIERTA. SEÑALAR HASTA TRES RESPUESTAS (Respuesta espontánea. Aclaración para el “no sabe”: “Se refiere a comportamientos, acciones, u otras ideas que pueda llevar a cabo la gente para que los turistas tengan una mejor impresión de su viaje a Gran Canaria”)

10- ¿En qué medida está Ud. de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?

	Muy de Acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NO LEER)	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	NS/NC
Los empleos que genera el turismo son de mala calidad						
El turismo ha tenido un efecto positivo en los recursos naturales y el paisaje						
La mayor parte de los puestos de trabajo que crea el turismo son ocupados por inmigrantes						
De cara al futuro, habría que renunciar al turismo y pensar en otras alternativas de desarrollo						
La mayor parte de la riqueza que genera el turismo beneficia a empresas que son de fuera de la isla						
Gracias al turismo, los parados tienen más oportunidades de conseguir un buen trabajo						
La calidad de los turistas que visitan nuestra isla ha mejorado en los últimos años						
La oferta turística (hoteles, restaurantes) de Gran Canaria es de muy buena calidad						
Se debe intentar aumentar el número de personas que visitan la isla						

11- ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más positivas del turismo para Gran Canaria?

SEÑALAR HASTA TRES

1.
2.
3.
NS/NC

12- ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más negativas del turismo para Gran Canaria?

SEÑALAR HASTA TRES

1.
2.
3.
NS/NC

13- ¿Está de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?

	SI	NO	NS	NC
En los últimos dos años ha disminuido el número de turistas que nos visita				
En el último año se han generado entre 20 y 30 mil nuevos empleos en el sector turístico canario				
Los turistas que nos visitan gastan cada vez menos dinero				
Las instalaciones turísticas ocupan una gran parte del litoral de la isla				

14- ¿Qué opina sobre las siguientes afirmaciones?

	Ni de acuerdo ni en					NS/NC
	Muy de Acuerdo	De acuerdo	desacuerdo (NO LEER)	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	
La riqueza que generan los turistas está mal repartida						
Los turistas gastan poco dinero, generando pocos beneficios						
El tren de Gran Canaria será bueno para el desarrollo turístico y la movilidad de turistas y residentes						
El sur turístico de la isla no soportaría más edificaciones nuevas						
Las posibles prospecciones petrolíferas ponen en riesgo las playas de Fuerteventura y Lanzarote como recurso turístico						
La moratoria turística ha frenado las inversiones y el crecimiento turístico en Canarias						
Con el parón de la construcción, el turismo se ha transformado en la principal salida de la crisis						
El sur turístico de la isla tiene demasiadas instalaciones obsoletas y hay que renovarlas						
Tenemos una dependencia extrema de los vuelos y eso no es sostenible a largo plazo						
La subida del IGIC y la cancelación de la bonificación a las tasas aeroportuarias perjudicarán al turismo en Canarias						

15- ¿Ha trabajado o trabaja en actividades relacionados con el turismo?

SI
NO
NS/NC

16- En su familia más cercana (padre, madre, hermanos, hijos, nietos) ¿Hay algún miembro que trabaje o que haya trabajado en turismo?

SI
NO
NS/NC

17- ¿Realizó algún viaje de ocio durante los últimos doce meses? (Se entiende por viaje de ocio si pernocta una o más noches fuera de su municipio por motivos no relacionados con el trabajo)

SI
NO
NS/NC

} Filtro 17A: Detallar destino lo más posible (provincia, zona de país visitado, etc.)

} Filtro 17B: ¿Por qué motivos no ha viajado en los últimos 12 meses? ELEGIR SÓLO UNO

Problemas de salud, propios o de familiares o amigos
Motivos de trabajo, propios o de familiares o amigos
Motivos económicos
No le gusta, no le interesa
Otros motivos
NS/NC

18- ¿Quién tiene más poder de decisión e influencia en el sector turístico de Gran Canaria? LEER TODAS.  
MULTIRRESPUESTA: ELEGIR HASTA TRES

Los touroperadores y agencias de viajes
El gobierno canario
Los hoteleros y las cadenas hoteleras
El gobierno de España
Los bancos
Los ayuntamientos
El resto de comerciantes del sector (restaurantes, actividades de ocio, tiendas de souvenirs, rent a car)
El cabildo
Las compañías aéreas
Ninguno/me da igual
NS/NC

19- ¿Qué tipo de turistas prefiere en Gran Canaria? LEER TODAS. MULTIRRESPUESTA: ELEGIR HASTA TRES

Familias tradicionales
Jóvenes y estudiantes
Jubilados y pensionistas
Gays
Personas solas
Turistas deportivos
Ninguno en especial/cualquiera
NS/NC

20- ¿Y prefiere turistas españoles o extranjeros?

Espanoles
Extranjeros
Ninguno
Me da igual
NS/NC

} Filtro 20A - ¿Por qué "españoles", o "extranjeros", o "ninguno"?

21- ¿Entre los turistas extranjeros, siente preferencia por alguna nacionalidad?

SI
NO
NS/NC

} Filtro 21A - ¿Cuál/es?

## DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

### *Sexo*

Hombre

Mujer

### *Estado Civil*

Soltero

Casado

Convive en pareja

Divorciado o separado

Viudo

Otros

NS/NC

### *Edad*

Pregunta abierta

NS/NC

### *Trabajo*

La semana pasada, de lunes a domingo, ¿ha realizado algún trabajo remunerado (en metálico o en especie) como asalariado o por su cuenta?

SÍ } Filtro. Detallar ocupación principal

NO } Filtro

Jubilado o pensionista (anteriormente ha trabajado)

Pensionista (anteriormente no ha trabajado)

Ama de casa/encargado del hogar

Parado y ha trabajado antes

Parado y busca su primer empleo

Estudiante

Otra situación

NS/NC

### *Lugar de nacimiento*

¿Dónde ha nacido Ud.?

En este municipio

En otro municipio de esta isla

En otra isla de la provincia de Las Palmas

En otra isla de la provincia de Santa Cruz de Tenerife

En otra Comunidad Autónoma

En el extranjero

NS/NC

### *Estudios*

¿Podría indicarme qué nivel de estudios terminados tiene Ud.?

No sabe leer o escribir

Sabe leer y escribir, pero fue menos de 5 años a la escuela

Fue a la escuela 5 años o más, pero sin completar EGB, ESO o Bachillerato Elemental

Bachiller Elemental, EGB, ESO completo (Graduado escolar)

Bachiller superior, BUP, Bachiller LOGSE COU, PREU

FPI, FP grado (o ciclo) medio, Oficialía Industrial o Equivalente

FP II, FP ciclo superior, Maestría industrial o equivalente, Conservatorio 10 años

Diplomatura, Ingeniería Técnica, 3 cursos aprobados de Licenciatura, Ingeniería o Arquitectura

Arquitectura, Ingeniería, Licenciatura o equivalente

Doctorado

NS/NC

*Ingresos*

Podría decirme, por último, ¿Cuáles son los ingresos netos que entran en su hogar al mes por todos los conceptos?

menos de 500

501 a 1000

1001 a 1500

1501 a 2000

2001 a 2500

2501 a 3000

más de 3000 €

NS/NC

Icono		Valor
	cuando el valor es	<input type="text" value="80"/>
	cuando < 80 y	<input type="text" value="60"/>
	cuando < 60 y	<input type="text" value="40"/>
	cuando < 40 y	<input type="text" value="20"/>
	cuando < 20	

#### Municipio

	%
Agüimes	1,4
Arucas	4,4
Firgas	1,2
Gáldar	1,4
Ingenio	2,2
Las Palmas de Gran Canaria	28,6
Mogán	4,2
San Bartolomé de Tirajana	41,2
Santa Brígida	0,6
Santa Lucía	4,2
Santa María de Guía	1,0
Telde	7,3
Teror	1,0
Valleseco	0,2
Valsequillo de Gran Canaria	0,6
Vega de San Mateo	0,8
Total	100,0

#### Zonas

	%
Zona turística	45,4
Zona no turística	54,6
Total	100,0

1- De las siguientes actividades económicas que le voy a comentar, ¿puede señalar las tres que Ud. considera que tienen más importancia en la economía de Gran Canaria? Primera opción

	%
Agricultura y pesca	7,2
Sanidad	7,8
Construcción	1,3
Industria	2,0
Turismo	72,5
Comercio	2,4
Transportes	0,4
Educación	6,6
Total	100,0

1- De las siguientes actividades económicas que le voy a comentar, ¿puede señalar las tres que Ud. considera que tienen más importancia en la economía de Gran Canaria? Segunda opción

	%
NS/NC	9,8
Agricultura y pesca	23,7
Sanidad	9,4
Construcción	7,5

Industria	↓	5,7
Turismo	↓	12,2
Comercio	↓	13,8
Transportes	↓	6,7
Educación	↓	11,2
Total		100,0

1- De las siguientes actividades económicas que le voy a comentar, ¿puede señalar las tres que Ud. considera que tienen más importancia en la economía de Gran Canaria? Tercera opción

		%
NS/NC	↘	31,5
Agricultura y pesca	↓	13,2
Sanidad	↓	8,8
Construcción	↓	5,6
Industria	↓	6,8
Turismo	↓	9,0
Comercio	↓	10,2
Transportes	↓	5,2
Educación	↓	9,8
Total		100,0

2- Podría decirme si los temas relacionados con el turismo en Gran Canaria le interesan mucho, bastante, poco o nada?

		%
NS/NC	↓	0,3
Mucho	↘	32,2
Bastante	→	49,7
Poco	↓	15,1
Nada	↓	2,7
Total		100,0

3- Cómo cree que se han visto afectados por el turismo los siguientes aspectos en Gran Canaria? Creación de nuevos puestos de trabajo

		%
Negativamente	↓	18,2
Ni positivo ni negativo (no afecta)	↓	9,2
Positivamente	↗	70,5
Muy positivamente	↓	2,1
Total		100,0

3- Cómo cree que se han visto afectados por el turismo los siguientes aspectos en Gran Canaria? Mejora de las infraestructuras (comunicaciones, equipamiento urbano, etc.)

		%
NS/NC	↓	1,1
Negativamente	↓	19,8
Ni positivo ni negativo (no afecta)	↓	12,0
Positivamente	↗	65,0
Muy positivamente	↓	2,2
Total		100,0

3- Cómo cree que se han visto afectados por el turismo los siguientes aspectos en Gran Canaria? Generación de riqueza y crecimiento económico.

	%

NS/NC	↓ 0,7
Negativamente	↓ 14,4
Ni positivo ni negativo (no afecta)	↓ 15,7
Positivamente	↗ 65,3
Muy positivamente	↓ 3,9
Total	100,0

3- Cómo cree que se han visto afectados por el turismo los siguientes aspectos en Gran Canaria? Conservación del Medio Ambiente

	%
NS/NC	↓ 0,8
Muy negativamente	↓ 5,4
Negativamente	↗ 41,3
Ni positivo ni negativo (no afecta)	↓ 17,5
Positivamente	↘ 33,9
Muy positivamente	↓ 1,2
Total	100,0

3- Cómo cree que se han visto afectados por el turismo los siguientes aspectos en Gran Canaria? Mejora de la oferta cultural y de ocio

	%
NS/NC	↓ 3,5
Muy negativamente	↓ 1,4
Negativamente	↓ 13,0
Ni positivo ni negativo (no afecta)	↓ 17,5
Positivamente	↗ 63,3
Muy positivamente	↓ 1,3
Total	100,0

3- Cómo cree que se han visto afectados por el turismo los siguientes aspectos en Gran Canaria? Mejora de la calidad de vida en su Municipio (tranquilidad, convivencia)

	%
NS/NC	↓ 0,7
Muy negativamente	↓ 0,7
Negativamente	↓ 16,2
Ni positivo ni negativo (no afecta)	↘ 27,1
Positivamente	↗ 52,9
Muy positivamente	↓ 2,3
Total	100,0

3- Cómo cree que se han visto afectados por el turismo los siguientes aspectos en Gran Canaria? Aumento de la seguridad ciudadana

	%
NS/NC	↓ 0,4
Muy negativamente	↓ 1,9
Negativamente	↘ 24,8
Ni positivo ni negativo (no afecta)	↘ 27,1
Positivamente	↗ 44,6
Muy positivamente	↓ 1,3
Total	100,0

3- Cómo cree que se han visto afectados por el turismo los siguientes aspectos en Gran Canaria? Disponibilidad de viviendas asequibles

	%
--	---

NS/NC	↓	2,3
Muy negativamente	↓	3,9
Negativamente	→	43,9
Ni positivo ni negativo (no afecta)	↘	34,3
Positivamente	↓	15,6
Total		100,0

3- Cómo cree que se han visto afectados por el turismo los siguientes aspectos en Gran Canaria? Contención de los precios

		%
NS/NC	↓	1,1
Muy negativamente	↓	9,6
Negativamente	→	52,4
Ni positivo ni negativo (no afecta)	↘	21,9
Positivamente	↓	14,7
Muy positivamente	↓	0,4
Total		100,0

3- Cómo cree que se han visto afectados por el turismo los siguientes aspectos en Gran Canaria? Mejora de los servicios públicos

		%
NS/NC	↓	0,6
Muy negativamente	↓	2,2
Negativamente	↓	16,9
Ni positivo ni negativo (no afecta)	↓	19,9
Positivamente	→	59,3
Muy positivamente	↓	1,1
Total		100,0

4- Qué importancia cree que tiene el turismo para la economía de su Municipio?

		%
Muy importante	→	41,8
Bastante importante	↘	34,1
Poco importante	↓	19,2
Nada importante	↓	4,9
Total		100,0

5- A lo largo del año.. se encuentra usted con turistas?

		%
NS/NC	↓	0,0
Todos o casi todos los meses del año	↗	73,9
En verano y festivos	↓	8,4
Sólo en verano	↓	7,4
Casi nunca	↓	10,2
Nunca	↓	0,0
Total		100,0

5A Y en esos momentos del año, se los encuentra

		%
Todos o casi todos los días	↑	91,4
Sólo los fines de semana	↓	7,8
Raramente (en fiestas, acontecimientos puntuales)	↓	0,8
Total		100,0

5B ¿Dónde tienen lugar esos encuentros?

	%
NS/NC	↓ 0,4
En el Municipio en el que vive	↘ 32,6
En el Municipio en el que pasa las vacaciones	↓ 7,3
En ambos lugares	↗ 59,7
Total	100,0

6- ¿Cómo diría Ud. que es el trato y la atención que dan los grancanarios a los turistas?

	%
NS/NC	↓ 1,5
Muy bueno	↘ 28,1
Bueno	↗ 64,8
Malo	↓ 5,2
Muy malo	↓ 0,5
Total	100,0

7- En su opinión, los turistas que visitan la isla...tienen un poder adquisitivo?

	%
NS/NC	↓ 2,5
Alto	↓ 16,0
Medio	↗ 65,5
Bajo	↓ 16,0
Total	100,0

7- En su opinión, los turistas que visitan la isla...y su comportamiento aquí es?

	%
NS/NC	↓ 0,8
Muy agradable	↓ 6,0
Agradable	↗ 68,1
Normal	↘ 22,4
Desagradable	↓ 2,0
Muy desagradable	↓ 0,7
Total	100,0

7- En su opinión, los turistas que visitan la isla...son respetuosos con el medio ambiente?

	%
NS/NC	↓ 5,8
Mucho	↓ 13,7
Bastante	↗ 61,5
Poco	↓ 15,6
Nada	↓ 3,4
Total	100,0

8- Se encuentra usted en alguna de las siguientes situaciones? Cuando viaja por Gran Canaria evita visitar las zonas donde hay más turistas extranjeros

	%
NS/NC	↓ 0,0
Sí	↓ 13,8
No	↑ 86,2
Total	100,0

los turistas

	%
NS/NC	↓ 0,0
Sí	↓ 0,1
No	↑ 99,8
Total	100,0

8- Se encuentra usted en alguna de las siguientes situaciones? Los turistas le ocasionan molestias importantes en su entorno próximo

	%
NS/NC	↓ 0,0
Sí	↓ 1,3
No	↑ 98,7
Total	100,0

8- Se encuentra usted en alguna de las siguientes situaciones? Hay locales o comercios en donde son mejor recibidos o tratados los turistas extranjeros que los residentes

	%
NS/NC	↓ 2,7
Sí	→ 49,9
No	→ 47,4
Total	100,0

9- Se suele afirmar que el turismo depende de la intervención de todos ¿Qué cosas cree usted que deberían hacer los grancanarios, de forma individual, para mejorar la situación del turismo en la isla? Primera opción

	%
"SUPRIMIR LA COSTUMBRE DE LOS ""BOTELLONES"" O LAS REUNIONES DE MUCHA GENTE EN UN APARTAMENTO"	↓ 0,0
APRENDER IDIOMAS	↓ 7,2
BAJAR LOS PRECIOS	↓ 0,3
BUEN COMPORTAMIENTO, BUEN RECIBIMIENTO	↓ 0,4
BUSCAR UN TURISMO DE CALIDAD	↓ 0,3
CAMBIAR UNA ESTRUCTURA POLITICA	↓ 0,4
COLBARAR ENTRE TODOS	↓ 0,3
COMPORTAMIENTO AFECTIVO Y SOCIABLE	↓ 0,3
COMPORTAMIENTO MAS CORTES	↓ 0,3
COMPORTARSE DE MANERA CIVICA Y RESPONSABLE	↓ 0,3
CONCIENCIA CIVICA	↓ 0,3
CUIDAR DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y DEL MOBILIARIO URBANO	↓ 0,3
CUIDAR MAS EL ENTORNO	↓ 3,4
CUIDAR MAS EL MEDIO AMBIENTE	↓ 2,5
CUIDAR MAS EL TURISMO ES EL MOTOR DE LA ECONOMIA	↓ 0,4
CUIDAR MAS Y MIMAR MAS AL TURISTA	↓ 0,4
DAR MAS FACILIDADES PARA CONOCER LAS ZONAS RURALES	↓ 0,4
DAR MAS SEGURIDAD CIUDADANA	↓ 0,4
DAR UN BUEN TRATO	↓ 16,4
DAR UN BUEN TRATO Y ATENCION CORRECTA	↓ 0,3
DAR UN TRATO MAS RESPETUOSO	↓ 5,0
DARLES AMABILIDAD Y BUEN TRATO	↓ 3,8
DARLES AMABILIDAD Y BUENA ATENCION	↓ 0,5
DARLES UNA BUENA ATENCION	↓ 2,1
DEPENDE MAS DE QUE LAS ADMINISTRACIONES DEJEN DE CONSTRUIR	↓ 0,4
EMBELLECER CADA UNO SU CASA Y CUIDAR Y PLANTAR MAS JARDINES PROPIOS	↓ 0,3
GENERAR MAS EMPRESAS PARA NO DEPENDER DE LAS EMPRESAS Y TUOPERADORES EXISTENTES	↓ 0,0

HACER QUE SE SIENTAN QUERIDOS	0,3
HACER SU ESTANCIA MAS AGRADABLE	0,4
HAY LOCALES DONDE ABUSAN DE LOS TURISTAS, SOBRE TODO A NIVEL ECONOMICO	0,4
IGUALAR LOS PRECIOS, PORQUE A VECES SE LE COBRA MAS A LOS TURISTAS QUE A LOS RESIDENTES	0,4
IMPLICARSE MAS, DAR UN MEJOR TRATO A LOS TURISTAS	0,3
INTENTAR AYUDARLES CUANDO PIDEN INFORMACION	1,7
INTERESA EN LA ISLA EN GENERAL PARA LUEGO COMUNICARSELAS	0,3
INVERTIR EN TRAER UNA MEJOR CALIDAD DE TURISTAS	0,4
LA POLITICA ES LA QUE DEBERIA MEJORAR, DAR OTRA ALTERNATIVA AL SOL Y PLAYA	0,3
LIMPIAR Y CUIDAR EL ENTORNO	2,8
LO HACEN BIEN	0,4
LOS COMERCIOS ENGAÑAN A LOS TURISTAS, LE SUBEN LOS PRECIOS A LOS TURISTAS	0,3
LOS QUE DEBERIAN HACER ALGO SON LOS POLITICOS	0,3
MAS COMUNCICACIONES CON ELLOS	0,4
MAS CONCIENCIA DE QUE EL TURISMO ES UNA PRINCIPALES SALIDAS DE LA ISLA	0,3
MAS ECONOMIA PARA QUE ELLOS PUEDAN VENIR	0,4
MEDIR LA CODICIA DE CONSEGUIR MUCHO DINERO EN POCO TIEMPO	0,3
MEJOR FORMACION (ATENCION AL PUBLICO, IDIOMAS, ETC.)	1,1
MEJORAR EL TURISMO QUE TENEMOS	0,3
MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE SE LES OFRECEN	1,8
MEJORAR LA LIMPIEZA Y LA EDUCACION	0,4
MEJORAR LA TRANSPORTES	0,4
MEJORAR LAS INFRAESTRUCTURAS HOTELERAS, ESTAN DETERIORADAS	2,4
MEJORAR LAS INSTALACIONES PUBLICAS	0,3
MIMARLOS AUN MAS	0,0
NO ABUSAR DE SUBIR LOS PRECIOS	0,0
NO CREO QUE PODRAMOS HACER NADA MAS (EN EL TEMA DE IDOMAS OPINA QUE SON LOS TURISTAS LOS QUE DEBEN APRENDER NUESTRO IDIOMA, AL IGUAL QUE HACEMOS NOSOTROS CUANDO VIAJAMOS)	0,3
NO DEPENDE DE LOS CUIDADANOS, SINO QUE DEPENDE DE LOS QUE NOS ESTAN GOBERNANDO	1,0
NO EXPLOTARLOS, PORQUE LE PONEN LOS PRECIOS MAS ALTAS	0,4
NS/NC	1,4
ORIENTARLO AL RESTO DEL PAISAJE SIN SER LA COSTA	0,4
PARTICIPACION EN LAS MANIFESTACIONES, PARA APORTAR IDEAS PARA MEJORAR EL TURISMO	0,3
PROMOCIONAR MAS LA ISLA	0,4
REHABILITACION DE LOS EDIFICIOS	0,3
RENOVAR LAS CASAS	0,4
SABER INGLES PARA PODER AYUDARLES	0,3
SEGUIR IGUAL, CREO QUE EL COMPORTAMIENTO DE LOS GRANCANARIOS EN BUENO	0,3
SEGUIR SIENDO AMABLES	0,7
SER MAS HOSPITALARIOS	0,4
SER AGRADABLES Y HOSPITALARIOS	0,3
SER AGRADABLES Y RESPETUOSOS	0,4
SER AMABLES Y EDUCADOS	0,0
SER AMABLES Y RESPETUOSOS	4,0
SER CONCIENTES QUE GRACIAS A ELLOS TENEMOS TRABAJO Y RIQUEZA EN LA ISLA	0,3
SER MAS ABIERTOS DE MENTE	0,4
SER MAS ABIERTOS Y TOLERANTES	0,1
SER MAS ACOGEDORES Y RESPETUOSOS	0,0

SER MAS AGRADABLES	↓	4,7
SER MAS AGRADABLES Y RECEPTIVOS	↓	0,0
SER MAS AGRADABLES Y SIMPATICOS	↓	0,4
SER MAS AGRADABLES Y SINCEROS	↓	0,0
SER MAS AMABLES	↓	11,5
SER MAS AMABLES, CIVICOS Y RESPETUOSOS	↓	0,0
SER MAS CANARIOS, ENSEÑARLES MAS LAS TRADICIONES DE LAS ISLAS	↓	0,4
SER MAS CIVICOS	↓	0,3
SER MAS CIVICOS Y EDUCADOS	↓	0,4
SER MAS CIVICOS, SER MAS RESPETUOSOS	↓	0,4
SER MAS EDUCADOS	↓	1,7
SER MAS PROFESIONALES	↓	0,4
SER MAS RESPETUOSOS Y CIVICOS	↓	0,0
SER MAS RESPETUOSOS Y MOSTRAR MAS PROFESIONALIDAD	↓	0,0
SER MAS SIMPATICOS CON ELLOS	↓	0,0
SER NOBLES CON TODOS	↓	0,4
SER RESPETUOSOS Y MAS CIVICOS, SOBRE TODO LA GENTE JOVEN	↓	0,0
TARTAR BIEN AL TURISTA, NO ENGAÑARLOS	↓	0,4
TENER MAS OFERTAS EDE OCIO Y CULTURA	↓	0,4
TENER UN MAYOR RESPETO POR EL MEDIOAMBIENTE, MAYOR CIVISMO, CUIDAR MAS EL ENTORNO	↓	0,0
TENER UN MEJOR COMPORTAMIENTO EN GENERAL	↓	0,0
TRATARLES IGUAL QUE A LOS RESIDENTES	↓	0,9
TRATARLOS BIEN Y CON EDUCACION	↓	1,0
TRATARLOS BIEN Y SER CALUROSOS EN SU VISITA	↓	0,4
TRATARLOS BIEN, RESPETARLES, TRATARLES CON EDUCACION	↓	0,4
TRATO PERSONAL A LOS TURISTAS	↓	0,3
UN MEJOR TRATO, SOBRE TODO SEGURIDAD	↓	0,4
VIVIR MAS NUESTRA CULTURA	↓	0,4
YA SOMOS HOSPITALARIOS	↓	0,3
Total		100,0

9-1rec Se suele afirmar que el turismo depende de la intervención de todos ¿Qué cosas cree usted que deberían hacer los grancanarios, de forma individual, para mejorar la situación del turismo en la isla? Primera opción

		%
NS/NC	↓	1,8
Ser más educados, amables, respetuosos, tolerantes, mejor trato.	↗	61,2
Cuidar el medio ambiente, el entorno, la limpieza, rehabilitación urbana, de infraestructuras y de edificios.	↓	11,1
Aprender idiomas, mejorar la formación de los recursos humanos.	↓	9,0
Mejorar los productos turísticos, calidad, promoción, diversificar, dar más información, no abusar de los precios.	↓	16,9
Total		100,0

9- Se suele afirmar que el turismo depende de la intervención de todos ¿Qué cosas cree usted que deberían hacer los grancanarios, de forma individual, para mejorar la situación del turismo en la isla? Segunda opción

		%
ACOGERLOS MEJOR	↓	0,4
APRENDER IDIOMAS	↓	5,3
CONTROLAR LOS PRECIOS, PORQUE COBRAN MAS A LOS TURISTAS QUE A LOS RESIDENTES	↓	0,4
CUIDAR MAS EL ENTORNO	↓	1,9
CUIDAR MAS EL MEDIO AMBIENTE	↓	0,4
CUIDAR MAS EL MEDIOAMBIENTE	↓	1,0
CUIDAR Y MIMAR MAS AL TURISTA	↓	0,7

CULTURIZARNOS MAS SOBRE NUESTRAS COSTUMBRES PARA EXPLICARSELAS A LOS TURISTAS	↓	0,0
DAR EJEMPLO, LIMPIEZA, EDUCACION	↓	0,3
DAR UN BUEN EJEMPLO	↓	0,4
DAR UN BUEN TRATO	↓	0,7
DAR UN TRATO MAS RESPETUOSO	↓	2,4
DARLES AMABILIDAD Y BUEN TRATO	↓	0,5
DARLES UNA BUENA ATENCION	↓	1,1
EN LOS SERVICIOS PUBLICOS CONTRATAR A UNA PERSONA QUE HABLE INGLES	↓	0,3
ENSEÑARLES COSAS PROPIAS DE LA TIERRA, COMO EL FOLCKLORE, MUSICA, ALIMENTACION	↓	0,0
ENSEÑARLES COSAS PROPIAS DE LA TIERRA, COMO EL FOLCKLORE, MUSICA, ALIMENTACION... QUE ES LO QUE REALMENTE BUSCAN	↓	0,0
ESTAR MEJOR PREPARADOS PARA REALIZAR LOS TRABAJOS	↓	0,4
EXPLOTANDO MAS EL TURISMO RURAL	↓	0,3
FOMENTAR LA CULTURA LOCAL	↓	0,0
INTENTAR AYUDARLES CUANDO PIDEN INFORMACION	↓	2,0
LIMPIAR Y CUIDAR EL ENTORNO	↓	1,3
LOS EMPRESARIOS DEBERIAN INVERTIR MAS EN OCIO EN EL SUR	↓	0,0
MAS MOVILIDAD	↓	0,4
MAS PROFESIONALES DE CARA AL PUBLICO EN HOTELES, RESTAURANTES	↓	0,0
MAS TOLERANCIA	↓	0,0
MAS TRANQUILIDAD	↓	0,3
MEJOR COMPORTAMIENTO	↓	0,3
MEJOR FORMACION (ATENCION AL PUBLICO, IDIOMAS, ETC.)	↓	0,4
MEJORAR EL NIVEL DE INGLES, PARA UNA MEJOR COMUNICACION	↓	0,3
MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE SE LES OFRECEN	↓	1,6
MEJORAR LAS INFRAESTRUCTURAS HOTELERAS, ESTAN DETERIORADAS	↓	1,1
MEJORAR LOS PRECIOS	↓	0,3
MENOS DELINCUENCIA	↓	0,4
MENTALIDAD ABIERTA DE QUE HAY QUE AYUDAR AL TURISTA	↓	0,0
MIMAR AL TURISTA	↓	0,0
MIMARLOS MAS	↓	0,3
MOSTRARLES MAS LUGARES DE LA ISLA, NO SOLO LAS ZONAS TURISTICAS	↓	0,4
NO ABUSAR DE ELLOS (COBRARLES DE MAS, POR EJEMPLO)	↓	0,0
NO EXPLOTARLOS	↓	0,3
NS/NC	↗	66,0
OFRECER MAS OFERTAS DE OCIO, ANIMACION	↓	0,4
ORGANIZAR CHARLAS EN AA.VV. PARA CONCIENCIAR A LA GENTE DE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO	↓	0,0
PROMOCIONAR MAS LAS COSTUMBRES Y GASTRONOMIA CANARIA	↓	0,0
QUE LA ISLA SE VEA MAS BONITA	↓	0,4
QUE LOS PRECIOS SEAN MAS BARATOS	↓	0,4
QUE SE BAJEN LOS PRECIOS PARA Q VENGAN MAS TURISTAS	↓	0,4
QUE SE SIENTAN MAS COMODOS EN LA ISLA	↓	0,3
RENOVAR LA PLANTA ALOJATIVA	↓	0,3
ROBARLES MENOS, PRECIOS MAS ALTOS PARA LOS TURISTAS	↓	0,3
SEÑALIZACION DE LAS RUTAS	↓	0,4
SER AMABLES Y EDUCADOS	↓	0,0
SER AMABLES Y RESPETUOSOS	↓	0,3
SER CORRECTOS	↓	0,4
SER HOSPITALARIOS Y AGRADECIDOS	↓	0,0
SER MAS AGRADABLES	↓	0,7
SER MAS AMABLES	↓	3,0
SI CONOCEMOS SU IDIOMA HABLARLE ES EN ESE IDIOMA	↓	0,4

TENER LOS PRECIOS IGUALES, TANTO PARA LOS TURISTAS COMO PARA LOS RESIDENTES	↓ 0,4
TRATARLES IGUAL QUE A LOS RESIDENTES	↓ 0,4
Total	100,0

9-2 rec Se suele afirmar que el turismo depende de la intervención de todos ¿Qué cosas cree usted que deberían hacer los grancanarios, de forma individual, para mejorar la situación del turismo en la isla? Segunda opción

	%
NS/NC	↗ 66,0
Ser más educados, amables, respetuosos, tolerantes, mejor trato.	↓ 12,5
Cuidar el medio ambiente, el entorno, la limpieza, rehabilitación urbana, de infraestructuras y de edificios.	↓ 7,0
Aprender idiomas, mejorar la formación de los recursos humanos.	↓ 7,0
Mejorar los productos turísticos, calidad, promoción, diversificar, dar más información, no abusar de los precios.	↓ 7,6
Total	100,0

9- Se suele afirmar que el turismo depende de la intervención de todos ¿Qué cosas cree usted que deberían hacer los grancanarios, de forma individual, para mejorar la situación del turismo en la isla? Tercera opción

	%
ACONDICIONAR MEJOR LA ISLA	↓ 0,4
ADAPTARSE MEJOR A LA CULTURA DE LOS TURISTAS	↓ 0,4
AJUSTAR LOS PRECIOS ( SOBRE TODO LOS COMERCIANTES )	↓ 0,0
APRENDER IDIOMAS	↓ 1,1
APROVECHAR MAS NUESTRO RECURSOS, RECICLAR MAS	↓ 0,4
CREERNOS QUE DE VERDAD DEPENDEMOS DEL SECTOR TURISTICO	↓ 0,0
CUIDAR MAS EL MEDIOAMBIENTE	↓ 0,0
DAR UN BUEN TRATO	↓ 0,4
DAR UN TRATO MAS RESPETUOSO	↓ 0,3
DARLES UNA ATENCION INDIVIDUALIZADA	↓ 0,3
INTENTAR AYUDARLES CUANDO PIDEN INFORMACION	↓ 0,7
NS/NC	↑ 94,7
PROCURAR QUE SE SIENTAN COMO EN CASA	↓ 0,0
SER AMABLES Y RESPETUOSOS	↓ 0,7
SER MAS AMABLES	↓ 0,4
SER MAS EDUCADOS	↓ 0,3
Total	100,0

9-3 rec Se suele afirmar que el turismo depende de la intervención de todos ¿Qué cosas cree usted que deberían hacer los grancanarios, de forma individual, para mejorar la situación del turismo en la isla? Tercera opción

	%
NS/NC	↑ 94,7
Ser más educados, amables, respetuosos, tolerantes, mejor trato.	↓ 3,4
Cuidar el medio ambiente, el entorno, la limpieza, rehabilitación urbana, de infraestructuras y de edificios.	↓ 0,4
Aprender idiomas, mejorar la formación de los recursos humanos.	↓ 1,1
Mejorar los productos turísticos, calidad, promoción, diversificar, dar más información, no abusar de los precios.	↓ 0,4
Total	100,0

10- En qué medida está Ud. de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?: Los empleos que genera el turismo son de mala calidad

	%
--	---

NS/NC	↓ 1,1
Muy de acuerdo	↓ 2,2
De acuerdo	↘ 24,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 14,7
En desacuerdo	→ 55,5
Muy en desacuerdo	↓ 1,7
Total	100,0

10- En qué medida está Ud. de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?:El turismo ha tenido un efecto positivo en los recursos naturales y el paisaje

	%
NS/NC	↓ 1,5
Muy de acuerdo	↓ 1,1
De acuerdo	↘ 39,9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 14,9
En desacuerdo	→ 40,5
Muy en desacuerdo	↓ 2,2
Total	100,0

10- En qué medida está Ud. de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?:La mayor parte de los puestos de trabajo que crea el turismo son ocupados por inmigrantes

	%
NS/NC	↓ 1,9
Muy de acuerdo	↓ 4,8
De acuerdo	↘ 30,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 10,3
En desacuerdo	→ 49,4
Muy en desacuerdo	↓ 3,0
Total	100,0

10- En qué medida está Ud. de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?:De cara al futuro, habría que renunciar al turismo y pensar en otras alternativas de desarrollo

	%
NS/NC	↓ 0,8
Muy de acuerdo	↓ 1,0
De acuerdo	↓ 18,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 14,3
En desacuerdo	→ 53,3
Muy en desacuerdo	↓ 12,4
Total	100,0

10- En qué medida está Ud. de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?:La mayor parte de la riqueza que genera el turismo beneficia a empresas que son de fuera de la isla

	%
NS/NC	↓ 4,5
Muy de acuerdo	↓ 8,8
De acuerdo	→ 48,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 12,8
En desacuerdo	↘ 24,2
Muy en desacuerdo	↓ 1,0
Total	100,0

10- En qué medida está Ud. de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?:Gracias al turismo, los parados tienen más oportunidades de conseguir un buen trabajo

	%
NS/NC	↓ 1,5
Muy de acuerdo	↓ 3,7
De acuerdo	→ 57,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 12,5
En desacuerdo	↘ 23,5
Muy en desacuerdo	↓ 1,7
Total	100,0

10- En qué medida está Ud. de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?:La calidad de los turistas que visitan nuestra isla ha mejorado en los últimos años

	%
NS/NC	↓ 5,0
Muy de acuerdo	↓ 0,8
De acuerdo	↘ 29,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 8,8
En desacuerdo	→ 50,8
Muy en desacuerdo	↓ 5,6
Total	100,0

10- En qué medida está Ud. de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?:La oferta turística (hoteles, restaurantes) de Gran Canaria es de muy buena calidad

	%
NS/NC	↓ 2,0
Muy de acuerdo	↓ 4,6
De acuerdo	→ 48,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↘ 20,9
En desacuerdo	↘ 23,1
Muy en desacuerdo	↓ 1,2
Total	100,0

10- En qué medida está Ud. de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?:Se debe intentar aumentar el número de personas que visitan la isla

	%
NS/NC	↓ 1,5
Muy de acuerdo	↓ 8,0
De acuerdo	↘ 71,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 3,3
En desacuerdo	↓ 14,6
Muy en desacuerdo	↓ 1,1
Total	100,0

11- ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más positivas del turismo para Gran Canaria? Primera opción

	%
ABIERTO AL MUNDO	↓ 0,3
AHORA LOS TURISTAS VISITAN MAS OTRAS PARTES DE LA ISLA, NO SOLO SE CENTRAN EN LA ZONA SUR	↓ 0,4
APERTURA Y PROMOCION INTERNACIONAL (ATRACCION DE INVERSORES ADEMAS DE POTENCIALES TURISTAS)	↓ 0,0
AUMENTO DE LA ECONOMIA EN LOS PEQUEÑOS COMERCIOS	↓ 0,4
BENEFICIOS ECONOMICOS EN TIENDAS Y RESTAURANTES	↓ 0,4
BIENESTAR	↓ 0,4
CREACION DE ESPACIOS DE OCIO, ZONAS VERDES	↓ 0,0
CREACION DE PUESTOS DE TRABAJO	↘ 25,4

CREACION DE PUESTOS DE TRABAJO Y MEJOR FORMACION	0,4
CREACION DE PUESTOS DE TRABAJO, PERO NO CREO QUE SE LO HAYAN DADO A LOS CANARIOS SINO A LOS INMIGRANTES	0,4
CRECIMIENTO ECONOMICO	25,4
CRECIMIENTO ECONOMICO PARA LOS AYUNTAMIENTOS	0,3
CRECIMIENTO ECONOMICO Y CREACION DE PUESTOS DE TRABAJO	2,8
CRECIMIENTO ECONOMICO Y RIQUEZA	2,9
DAR PUBLICIDAD DE LA ISLA	0,4
DESARROLLO SOCIOECONOMICO	0,0
DESARROLLO SOCIOECONOMICO Y CULTURAL	0,0
DIVERSIDAD CULTURAL	2,1
EL CRECIMIENTO DE LA ISLA	0,4
EL TURISMO ES LA PRINCIPAL INDUSTRIA, ECONOMICA	0,3
EN LA ZONA SUR LAS INFRAESTRUCTURAS	0,3
EN LAS ZONAS TURISTICAS, MAS HOTELES Y MAS CENTROS DE OCIO	0,4
ES UNA IMPORTANTE FUENTE DE INGRESOS	2,7
FOMENTAR MAS IDIOMAS	0,7
GENERACION DE RIQUEZA	8,3
GENERACION DE RIQUEZA QUE HAN REDUNDADO EN LA MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS	0,0
GENERACION DE RIQUEZA Y DE PUESTOS DE TRABAJO	5,3
GENERACION DE RIQUEZA Y DESARROLLO	0,0
HA INFLUIDO EN EL DESARROLLO ECONOMICO Y SOCIOCULTURAL (MAS DIVERSIDAD Y TOLERANCIA)	0,0
HA INFLUIDO PARA QUE MEJOREMOS EN LA CONVIVENCIA	0,0
HA MEJORADO EL COMERCIO	0,4
HA MEJORADO LA ECONOMIA EN CIERTOS SECTORES	0,3
INTERCAMBIO DE CULTURAS	2,2
INTERCAMBIO DE CULTURAS Y HA REDUNDADO EN UNA EVOLUCION SOCIOECONOMICA POSITIVA DE LAS ISLAS	0,0
LA ECONOMIA DEPENDE DE LA CRISIS MONETARIA INTERNACIONAL	0,3
LA ECONOMIA Y EL DESARROLLO	0,3
LA MEJORA DE LA ECONOMIA Y EL CUIDADO DEL MEDIO URBANO	0,0
LA PUBLICIDAD QUE SE HA DADO DE LAS ISLAS	0,4
LA SUBSISTENCIA POR ABANDONO DE OTROS SECTORES	0,3
LA URBANIZACION DE LAS ZONAS TURISTICAS	0,3
MAS CONOCIMIENTO DE LOS PAISES EXTRANJEROS	0,6
MAS SEGURIDAD	0,3
MAYOR DESARROLLO	0,3
MEJOR DESARROLLO, MAYORES INGRESOS	0,3
MEJORA DE EL MEDIO AMBIENTE	0,4
MEJORA DE LA ACCESIBILIDAD EN CIERTAS PLAYAS	0,0
MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA	1,8
MEJORA DE LA OFERTA CULTURAL Y DE OCIO	0,4
MEJORA DE LAS COMUNICACIONES, DE LAS INSTALACIONES	0,3
MEJORA DE LAS CONDICIONES LABORALES	0,0
MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS	1,6
MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y DE LA ECONOMIA DE LA ISLA	0,3
MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y LOS SERVICIOS PUBLICOS	0,0
MEJORA DE LAS INSTALACIONES	0,3
MEJORA DE LOS SERVICIOS PUBLICOS	0,4
MEJORAS EN LA ISLA, NATURALEZA, EN EL ENTORNO	0,4
MENTALIDAD MAS ABIERTA	1,0
MENTALIDAD MAS ABIERTA, INTERCAMBIO CULTURAL	0,4
NO ENCUENTRA NADA POSITIVO	0,3
NOS HA HECHO AVANZAR, PERO HEMOS OLVIDADO NUESTRA CULTURA, NUESTRAS RAICES	0,3

NS/NC	↓	0,1
PROMOCION TURISTICA DE LA ISLA Y CONVERTIRSE EN REFERENTE EN LO QUE RESPECTA A LA INDUSTRIA TURISTICA	↓	0,3
PROMOCION TURISTICA EN SUS PAISES DE ORIGEN	↓	0,0
PUBLICIDAD	↓	0,3
QUE LE GENTE SEA MAS TOLERANTE	↓	0,4
SE DA CONOCER LA ISLA EN EL EXTERIOR	↓	3,4
SE HA AUMENTADO LA INVERSION EN LOS PUEBLOS	↓	0,0
SE HAN MEJORADO LAS CARRETERAS, Y LAS INFRAESTRUCTURAS EN GENERAL	↓	0,4
SE HAN REALIZADO MEJORAS EN EL ENTORNO Y EL PAISAJE	↓	0,0
TENER LA ISLA MAS BONITA	↓	0,4
TRAER MAS VISITANTES	↓	0,3
UN PEQUEÑO AVANCE EN LA EDUCACION/FORMACION	↓	0,0
Total		100,0

11-1 rec ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más positivas del turismo para Gran Canaria?  
Primera opción

		%
NS/NC	↓	0,4
Desarrollo socio-económico, mejora calidad de vida y creación de riqueza	→	46,6
Creación de puestos de trabajo	↘	26,1
Crecimiento económico y creación de puestos de trabajo	↓	8,1
Mejora de infraestructuras y de los servicios en general (públicos y privados)	↓	4,8
Cuidado del medio ambiente	↓	1,1
Publicidad / imagen exterior	↓	5,7
Intercambio cultural / educación, idiomas	↓	7,2
Total		100,0

11- ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más positivas del turismo para Gran Canaria? Segunda opción

		%
AVANZAMOS MAS EN EL SENTIDO ECONOMICO QUE EN LA PENINSULA, PERO AHORA NOS HEMOS ATRASADO	↓	0,4
BENEFICIO ECONOMICO PARA LOS COMERCIANTES	↓	0,3
CADA AÑO VIENEN MAS EXTRANJEROS	↓	0,4
CIUDAD AGRADABLE	↓	0,4
CREACION DE PUESTOS DE TRABAJO	↓	11,3
CRECIMIENTO ECONOMICO	↓	3,9
CRECIMIENTO ECONOMICO Y CREACION DE PUESTOS DE TRABAJO	↓	0,4
CRECIMIENTO ECONOMICO Y RIQUEZA	↓	0,3
CULTURA, IDIOMAS	↓	0,3
DESARROLLO DE EMPRESAS	↓	0,3
DESARROLLO SOCIOECONOMICO Y CULTURAL	↓	0,0
DIVERSIDAD CULTURAL	↓	1,2
DIVERSIDAD DE CULTURA	↓	0,4
EL TURISMO HA TIRADO DE OTROS SECTORES	↓	0,0
ENRIQUECIMIENTO CULTURAL	↓	0,7
ES UNA IMPORTANTE FUENTE DE INGRESOS	↓	2,4
EVOLUCION DE LA SOCIEDAD DE LA ISLA	↓	0,0
GENERACION DE RIQUEZA	↓	1,9
HA FOMENTADO UNA BUENA IMAGEN DE LA ISLA EN EL EXTERIOR	↓	0,3
HA REDUNDADO EN EL EMBELLECIMIENTO DE LA ISLA	↓	0,0
HA REPERCUTIDO POSITIVAMENTE EN LA MEJORA DE LA SANIDAD Y DE LA EDUCACION	↓	0,0
IMAGEN QUE SE DA AL EXTERIOR DE CARA A LOS TURISTAS	↓	0,0

INTERCAMBIO DE CULTURAS	↓	2,1
INTERCAMBIO DE CULTURAS, PERO CREO QUE HAY QUE APROVECHARLOS MAS	↓	0,3
INVERSION EN CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE	↓	0,0
ISLA MAS COMPOSTALITA	↓	0,3
LAS OBRAS QUE SE HAN HECHO DE VISITAS PARA LOS TURISTAS	↓	0,4
LLENAR LOS HOTELES	↓	0,0
MAS ACTIVIDAD COMERCIAL	↓	0,4
MAS COMUNICACIONES	↓	0,4
MAS CONSTRUCCIONES HOTELERAS	↓	0,0
MAS SEGURIDAD CUIDADANA	↓	0,4
MAS SERVICIOS PUBLICOS	↓	0,4
MAYOR DESARROLLO	↓	0,7
MAYOR ESFUERZO POR LA FORMACION DE LOS IDIOMAS	↓	0,3
MAYOR POBLACION	↓	0,3
MEDIO DE VIDA MAS SEGURO	↓	0,4
MEJOR PODER ADQUISITIVO	↓	0,4
MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA	↓	0,4
MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA, SOL Y PLAYA, PUBLICIDAD DE LA ISLA	↓	0,3
MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS	↓	3,2
MEJORA DE LAS VIAS PUBLICAS	↓	0,3
MEJORES TRANSPORTES, MEJORES INFRAESTRUCTURAS, ETC	↓	0,4
MENTALIDAD MAS ABIERTA	↓	0,4
MENTALIDAD MAS ABIERTA, AL CONOCER OTRAS CULTURAS	↓	0,0
MENTALIDAD MAS ABIERTA, INTERCAMBIO CULTURAL	↓	0,3
MOTIVO DE ORGULLO Y PROMOCON EXTERIOR	↓	0,0
NS/NC	⇒	55,7
POPULARIDAD	↓	0,3
PROMOCION DE LA ISLA EN EL EXTRANJERO	↓	3,1
PROMOCION DE LA ISLA EN EL EXTRANJERO ( CULTURAL, DEPORTIVO )	↓	0,4
PROMOCION DE LA ISLA EN OTROS PAISES	↓	0,4
REMODELACION DE LA ZONA TURISTICA	↓	0,0
RESPECTO Y TOLERANCIA	↓	0,3
SE CUIDA MAS EL MEDIO AMBIENTE	↓	0,0
SE DA CONOCER LA ISLA EN EL EXTERIOR	↓	1,7
SE HA MEJORADO LA PREPARACION Y LA FORMACION	↓	0,7
TENER LA ISLA BONITA	↓	0,3
TURISMO RURAL, SE CUIDAN MAS SENDEROS	↓	0,4
Total		100,0

11-2 rec ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más positivas del turismo para Gran Canaria?  
Segunda opción

	%
NS/NC	⇒ 55,7
Desarrollo socio-económico, mejora calidad de vida y creación de riqueza	↓ 12,8
Creación de puestos de trabajo	↓ 11,3
Crecimiento económico y creación de puestos de trabajo	↓ 0,4
Mejora de infraestructuras y de los servicios en general (públicos y privados)	↓ 5,3
Cuidado del medio ambiente	↓ 0,7
Publicidad / imagen exterior	↓ 6,2
Intercambio cultural / educación, idiomas	↓ 7,6
Total	100,0

11- ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más positivas del turismo para Gran Canaria? Tercera opción

	%

CREACION DE PUESTOS DE TRABAJO	↓	0,4
CRECIMIENTO	↓	0,4
DAR A CONOCER NUESTRA CULTURA	↓	0,3
DESARROLLO LOCAL	↓	0,4
DIVERSIDAD CULTURAL	↓	0,0
FOMENTAR MAS IDIOMAS	↓	0,7
FORMACION DE LOS IDIOMAS, DE LOS TRABAJADORES	↓	0,3
INTERCAMBIO DE CULTURAS	↓	1,4
MAS COMERCIO	↓	0,3
MAS CONTACTO CON DIFERENTES NACIONALIDADES	↓	0,3
MAS COSMOPOLITAS	↓	0,3
MAS TURISMO	↓	0,3
MEJORA DE LA OFERTA CULTURAL Y DE OCIO	↓	0,0
MEJORA DE LAS COMUNICACIONES	↓	0,3
MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS	↓	1,3
NS/NC	↑	91,9
PROMOCION TURISTICA EN SUS PAISES DE ORIGEN	↓	0,7
TRAER PRODUCTOS DE FUERA, IMPORTACION Y EXPORTACION	↓	0,3
VER LA VIDA DE OTRA MANERA	↓	0,4
Total		100,0

11-3 rec ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más positivas del turismo para Gran Canaria?  
Tercera opción

	%
NS/NC	↑ 91,9
Desarrollo socio-económico, mejora calidad de vida y creación de riqueza	↓ 1,6
Creación de puestos de trabajo	↓ 0,4
Mejora de infraestructuras y de los servicios en general (públicos y privados)	↓ 1,7
Publicidad / imagen exterior	↓ 1,0
Intercambio cultural / educación, idiomas	↓ 3,4
Total	100,0

12- ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más negativas del turismo para Gran Canaria? Primera opción

	%
"CON LA LLEGADA DEL ""ALL INCLUSIVE"" SE HA ACABADO UN POCO CON EL COMERCIO"	↓ 0,0
ABANDONO DE LA SEGURIDAD CIUDADANA	↓ 0,3
ABANDONO DE LAS ESPACIOS NATURALES	↓ 0,3
ABANDONO DE OTROS SECTORES ECONOMICOS	↓ 0,6
ABANDONO DEL SECTOR PRIMARIO	↓ 1,0
ABANDONO DEL SECTOR PRIMARIO A FAVOR DEL TURISMO	↓ 0,0
ABARATAR LOS HOTELES PEOR TURISMO	↓ 0,3
ALGUNOS DESTROZOS	↓ 0,4
ALGUNOS TURISTAS HACEN LO QUE QUIEREN, NO RESPETAN	↓ 0,4
ALGUNOS TURISTAS NO CUIDAN LA ISLA	↓ 0,4
ALGUNOS TURISTAS NO RESPETAN NI A LAS PERSONAS , NI LOS LUGARES, DEJAN MALA IMAGEN DE LA ISLA	↓ 0,4
ALGUNOS TURISTAS PODRIAN DETERIORAR EL MEDIO AMBIENTE	↓ 0,3
ALGUNOS TURISTAS SE EMBORRACHAN Y DESTROZAN EL ENTORNO URBANO Y LAS INSTALACIONES	↓ 1,0
ALGUNOS TURISTAS SE EMBORRACHAN Y DESTROZAN MUCHOS LOS APARTAMENTOS	↓ 0,4
ALGUNOS TURISTAS SE EMBORRACHAN Y ENSUCIAN LA ISLA	↓ 0,4
ALGUNOS TURISTAS SOLO VIENEN A BEBER	↓ 0,7

ALGUNOS TURISTAS SOLO VIENEN A BEBER Y DESTRUIR LA ISLA, DEPENDE DEL NIVEL CULTURAL	↓	0,3
ALGUNOS TURISTAS SOLO VIENEN A BEBER Y DESTRUIR LA ISLA, NO TIENEN RESPETO	↓	0,4
ALGUNOS TURISTAS SOLO VIENEN A BEBER Y DESTRUYEN LAS INSTALACIONES, SOBRE TODO LOS JOVENES	↓	0,4
ALGUNOS TURISTAS SOLO VIENEN A BEBER, SOBRE TODO LOS JOVENES	↓	0,4
BASURA QUE SE GENERA EN CIERTAS ZONAS	↓	0,0
CONSTRUCCION INDISCRIMINADA	↓	0,7
CONSTRUCCION INDISCRIMINADA EN ZONAS COSTERAS	↓	0,0
DEFORESTACION DE LA ISLA	↓	0,4
DEGRADACION MEDIOAMBIENTAL	↓	3,2
DELINCUENCIA	↓	0,4
DELINCUENCIA EN DETERMINADAS ZONAS	↓	0,5
DELINCUENCIA EN DETERMINADAS ZONAS DEL SUR	↓	0,3
DEMASIADAS CAMAS	↓	0,4
DEMASIADAS CONSTRUCCIONES HOTELERAS	↓	0,8
DEMASIADAS CONSTRUCCIONES HOTELERAS EN DETERMINADAS ZONAS DE LA ISLA	↓	0,4
DEMASIADAS EDIFICACIONES	↓	0,3
DEMASIADO TRATO CON LOS TURISTAS PODRIA CREEAR UNA EMPATIA HACIA ELLOS	↓	0,3
DEPENDIENDO DEL ORIGEN DE LOS TURISTAS GENERAN BASTANTES PROBLEMAS DE CONVIVENCIA	↓	0,3
DESTROZAR EL MEDIO NATURAL PARA CONSTRUIR HOTELES	↓	1,7
DESTROZAR EL MEDIO NATURAL PARA CONSTRUIR HOTELES Y APARTAMENTOS	↓	0,3
DESTROZOS EN CIERTAS ZONAS POR LAS SALIDAS NOCTURNAS	↓	0,4
DESTROZOS EN EL HOTELES Y APARTAMENTOS	↓	0,3
DESTRUCCION DE LA NAURALEZA	↓	0,4
DESTRUCCION DE LAS COSTAS	↓	0,9
DESTRUCCION DE PAISAJES NATURALES	↓	0,3
DESTRUCCION DE PAISAJES NATURALES (NO SE HA SABIDO INCORPORAR LA URBANIZACION AL PAISAJE)	↓	0,0
DESTRUCCION DE PAISAJES TURISTICOS	↓	0,4
DESTRUCCION DE PARTE DEL LITORAL, DETERIORO DEL MEDIOAMBIENTE	↓	0,0
DESTRUCCION DEL LITORAL, CONSTRUCCION EN ZONAS COSTERAS	↓	0,4
DESTRUCCION DEL MEDIO AMBIENTE	↓	1,4
DESTRUCCION DEL MEDIO AMBIENTE EN DETERMINADAS ZONAS	↓	0,0
DESTRUCCION DEL MEDIO AMBIENTE: DEMASIADAS INFRAESTRUCTURAS	↓	0,3
DESTRUCCION DEL MEDIO AMBIENTE: DEMASIADAS INFRAESTRUCTURAS. HAY POCA VISION DE FUTURO	↓	0,0
DESTRUCCION DEL PAISAJE	↓	1,5
DESTRUCCION DEL PAISAJE A CAUSA DE LAS CONTRUCCION	↓	0,4
DESTRUCCION DEL PAISAJE EN DETERMINADAS ZONAS	↓	0,7
DESTRUCCION DEL PAISAJE Y ZONAS AGRICOLAS	↓	0,0
DESTRUCCION DEL PAISAJE, NO HAY TANTA SOSTENIBILIDAD	↓	0,4
DETERIODADO LA NATURALEZA	↓	0,3
DETERIODO DE LAS INSTALACIONES	↓	0,3
DETERIODO ECOLOGICO Y PAISAJISTICO	↓	0,3
DETERIORO DEL ENTORNO	↓	0,7
DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE	↓	4,6
DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE (SE HA SOBREEXPLOTADO EL LITORAL)	↓	0,0
DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE EN ALGUNAS ZONAS	↓	0,1

DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE POR LA FALTA DE RIGOR DE LOS POLITICOS A LA HORA DE HACER RESPETAR LAS NORMAS DE PLANIFICACION URBANISTICA	↓	0,0
DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE POR NO CONTROLAR EL DESARROLLO URBANISTICO	↓	0,0
DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE, SE HAN DESTROZADO ALGUNAS ZONAS EL TODO INCLUIDO Y EL TURISMO BARATO	↓	0,3
EL TURISMO NO NOS HA DADO NINGUN PROBLEMA, SINO QUE NO LO HEMOS SABIDO LLEVAR, ES DECIR NO HEMOS SABIDO ADMINISTRAR EL TURISMO	↓	0,4
ELEVAN EL PRECIO A LOS TURISTAS	↓	0,4
EN ALGUNAS ZONAS SE PRODUCEN PELEAS Y HAY MUCHA GENTE BORRACHA	↓	0,4
EN ALGUNAS ZONAS SE PRODUCEN PELEAS Y HAY MUCHA GENTE BORRACHA, LO CUAL NO DA BUENA IMAGEN	↓	0,0
ESPECULACION URBANISTICA	↓	0,1
FALTA DE PLANIFICACION URBANISTICA	↓	0,3
GENERACION DE RESIDUOS E IMPACTO AMBIENTAL NEGATIVO	↓	0,0
HA AUMENTADO LA INTRODUCCION Y EL TRAFICO DE DROGAS	↓	0,0
HA FAVORECIDO EL CRECIMIENTO DE LA ECONOMIA SUMERGIDA	↓	0,0
HA REPERCUTIDO NEGATIVAMENTE EN LA CONSERVACION DE LAS COSTUMBRES LOCALES	↓	0,0
HA SUBIDO UN POCO LA TASA DE DELINCUENCIA	↓	0,0
HAN SUBIDO LOS PRECIOS	↓	0,6
HAN SUBIDO LOS PRECIOS DE BILLETES DE AVION Y BARCO	↓	0,4
HAN SUBIDO LOS PRECIOS EN LAS ZONAS TURISTICAS	↓	0,3
HAY MAS EXTRANJEROS TRABAJANDO QUE RESIDENTES	↓	0,0
HAY TURISTAS QUE TIENEN UN COMPORTAMIENTO DESAGRADABLE	↓	0,4
HAY TURISTAS QUE VIENEN Y SE QUEDAN CON NUESTROS PUESTOS DE TRBAJO	↓	0,4
IMPACTO AMBIENTAL	↓	1,4
IMPACTO AMBIENTAL NEGATIVO (ELEVADO GASTO DE RECURSOS)	↓	0,0
IMPACTO MEDIOAMBIENTAL DE EDIFICIOS	↓	0,0
IMPACTO SOBRE EL TERRITORIO, SATURACION	↓	0,3
INSEGURIDAD CIUDADANA	↓	0,7
INSEGURIDAD CIUDADANA, MAS DELINCUENCIA	↓	0,3
JOVENES QUE VIENEN A DELINQUIR	↓	0,4
LA AGLOMERACION DE DEMASIADAS PERSONAS	↓	0,3
LA CALIDAD DEL TURISTA HA DISMINUIDO EN LOS ULTIMOS AÑOS	↓	0,3
LA CONTRUCCION EN LAS ZONAS TURISTICAS,DESAGRADACION EN LA ISLA	↓	0,3
LA GENTE QUE VIENE SOLO A BUSCAR AYUDA	↓	0,4
LA GESTION QUE SE HA HECHO DEL TURISMO, NO SE HA TRAI DO UN TURIMOS DE CALIDAD	↓	0,4
LA INMIGRACION	↓	0,7
LA POLITICA	↓	0,4
LA POSIBILIDAD DE RACISMO	↓	0,0
LA PRESION SOBRE EL MEDIO MEDIO AMBIENTE	↓	0,3
LA SUCIEDAD, MAS RESIDUOS, (AGUAS FECALES AL MAR)	↓	0,3
LA ZONA DEL SUR ESTA UN POCO ABANDONADA, HABRIA QUE RENOVARLA	↓	0,3
LAS ZONAS TURISTICAS SE HAN QUEDADO OBSOLETAS	↓	0,0
LOS BENEFICIOS SOLO SE LOS LLEVAN 4 EMPRESARIOS	↓	0,3
LOS ESCANDOLOS EN LAS ZONAS DE DISCOTECAS Y LAS PELEAS QUE OCASIONAN	↓	0,3
LOS TURISTAS GASTAN MENOS DEBIDO A LA CRISIS	↓	0,0
LOS TURISTAS JOVENES SE EMBORRACHAN Y DESTROZAN EL ENTORNO	↓	0,4
LOS TURISTAS QUE SE APROVECHAN DE LA SANIDAD EN CANARIAS	↓	0,4
MAL DESARROLLO URBANISTICO	↓	0,0

MALA PLANIFICACION POR CULPA DE LOS MALOS POLITICOS QUE HEMOS TENIDO	0,3
MALTRATO POR PARTE DE LOS EMPLEADOS DE LOS HOTELES	0,0
MAS SUCIEDAD EN LAS ZONAS TURISTICAS	0,4
MAS TRAFICO DE DROGAS	0,0
MASIFICACION	0,6
MASIFICACION DE EDIFICACIONES	0,0
MASIFICACION DE EDIFICACIONES (ESPECULACION URBANISTICA)	0,0
MASIFICACION DE LAS ZONAS TURISTICAS	0,3
MASIFICACION EN EL ZONA SUR	0,4
MASIFICACION EN LAS PLAYAS	0,4
MASIFICACION EN LAS ZONAS TURISTICAS	0,4
MASIFICACION HOTELERA	0,7
MASIFICACION HOTELERA EN DETERMINADAS ZONAS	0,0
MASIFICACION HOTELERA EN ZONAS COSTERAS Y VIRGENES	0,3
MASIFICACION HOTELERA EN ZONAS DEL SUR	0,3
MASIFICACION POBLACIONAL EN LAS ZONAS TURISTICAS	0,0
MASIFICACION TURISTICA EN DETERMINADAS ZONAS	0,0
MASIFICACION Y SU PERJUICIO PARA EL MEDIO AMBIENTE	0,0
MAYOR CONTAMINACION	0,0
MAYOR GENERACION DE RESIDUOS	0,0
MUCHAS TURISTAS VIENEN CON EL TODO INCLUIDO, NO SE VISITAN LA ISLA	0,4
MUCHOS EMPLEOS CREADOS POR EL TURISMO SON OCUPADOS POR INMIGRANTES	0,0
MUCHOS TURISTAS VIENEN CON EL TODO INCLUIDO	1,6
MUCHOS TURISTAS VIENEN CON EL TODO INCLUIDO Y APENAS TIENEN GASTOS POR FUERA DEL HOTEL	0,0
MUCHOS TURISTAS VIENEN CON EL TODO INCLUIDO Y NO DEJAN BENEFICIOS FUERA DE LOS HOTELES	1,9
NADA, SEGUN LA GENTE QUE VENGA DE FUERA HAY ALGUNOS QUE NO CUIDAN EL MEDIO AMBIENTE Y LAS INSTALACIONES DONDE SE QUEDAN	0,4
NINGUNA CONSECUENCIA NEGATIVA	27,3
NO DEPENDER SOLO DEL TURISMO, SINO TAMBIEN DE LA INDUSTRIA, AGRICULTURA ...	0,0
NO FAVORECE AL EMPLEO, MAS COMPETENCIA	0,3
NO OFRECEN GASTRONOMIA CANARIA Y NO LA CONOCEN, SOLO SE OFRECE GASTRONOMIA EXTRANJERA	0,4
NO SE CUIDA EL ENTORNO EN DETERMINADAS ZONAS	0,3
NO SE CUIDA MUCHO EL PAISAJE	0,0
NO SE HA GENERADO CONCIENCIA DE PUEBLO EN LOS NUCLEOS TURISTICOS	0,0
NO SE HA INNOVADO, NOS HEMOS ACOMODADO	0,0
NO SE HA SIDO MUY RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE	0,4
NO SE LIMPIA LO SUFICIENTE LA COSTA DE LA ISLA, DEBIDO A LA GRAN CANTIDAD DE GENTE QUE HAY A VECES	0,3
NO SUELEN TENER CUIDADO CON LAS INSTALACIONES	0,3
NOS QUITAN EL TRABAJO LOS INMIGRANTES	0,4
NS/NC	2,1
OLVIDO DE LAS TRADICIONES Y COSTUMBRES CANARIAS	0,4
OTROS SECTORES MAS ESTROPEADOS	0,4
PAISAJES SUCIOS Y DETERIORADOS	0,3
PEOR CALIDAD DEL SERVICIO	0,3
PERDIDA DE LAS COSTUMBRES LOCALES	0,0
PERDIDA DE NUESTRAS TRADICIONES, POR ADAPTARNOS A LA CULTURA DE LAS TURISTAS	0,3
PLANTA ALOJATIVA ES MUY ANTIGUA	0,4
POSIBLE IMPACTO MEDIOAMBIENTAL EN AREAS CONCRETAS DE LA ISLA	0,3

PRECARIEDAD EN EL TRABAJO	0,7
PRECIOS MUY ALTOS	0,4
PROPICIABA EL ABANDONO DE LOS ESTUDIOS A TEMPRANA EDAD	0,0
SE HA ABARATADO EXCESIVAMENTE LA OFERTA, CON LO QUE SE PERJUDICA A LOS ESTABLECIMIENTOS	0,0
SE HA BUSCADO UN TURISMO DE MASAS Y NO DE CALIDAD	0,4
SE HA BUSCADO UN TURISMO DE MASAS Y NO DE CALIDAD Y ESO HA REPERCUTIDO NEGATIVAMENTE EN LA CONSERVACION DEL MEDIOAMBIENTE	0,3
SE HA CENTRADO TODA NUESTRA ECONOMIA EN EL TURISMO E INFRAESTRUCTURAS Y NO EN LOS RESIDENTES, Y EL DIA QUE FALLE EL TURISMO NO HAY DE DONDE TIRAR	0,0
SE HA DEJADO DE LADO A LA POBLACION LOCAL	0,1
SE HA DESCUIDADO EL ENTORNO	0,0
SE HA PERDIDO LA CULTURA LOCAL	0,0
SE HA PERIDO LA ACTIVIDAD RURAL	0,0
SE HA REALIZADO UNA NEFASTA PLANIFICACION URBANISTICA	0,0
SE HAN CARECIDO LOS TRANSPORTES ENTRE ISLAS	0,3
SE TIENDE A BAJAR LA CALIDAD DE LA OFERTA POR CENTRARSE EN LA CANTIDAD	0,0
SI FALLA EL TURISMO NO HAY OTRA ALTERNATIVA ECONOMICA	0,3
SOBREEXPLOTACION DEL MEDIO (NO HA HABIDO CONTROL URBANISTICO)	0,3
SOBREEXPLOTACION DE CIERTOS LUGARES , SOBRE TODO EN LA ZONA SUR	0,4
SOBREEXPLOTACION DEL TERRENO	0,3
SOBREEXPLOTACION HOTELERA EN LAS ZONAS DEL SUR DE LA ISLA	0,3
SOBREEXPOLTACION DE LOS RECURSOS NATURALES DE LA ISLA	0,3
SOLO DAMOS PLAYA Y JUERGA	0,3
SUCIEDAD	0,3
SUCIEDAD EN LAS CALLES	0,0
TRANSFORMACION DEL MEDIO	0,3
TURISMO DE BOTELLON	0,7
TURISMO DE BOTELLON EN CIERTAS ZONAS	0,3
TURISMO DE BOTELLON QUE DESTROZAN LOS APARTAMENTOS	0,4
TURISMO DE BOTELLON Y DE BALCONING	0,4
TURISMO DE MASAS, EL TURISMO DE TODO INCLUIDO, NO CONSUMEN EN LA ISLA SOLO EN EL HOTEL	0,3
TURISMO SANITARIO	0,4
TURISMO SEXUAL EN LA ISLA	0,3
TURISMO SEXUAL QUE VIENE A LA ISLA	0,3
VANDALISMO EN ALGUNAS ZONAS (ROBOS)	0,0
VIENE MUCHO TURISMO DE BAJO NIVEL ADQUISITIVO	1,0
VIENE UN TURISMO DE MALA CALIDAD	0,9
VIENE UN TURISMO DE MALA CALIDAD (BOTELLON)	0,4
VIENE UN TURISMO DE MALA CALIDAD QUE NO CUIDA EL ENTORNO Y LOS ESTABLECIMIENTOS DONDE SE ALOJAN	0,4
VIENE UN TURISMO DE MALA CALIDAD, NO DEJA BENEFICIOS SINO QUE ENSUCIAN LA ISLA	0,3
VIENE UN TURISMO DE MALA CALIDAD, SE HA ABARATADO MUCHOS LAS COSAS	0,4
VIENE UN TURISMO DE MALA CALIDAD. DESTRUCCION DE ALGUNAS INSTALACIONES, INFRAESTRUCTURAS, ETC.	0,4
ZONAS PRIVADAS PARA LOS TURISTAS	0,7
Total	100,0

12-1 rec ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más negativas del turismo para Gran Canaria?

Primera opción

	%
NS/NC	2,4

Llegada de un turismo de mala calidad (no gastan)	↓	6,8
Malos comportamientos (drogas, delincuencia, vandalismo, botellón)	↓	12,9
Masificación, mala planificación, especulación, mala calidad de los servicios turísticos	↓	10,2
Deterioro del medio ambiente, destrucción de las costas y el paisaje, suciedad	↓	25,6
La modalidad del todo incluido, costes económicos	↓	4,6
Abandono del sector primario y otros sectores productivos	↓	2,7
Aumento de precios (vivienda, productos)	↓	1,9
Ninguna consecuencia negativa	↓	27,6
Exclusión de canarios:espacial (zonas preferentes de turistas),laboral (llegada de inmigrantes),cultural (tradiciones)	↓	5,2
Total		100,0

12- ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más negativas del turismo para Gran Canaria? Segunda opción

		%
CONSTRUCCION MASIVA EN LOS AÑOS DEL BOOM URBANISTICO Y AHORA ESAS INSTALACIONES TURISTICAS ESTAN OBSOLETAS Y DAN MALA IMAGEN AL SUR COMO DESTINO TURISTICO	↓	0,3
"SE HA APOSTADO DEMASIADO POR EL ""ALL INCLUSIVE"", HA DISMINUIDO LA CALIDAD DEL TURISMO QUE NOS VISITA"	↓	0,0
ABANDONO DE LA CULTURA LOCAL	↓	0,0
ABANDONO DE OTROS SECTORES ECONOMICOS	↓	0,5
ABANDONO DEL SECTOR PRIMARIO	↓	0,4
ALGUNOS TURISTAS SOLO VIENEN A BEBER Y DESTRUIR LA ISLA	↓	0,4
ALGUNOS TURISTAS SOLO VIENEN A BEBER Y DESTRUIR LA ISLA (TURISTAS INGLESSES)	↓	0,3
ALGUNOS TURISTAS SOLO VIENEN A BEBER Y PROVOCAR PELEAS, DANDO MALA IMAGEN A LA ISLA	↓	0,0
APARTAMENTOS QUE QUEDARON OBSOLETOS HABRIAN QUE TIRARLOS Y CREARLOS NUEVOS	↓	0,3
AUMENTO DE DROGAS	↓	0,4
AUMENTO DE LA CRIMINALIDAD Y DELINCUENCIA	↓	0,4
AUMENTO DEL CONSUMO DE DROGAS EN LAS ZONAS TURISTICAS	↓	0,3
CONSTRUCCION INDISCRIMINADA	↓	0,4
CONSTRUCCION MASIVA	↓	0,0
CORRUPCION, LOS POLITICOS SE HAN BENEFICIADO	↓	0,4
DEGRADACION DEL MEDIOAMBIENTE	↓	0,0
DELINCUENCIA EN DETERMINADAS ZONAS	↓	0,0
DEMASIADAS INFRAESTRUCTUTAS Y MAL HECHAS	↓	0,3
DEMASIADAS INFRAESTRUCTUTAS Y MAL HECHAS SOBRE TODO EN LA ZONA SUR	↓	0,4
DEPENDER DE UN SOLO TIPO DE INGRESO EN LA ISLA	↓	0,4
DESTROZAR EL MEDIO NATURAL PARA CONSTRUIR HOTELES	↓	0,3
DESTRUCCION DEL LITORAL DE LA ISLA	↓	0,3
DESTRUCCION DEL PAISAJE	↓	0,0
DESTRUCCION DEL PAISAJE EN LA ZONA SUR	↓	0,3
DETERIODO DE ALGUNOS ESPACIOS	↓	0,4
DETERIODO DE LAS COSTAS	↓	0,3
DETERIODO DEL PAISAJE	↓	0,3
DETERIORO DE LAS ZONAS PUBLICAS, EQUIPAMIENTO URBANO	↓	0,0
DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE	↓	1,0
DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE DE ALGUNAS ZONAS TURISTAS, MASIFICACION	↓	0,4
DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE, DESAPARICION DE LAS DUNAS, DESTRUCCION DE VENEGARA, BARRANCO DE LOS FRAILES, MOGAN, ETC	↓	0,4

ECONOMIA MOMENTANEA, NO ES ECONOMIA PARA EL FUTURO, SOLO A CORTO PLAZO	↓	0,3
EN LOS RESTAURANTES DE LA ZONA SUR TODAS LAS CARTAS ESTAN EN OTROS IDIOMAS DIFERENTES AL ESPAÑOL	↓	0,4
ENCARECIMIENTO DEL NIVEL DE VIDA	↓	0,3
ENSUCIAN EL ENTORNO	↓	0,4
ESPECULACION DE SUELO	↓	0,3
ESTA TODO LLENO DE EXTRANJEROS, CASI SE HABLA MAS ALEMAN O INGLES QUE ESPAÑOL	↓	0,3
EXPLOTACION DE PLAYAS, ZONAS PRIVADAS	↓	0,4
HAM PERJUDICADO AL MEDIO AMBIENTE, NO LO HAN RESPETADO, SE HA CONSTRUIDO EN LUGARES NO ADECUADOS	↓	0,4
IMPACTO AMBIENTAL	↓	0,0
IMPACTO MEDIOAMBIENTAL	↓	0,1
IMPACTO MEDIOAMBIENTAL EN LAS ZONAS TURISTICAS	↓	0,3
IMPACTO NATURAL NEGATIVO	↓	0,4
IMPACTO VISUAL O ESTETICO EN LAS ZONAS TURISTAS	↓	0,3
INCREMENTO DE LOS BILLETES DE AVION	↓	0,4
INFRAESTRUCTURAS EN LAS ZONAS LITORAS	↓	0,3
INSEGURIDAD CIUDADANA, MENOS TRANQUILIDAD	↓	0,4
LA DELINCUENCIA, ROBOS, ETC	↓	0,3
LAS ZONAS TURISTAS NO ESTAN LO SUFICIENTEMENTES LIMPIAS	↓	0,3
LOS POLITICOS	↓	0,3
MAS FACILIDADES DE TERRENO EN LAS ZONAS TURISTICAS QUE EN LAS ZONAS RURALES	↓	0,4
MASIFICACION DE HOTELES	↓	0,4
MASIFICACION	↓	0,6
MASIFICACION DE LAS ZONAS TURISTICAS (SE HA PRIMADO LA CANTIDAD A LA CALIDAD DEL TURISMO)	↓	0,0
MASIFICACION EN ALGUNAS ZONAS DE LA ISLA	↓	0,3
MASIFICACION Y ESPECULACION	↓	0,3
MUCHOS JOVENES ALTERAN EL ORDEN PUBLICO	↓	0,0
MUCHOS TURISTAS VIENEN CON EL TODO INCLUIDO	↓	3,8
MUCHOS TURISTAS VIENEN CON EL TODO INCLUIDO Y NO DEJAN BENEFICIOS FUERA DE LOS HOTELES	↓	1,0
MUCHOS TURISTAS VIENEN CON EL TODO INCLUIDO, GRANDES OFERTAS	↓	0,3
NO DARLE PRODUCTOS DE CALIDAD Y OFRECER SERVICIOS MAS BAJOS DE LOS QUE LOS TURISTAS PAGAN	↓	0,0
NO SON NADA RESPETUOSOS EN LAS INSTALACIONES (BALCONIN)	↓	0,4
NS/NC	↗	74,6
PARTE DE LA RIQUEZA GENERADA SE VA FUERA	↓	0,3
PERDIDA DE IDENTIDAD, DE NUESTRAS TRADICIONES	↓	0,3
POCA OFERTA TIPICA CULTURAL Y GASTRONOMICA CANARIA	↓	0,0
PRECARIEDAD EN EL TRABAJO	↓	0,4
PRECARIEDAD EN EL TRABAJO, CONTRATOS TEMPORALES	↓	0,3
PROBLEMAS CON LAS PERSONAS RESIDENTES	↓	0,3
PROBLEMAS DE INTEGRACION CON LOS QUE DECIDEN QUEDARSE	↓	0,0
SE HA BUSCADO UN TURISMO DE MASAS Y NO DE CALIDAD	↓	0,1
SE LA DA MAS TRABAJO A LOS INMIGRANTES QUE A LOS PROPIOS CANARIOS	↓	0,4
SOLO DAMOS PUBLICIDAD AL TURISMO BARATO	↓	0,3
TODO LO MALO HA SIDO CONSECUENCIA DEL CACIQUISMO QUE HAY EN NUESTRA POLITICA, SOBRE TODO POR CULPA DE COLICACION CANARIA	↓	0,4
TODOS LOS BENEFICIOS DEL TURISMO NO REVIERTEN EN LA POBLACION RESIDENTE	↓	0,0
VIENE UN TURISMO DE MALA CALIDAD	↓	0,1
VIENE UN TURISMO DE MALA CALIDAD Y DE POCO PODER ADQUISITIVO	↓	0,0

ZONAS PRIVADAS PARA LOS TURISTAS, IMPOSIBILIDAD DEL RESIDENTE DE PODER ACCEDER A ELLAS	↓ 0,3
Total	100,0

12-2 rec ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más negativas del turismo para Gran Canaria?  
Segunda opción

	%
NS/NC	↗ 74,6
Llegada de un turismo de mala calidad (no gastan)	↓ 0,6
Malos comportamientos (drogas, delincuencia, vandalismo, botellón)	↓ 3,2
Masificación, mala planificación, especulación, mala calidad de los servicios turísticos	↓ 4,7
Deterioro del medio ambiente, destrucción de las costas y el paisaje, suciedad	↓ 6,6
La modalidad del todo incluido, costes económicos	↓ 5,2
Abandono del sector primario y otros sectores productivos	↓ 1,6
Aumento de precios (vivienda, productos)	↓ 1,0
Exclusión de canarios:espacial (zonas preferentes de turistas),laboral (llegada de inmigrantes),cultural (tradiciones)	↓ 2,7
Total	100,0

12- ¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más negativas del turismo para Gran Canaria? Tercera opción

	%
ABANDONO DEL SECTOR PRIMARIO	↓ 0,4
CONSTRUCCION MASIVA	↓ 0,4
DELINCUENCIA EN DETERMINADAS ZONAS	↓ 0,3
DELINCUENCIA Y VANDALISMO: TURISMO BASURA	↓ 0,3
DESTRUCCION DE LA NATURALEZA	↓ 0,4
DESTRUCCION DEL MEDIO AMBIENTE	↓ 0,4
DETERIORO DEL MEDIO AMBIENTE	↓ 0,3
DETERMINADOS TURISTAS TIENEN MAL COMPORTAMIENTO	↓ 0,4
EN MUCHOS COMERCIOS TRATAN MEJOR A LOS EXTRANJEROS QUE A LOS RESIDENTES	↓ 0,3
FALTA DE CULTURA EMPRESARIAL, FALTA DE CREATIVIDAD EMPRESARIAL	↓ 0,3
MUCHOS TURISTAS VIENEN CON EL TODO INCLUIDO	↓ 1,3
NO GENERA RIQUEZA, TODOS COMEN EN LOS HOTELES	↓ 0,0
NO HAY ALTERNATIVAS EN CANARIAS EN EL TRABAJO, SOLO CONSTRUCCION Y TURISMO DE SOL Y PLAYA	↓ 0,4
NS/NC	↗ 93,5
PERDIDA DE LOS RECURSOS MEDIOAMBIENTALES	↓ 0,4
POCO DESARROLLO DE LAS ZONAS QUE NO SON TURISTAS, POCA PREOCUPACION POR PARTE DE LAS ADMINISTRACIONES PUBLICAS DE CREAR OTRO TIPO DE TURISMO ALTERNATIVO (NO SOLO SOL Y PLAYA)	↓ 0,3
SE HA BUSCADO UN TURISMO DE MASAS Y NO DE CALIDAD	↓ 0,3
SE HA MASIFICADO (SE HA APOSTADO POR LA CANTIDAD EN LUGAR DE POR LA CALIDAD)	↓ 0,0
SE HA SUSTITUIDO LA CULTURA LOCAL POR LA DE LOS TURISTAS	↓ 0,0
SUBIDA DEL NIVEL ECONOMICO EN LAS ZONAS TURISTICAS	↓ 0,4
SUCIEDAD EN LAS PLAYAS DEBIDO AL AUMENTO DEL TURISMO	↓ 0,0
Total	100,0

12-3 rec¿Cuáles considera usted que son las consecuencias más negativas del turismo para Gran Canaria?  
Tercera opción

	%
NS/NC	↗ 93,5

Llegada de un turismo de mala calidad (no gastan)	↓	0,3
Malos comportamientos (drogas, delincuencia, vandalismo, botellón)	↓	1,0
Masificación, mala planificación, especulación, mala calidad de los servicios turísticos	↓	1,0
Deterioro del medio ambiente, destrucción de las costas y el paisaje, suciedad	↓	1,4
La modalidad del todo incluido, costes económicos	↓	1,4
Abandono del sector primario y otros sectores productivos	↓	0,7
Aumento de precios (vivienda, productos)	↓	0,4
Exclusión de canarios:espacial (zonas preferentes de turistas),laboral (llegada de inmigrantes),cultural (tradiciones)	↓	0,4
Total		100,0

13- Está de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?: En los últimos dos años ha disminuido el número de turistas que nos visita

		%
NC	↓	0,1
NS	↓	4,6
Sí	→	46,6
No	→	48,7
Total		100,0

13- Está de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?:En el último año se han generado entre 20 y 30 mil nuevos empleos en el sector turístico canario

		%
NC	↓	0,1
NS	↘	21,5
Sí	↓	7,1
No	↗	71,4
Total		100,0

13- Está de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?:Los turistas que nos visitan gastan cada vez menos dinero

		%
NC	↓	0,1
NS	↓	3,1
Sí	↑	89,8
No	↓	7,0
Total		100,0

13- Está de acuerdo con las siguientes frases sobre el turismo en Gran Canaria?:Las instalaciones turísticas ocupan una gran parte del litoral de la isla

		%
NC	↓	0,1
NS	↓	1,4
Sí	↗	78,7
No	↓	19,9
Total		100,0

14- Qué opina sobre las siguientes afirmaciones:La riqueza que generan los turistas está mal repartida

		%
NS/NC	↓	6,4
Muy de acuerdo	↓	9,3
De acuerdo	↑	66,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓	5,1
En desacuerdo	↓	12,4

Total	100,0
-------	-------

14- Qué opina sobre las siguientes afirmaciones: Los turistas gastan poco dinero, generando pocos beneficios

	%
NS/NC	↓ 1,6
Muy de acuerdo	↓ 8,1
De acuerdo	→ 71,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 7,8
En desacuerdo	↓ 11,3
Muy en desacuerdo	↓ 0,0
Total	100,0

14- Qué opina sobre las siguientes afirmaciones: El tren de Gran Canaria será bueno para el desarrollo turístico y la movilidad de turistas y residentes

	%
NS/NC	↓ 3,3
Muy de acuerdo	↓ 8,3
De acuerdo	→ 33,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 8,5
En desacuerdo	→ 32,6
Muy en desacuerdo	↓ 13,6
Total	100,0

14- Qué opina sobre las siguientes afirmaciones: El sur turístico de la isla no soportaría más edificaciones nuevas

	%
NS/NC	↓ 0,8
Muy de acuerdo	↓ 19,4
De acuerdo	→ 51,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 4,0
En desacuerdo	→ 24,1
Muy en desacuerdo	↓ 0,1
Total	100,0

14- Qué opina sobre las siguientes afirmaciones: Las posibles prospecciones petrolíferas ponen en riesgo las playas de Fuerteventura y Lanzarote como recurso turístico

	%
NS/NC	↓ 3,9
Muy de acuerdo	→ 29,2
De acuerdo	→ 36,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 6,5
En desacuerdo	↓ 19,9
Muy en desacuerdo	↓ 4,0
Total	100,0

14- Qué opina sobre las siguientes afirmaciones: La moratoria turística ha frenado las inversiones y el crecimiento turístico en Canarias

	%
NS/NC	↓ 7,7
Muy de acuerdo	↓ 5,7
De acuerdo	→ 54,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 9,3
En desacuerdo	→ 21,6
Muy en desacuerdo	↓ 1,3
Total	100,0

14- Qué opina sobre las siguientes afirmaciones: Con el parón de la construcción, el turismo se ha transformado en la principal salida de la crisis

	%
NS/NC	↓ 1,2
Muy de acuerdo	↓ 13,7
De acuerdo	↗ 73,4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 3,0
En desacuerdo	↓ 8,4
Muy en desacuerdo	↓ 0,3
Total	100,0

14- Qué opina sobre las siguientes afirmaciones: El sur turístico de la isla tiene demasiadas instalaciones obsoletas y hay que renovarlas

	%
NS/NC	↓ 0,6
Muy de acuerdo	↘ 39,9
De acuerdo	↗ 56,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 2,1
En desacuerdo	↓ 1,4
Muy en desacuerdo	↓ 0,0
Total	100,0

14- Qué opina sobre las siguientes afirmaciones: Tenemos una dependencia extrema de los vuelos y eso no es sostenible a largo plazo

	%
NS/NC	↓ 2,1
Muy de acuerdo	↓ 10,1
De acuerdo	↗ 67,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 8,5
En desacuerdo	↓ 12,0
Muy en desacuerdo	↓ 0,0
Total	100,0

14- Qué opina sobre las siguientes afirmaciones: La subida del IGIC y la cancelación de la bonificación a las tasas aeroportuarias perjudicarán al turismo en Canarias

	%
NS/NC	↓ 2,4
Muy de acuerdo	↓ 18,1
De acuerdo	↗ 65,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	↓ 4,6
En desacuerdo	↓ 9,5
Muy en desacuerdo	↓ 0,5
Total	100,0

15- Ha trabajado o trabaja en actividades relacionados con el turismo?

	%
Sí	↘ 32,0
No	↗ 68,0
Total	100,0

16- En su familia más cercana (padre, madre, hermanos, hijos, nietos) ¿Hay algún miembro que trabaje o que haya trabajado en turismo?

	%
NS/NC	↓ 0,2

Sí	⇒ 44,0
No	⇒ 55,9
Total	100,0

17- Realizó algún viaje de ocio durante los últimos doce meses?

	%
NS/NC	↓ 0,2
Sí	⇒ 56,7
No	⇒ 43,1
Total	100,0

17 A Filtro. Detallar destino lo más posible (provincia, zona de país visitado, etc.)

	%
No procede	⇒ 43,3
ALEMANIA: EUROPA PARK , TARRAGONA: PORT AVENTURA	↓ 0,0
ALEMANIA: HAMBURGO-DÜSSELDORFF	↓ 0,0
ALMERIA	↓ 0,4
ANDALUCIA	↓ 0,4
ARGENTINA	↓ 0,0
ASTURIAS	↓ 0,9
BARCELONA	↓ 2,2
BARCELONA, TARRAGONA	↓ 0,4
BELGICA	↓ 0,4
BELGICA, HOLANDA, ALEMANIA Y BARCELONA (HIZO UN MINITOUR POR ESOS PAISES)	↓ 0,0
BENIDORM	↓ 0,3
BERLIN	↓ 0,0
BILBAO	↓ 0,4
BOLONIA: ITALIAONIO	↓ 0,4
BREMEN	↓ 0,0
BUDAPEST	↓ 0,3
BURGOS	↓ 0,0
BURGOS Y BILBAO	↓ 0,3
CADIZ	↓ 0,3
CANTABRIA	↓ 0,4
CATALUÑA	↓ 0,0
CATALUÑA Y FRANCIA	↓ 0,3
CHILE Y GRANADA	↓ 0,0
CHINA	↓ 0,3
CROACIA	↓ 0,3
CRUCERO POR EL MEDITERRANEO	↓ 0,0
CRUCERO POR EL MEDITERRANEO (SOBRE TODO PUERTOS DE ITALIA)	↓ 0,0
CRUCERO POR NORUEGA Y DINAMARCA	↓ 0,3
CRUCERO: ALEMANIA, DINAMARCA, FRANCIA E INGLATERRA	↓ 0,3
CRUCERO: VENECIA, VARIAS ISLAS DE CROACIA Y LAS ISLAS GRIEGAS	↓ 0,4
CUBA	↓ 0,7
DINAMARCA	↓ 0,4
DISNEYLAND PARIS	↓ 0,4
DONCASTER Y LONDRES	↓ 0,3
EGIPTO	↓ 0,3
EL AAIUN	↓ 0,4
EL HIERRO	↓ 0,3
EL HIERRO, TENERIFE, VALENCIA, ANDALUCIA	↓ 0,0
ESCOCIA, ESTAMBUL, MADRID	↓ 0,0
ESTADOS UNIDOS	↓ 0,7
ESTADOS UNIDOS: NUEVA YORK	↓ 0,4

EXTRAMADURA	0,4
EXTREMADURA	1,0
FLORIDA	0,0
FRANCIA	0,7
FRANCIA E INGLATERRA	0,3
FUERTEVENTURA	4,2
FUERTEVENTURA Y BARCELONA	0,3
FUERTEVENTURA Y BRUSELAS	0,0
FUERTEVENTURA Y LANZAROTE	0,4
GALICIA	2,3
GRANADA	1,1
GUADALAJARA	0,4
HOLANDA	0,3
HUELVA	0,4
INDIA	0,3
INGLATERRA	0,5
INGLATERRA: LONDRES	0,6
INGLATERRA: MANSCHESHER	0,3
ISLAS CANARIAS	0,0
ISLAS MALDIVAS	0,3
ITALIA	0,7
ITALIA Y ALEMANIA	0,3
ITALIA: ROMA, MILAN	0,3
ITALIA: ROMA, VENECIA...	0,3
JERUSALEN	0,4
LA GOMERA	0,4
LA GRACIOSA	1,1
LA PALMA	1,4
LA PALMA Y TENERIFE	0,0
LA RIOJA Y EL PAIS VASCO	0,3
LANZAROTE	3,1
LANZAROTE, LOGROÑO	0,0
LANZAROTE, TENERIFE	0,0
LAOS, VIETNAM, TAILANDIA	0,0
LONDRES	0,4
MADRID	4,2
MADRID, TOLEDO	0,4
MALAGA	0,0
MALAGA, TENERIFE	0,0
MALLORCA	0,4
MARRAKECH	0,0
MARRUECOS	0,0
MAURITANIA	0,3
MENORCA	0,4
MIAMI	0,0
MURCIA	0,4
NORUEGA, DINAMARCA, ALEMANIA	0,0
NUEVA YORK	0,4
NUEVA YORK Y CANADA	0,0
PAIS VASCO	0,7
PALESTINA	0,0
PARIS	0,8
PERU	0,4
PIRINEO ARAGONES	0,3
POLONIA	0,7
PORTUGAL	0,0

PORTUGAL (FATIMA)	0,0
REPUBLICA CHECA	0,3
SALAMANCA	0,7
SANTIAGO DE COMPOSTELA	0,0
SEGOVIA	0,1
SERBIA	0,0
SEVILLA	0,5
SEVILLA, GRANADA	0,4
SUECIA	0,0
SUIZA	0,0
SUR DE FRANCIA	0,4
SUROESTE DE ALEMANIA	0,0
TARRAGONA	0,4
TENERIFE	6,2
TENERIFE Y FUERTEVENTURA	0,0
TENERIFE Y LANZAROTE	0,0
TURQUIA	0,4
TURQUIA: ESTAMBUL Y CAPADOCIA	0,0
VALENCIA	0,4
VALENCIA E INGLATERRA (SURESTE DE GRAN BRETAÑA)	0,0
VALLALODID	0,3
VARSOVIA	0,0
VENECIA	0,0
VENEZUELA	0,4
VIENA	0,0
VIETMAN Y CAMBOYA	0,4
Total	100,0

17 A-recFiltro. Detallar destino lo más posible (provincia, zona de país visitado, etc.)

	%
Cataluña	5,7
Alemania	0,3
Andalucía	6,2
Latinoamérica	2,6
Norte de España	9,5
Reino Unido	3,9
Madrid	8,1
Italia	3,6
EEUU	3,4
Francia	3,7
La Gomera	0,6
Países Escandinavos	0,8
Resto de España	9,0
Benelux	1,3
Centroeuropa	3,1
Asia	2,3
La Graciosa	1,9
Fuerteventura	8,7
El Hierro	0,6
Crucero por Europa	1,9
Magreg	1,9
Resto de Europa	1,5
La Palma	2,6
Lanzarote	5,5
Tenerife	11,1
Total	100,0

17B- ¿Por qué motivos no ha viajado en los últimos 12 meses?

	%
NS/NC	↓ 0,7
Problemas de salud, propios o de familiares o amigos	↓ 6,5
Motivos de trabajo, propios o de familiares o amigos	↔ 20,2
Motivos económicos	→ 59,5
No le gusta, no le interesa	↓ 9,6
Otros motivos	↓ 3,4
Total	100,0

18- Quién tiene más poder de decisión e influencia en el sector turístico de Gran Canaria? Primera opción

	%
NS/NC	↓ 3,7
Los tour operadores y agencias de viajes	→ 46,7
El gobierno canario	↔ 23,7
Los hoteleros y las cadenas hoteleras	↓ 3,6
El gobierno de España	↓ 5,8
Los Bancos	↓ 2,9
Los ayuntamientos	↓ 0,4
El Cabildo	↓ 2,7
Las compañías aéreas	↓ 10,5
Total	100,0

18- Quién tiene más poder de decisión e influencia en el sector turístico de Gran Canaria? Segunda opción

	%
NS/NC	↔ 22,4
Los tour operadores y agencias de viajes	↓ 14,9
El gobierno canario	↔ 22,0
Los hoteleros y las cadenas hoteleras	↓ 6,5
El gobierno de España	↓ 6,7
Los Bancos	↓ 3,5
Los ayuntamientos	↓ 2,2
El resto de comerciantes del sector (restaurantes, actividades de ocio, tiendas de souvenirs, rent a car)	↓ 2,3
El Cabildo	↓ 4,6
Las compañías aéreas	↓ 14,9
Total	100,0

18- Quién tiene más poder de decisión e influencia en el sector turístico de Gran Canaria? Tercera opción

	%
NS/NC	→ 45,3
Los tour operadores y agencias de viajes	↓ 7,5
El gobierno canario	↓ 10,9
Los hoteleros y las cadenas hoteleras	↓ 8,2
El gobierno de España	↓ 7,3
Los Bancos	↓ 1,2
Los ayuntamientos	↓ 4,9
El resto de comerciantes del sector (restaurantes, actividades de ocio, tiendas de souvenirs, rent a car)	↓ 1,5
El Cabildo	↓ 8,1
Las compañías aéreas	↓ 5,2
Total	100,0

19- Qué tipo de turistas prefiere en Gran Canaria? Primera opción

	%
NS/NC	↓ 0,6
Familias tradicionales	↘ 23,1
Jóvenes y estudiantes	↓ 2,0
Jubilados y pensionistas	↓ 7,8
Gays	↓ 7,6
Personas solas	↓ 0,7
Turistas deportivos	↓ 6,6
Ninguno en especial/cualquiera	↘ 51,7
Total	100,0

19- Qué tipo de turistas prefiere en Gran Canaria? Segunda opción

	%
NS/NC	↘ 54,9
Familias tradicionales	↓ 11,1
Jóvenes y estudiantes	↓ 3,9
Jubilados y pensionistas	↓ 12,1
Gays	↓ 10,9
Personas solas	↓ 0,4
Turistas deportivos	↓ 6,6
Ninguno en especial/cualquiera	↓ 0,3
Total	100,0

19- Qué tipo de turistas prefiere en Gran Canaria? Tercera opción

	%
NS/NC	↘ 62,9
Familias tradicionales	↓ 5,4
Jóvenes y estudiantes	↓ 5,2
Jubilados y pensionistas	↓ 7,6
Gays	↓ 5,8
Personas solas	↓ 2,9
Turistas deportivos	↓ 10,0
Ninguno en especial/cualquiera	↓ 0,3
Total	100,0

20 Y prefiere turistas españoles o extranjeros?

	%
NS/NC	↓ 0,2
Españoles	↓ 6,3
Extranjeros	↘ 27,4
Ninguno en especial/cualquiera	↘ 66,1
Total	100,0

20 A ¿por qué?

	%
No procede	↘ 66,3
CONSUMEN MAS	↓ 0,3
CONSUMEN MAS Y SE QUEJAN MENOS	↓ 0,0
COSTUMBRES CERCANAS Y MAS FACILIDAD PARA COMUNICARSE	↓ 0,0
EXIGEN CALIDAD, SON EDUCADOS Y GASTAN DINERO FUERA DE LOS HOTELES	↓ 0,0
GASTAN MAS DINERO	↓ 8,7
GASTAN MAS DINERO (NO SON TAN TACAÑOS)	↓ 0,4

GASTAN MAS DINERO EN LA ISLA	0,7
GASTAN MAS DINERO EN LA ISLA Y LA CUIDAN MAS	0,4
GASTAN MAS DINERO EN LOS COMERCIOS	0,1
GASTAN MAS DINERO QUE LOS EXTRANJEROS	0,0
GASTAN MAS DINERO Y DEJAN MAS PROPINAS	0,0
GASTAN MAS DINERO Y REPITEN MAS	0,3
GASTAN MAS DINERO Y SON MAS AMABLES	0,0
GASTAN MAS DINERO Y SON MAS EDUCADOS	0,1
GASTAN MAS DINERO Y SON MAS RESPETUOSOS	0,4
GASTAN MAS DINERO Y SON MAS TRANQUILOS	0,7
LAS COSTUMBRES SON IGUALES	0,4
LOS ESPAÑOLES NO CUIDAN EL MEDIO AMBIENTE	0,4
LOS ESPAÑOLES NO PODRAN VIAJAR POE LA CRISIS EN ESPAÑA	0,4
LOS ESPAÑOLES SON MUY MALEUCADOS	0,3
LOS ESPAÑOLES VIENE MUY CRECIDOS, SON LOS QUE TRATAN PEOR A LOS CANARIOS	0,3
MAS AFINIDAD, LOS CONOCEMOS MEJOR, PUEDE HABER MAS RELACION	0,3
MAS FACILIDAD PARA COMUNICARSE	1,2
MAS FACILIDAD PARA COMUNICARSE, LOS EXTRANJETOS SON MENOS RESPETUOSOS	0,3
NS/NC	0,1
POR EL INTERCAMBIO CULTURAL	1,6
POR LA EDUCACION Y LA CULTURA	0,4
POR LOS IDIOMAS	0,3
PORQUE ASI CONOCEN MAS NUESTRA CULTURA	0,3
PORQUE DAN MAS PUBLICIDAD DE LA ISLA	0,3
PORQUE DAN MAS PUBLICIDAD DE LA ISLA, AYUDAN AL COMERCIO	0,3
PORQUE LOS EXTRANJEROS VIENEN TODO EL AÑO	0,4
PORQUE SON DE AQUI	0,3
PORQUE TE RELACIONAS MAS CON ELLOS	0,4
SE COMPORTAN MEJOR	1,1
SE PUEDEN APRENDER MEJOR LOS IDIOMAS, YA QUE EL TRATO CON ELLOS ES MAS DIRECTO	0,4
SE SUELEN QUEDAR MAS TIEMPO	0,4
SON MAS ABIERTOS DE MENTE	0,0
SON MAS AGRADABLES	0,1
SON MAS AGRADABLES Y EDUCADOS	0,0
SON MAS AGRADECIDOS Y MENOS EXIGENTES	0,0
SON MAS AMABLES	0,5
SON MAS AMABLES Y MEJOR ATENCION	0,0
SON MAS AMABLES, DEJAN MAS PROPINAS	0,0
SON MAS AMABLES, RECONOCEN EL TRABAJO QUE SE HACE, SON MUY AGRADECIDOS	0,0
SON MAS AMABLES, TRANQUILOS Y NO SON TAN PREPOTENTES	0,0
SON MAS ASEQUIBLES, GASTAN MAS	0,3
SON MAS CIVICOS	0,3
SON MAS EDUCADOS	0,1
SON MAS EDUCADOS EN GENERAL	0,0
SON MAS EDUCADOS Y CUIDAN MAS EL ENTORNO	0,0
SON MAS LIMPIOS	0,4
SON MAS LIMPIOS Y AGRADECIDO	0,0
SON MAS LIMPIOS Y DEJAN MAS PROPINA	0,0
SON MAS LIMPIOS, AMABLES Y FLEXIBLES	0,0
SON MAS RESPETUOSOS	1,5
SON MAS RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE	1,5
SON MAS RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE Y MAS EDUCADOS	0,4

SON MAS RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE, SALEN MAS DE LOS HOTELES Y CONOCEN MAS LA ISLA	0,3
SON MAS RESPETUOSOS CON EL MEDIOAMBIENTE	0,1
SON MAS RESPETUOSOS Y CUIDADOSOS	0,4
SON MAS RESPETUOSOS Y GENEROSOS	0,0
SON MAS SOCIABLES	0,4
SON MAS TRANQUIILOS	0,4
SON MAS TRANQUILOS	1,1
SON MENOS EXIGENTES	0,0
SON MENOS EXIGENTES Y MEJORES PAGADORES	0,0
TIENEN MAS CONCIENCIA EN CUIDAR LA ISLA	0,3
TIENEN MAYOR PODER ADQUISITIVO	2,4
TIENEN MAYOR PODER ADQUISITIVO QUE EL TURISTA NACIONAL MEDIO	0,0
TIENEN MAYOR PODER ADQUISITIVO Y SON MAS AMABLES Y LIMPIOS	0,0
TIENEN MAYOR PODER ADQUISITIVO Y PUEDEN VISITARNOS DURANTE MAS MESES	0,0
TIENEN MAYOR PODER ADQUISITIVO Y SON MAS RESPETUOSOS	0,3
TIENEN MAYOR PODER ADQUISITIVO Y SON MAS RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE	0,4
TIENEN MAYOR PODER ADQUISITIVO Y SON MAS TRANQUILOS	0,0
TIENEN UN MAYOR INDICE DE GASTO MEDIO, DE LA MISMA MANERA QUE EL TURISMO GAY	0,0
TIENEN UN TRATO MEJOR	0,0
Total	100,0

20-A rec ¿por qué?

	%
Gastan y consumen más, tienen más poder adquisitivo	46,1
Son más educados, agradables y respetuosos	33,9
Por la mayor fluidez en la comunicación	8,4
Por el intercambio cultural (idiomas, costumbres, mentalidad)	11,6
Total	100,0

21- Entre los turistas extranjeros, siente preferencia por alguna nacionalidad?

	%
NS/NC	0,6
Sí	34,7
No	64,7
Total	100,0

Filtro 21 A-Cuál/es?

	%
No procede	65,3
ALEMANES	13,2
ALEMANES E INGLESES	0,4
ALEMANES Y HOLANDESES	0,3
ALEMANES Y DANESES	0,3
ALEMANES Y FINLANDESES	0,4
ALEMANES Y JAPONESES	0,4
ALEMANES Y NORDICOS	2,0
ALEMANES Y NORUEGOS	0,7
ALEMANES Y RUSOS	0,4
ALEMANES Y SUECOS	0,4
ALEMANES, INGLESES E ITALIANOS	0,3
ALEMANES, INGLESES Y NORDICOS	0,3
ALEMANES, INGLESES Y SUECOS	0,3

AMERICANOS	0,0
ESCANDANIVOS	0,4
ESCANDINAVOS	2,3
ESCANDINAVOS Y NORDICOS	0,4
ESCANDINAVOS Y NORUEGOS	0,3
EUROPEOS	0,4
FINLANDESES	0,0
FRANCESES	0,7
FRANCESES E ITALIANOS	0,7
FRANCESES Y BELGAS	0,4
HOLANDESES	0,2
HOLANDESES Y SUECOS	0,4
INGLESES	2,2
INGLESES E ITALIANOS	0,3
INGLESES Y SUECOS	0,3
JAPONESES	0,0
MEXICANOS	0,4
NORDICOS	3,5
NORUEGO	0,3
NORUEGOS	0,7
NORUEGOS Y SUECOS	0,3
PORTUGUESES	0,3
RUSOS	0,3
SUECOS	0,7
SUIZOS	0,0
Total	100,0

#### Filtro 21 A -rec Cuál/es?

	%
Alemanes	55,5
Escandinavos	25,6
Ingleses	8,2
Franceses	4,8
Holandeses	1,6
Otros	4,3
Total	100,0

#### Sexo

	%
Hombre	49,5
Mujer	50,5
Total	100,0

#### Estado Civil

	%
NS/NC	1,4
Soltero	28,4
Casado	49,6
Convive en pareja	6,8
Divorciado o separado	7,0
Viudo	6,8
Total	100,0

#### Edad

	%
--	---

18	2,2
19	1,9
20	1,9
21	2,5
22	1,8
23	1,3
24	0,7
25	1,1
26	1,3
27	1,0
28	1,7
29	1,6
30	1,0
31	1,7
32	0,7
33	1,4
34	1,4
35	0,9
36	2,7
37	1,2
38	3,2
39	2,7
40	1,7
41	1,9
42	1,4
43	1,1
44	2,9
45	1,9
46	1,4
47	2,9
48	3,8
49	2,5
50	3,7
51	2,4
52	2,0
53	1,3
54	3,1
55	1,8
56	2,2
57	0,8
58	1,9
59	1,4
60	2,2
61	2,1
62	2,2
63	1,8
64	1,1
65	2,4
66	1,6
67	1,4
68	0,7
69	0,7
70	1,4
71	0,4
72	0,4
73	1,0

74	↓	0,7
75	↓	0,7
76	↓	0,7
77	↓	0,3
78	↓	0,0
79	↓	0,0
80	↓	0,1
84	↓	0,3
Total		100,0

Edad-rec

	%
18 a 29 años	↓ 19,0
30 a 44 años	→ 25,8
45 a 59 años	→ 32,9
60 años o más	→ 22,2
Total	100,0

Trabajo

	%
NS/NC	↓ 0,1
Sí	→ 43,8
No	→ 56,1
Total	100,0

Ocupación

	%
No procede	→ 56,2
ABOGADA	↓ 0,0
ADMINISTRATIVA	↓ 0,8
ADMINISTRATIVA BANCARIA	↓ 0,4
ADMINISTRATIVA (FUNCIONARIA) EN LA SANIDAD PUBLICA	↓ 0,4
ADMINISTRATIVO	↓ 1,0
AGENTE DE SEGUROS	↓ 0,0
AGRICULTOR	↓ 0,4
AGRICULTURA	↓ 0,0
ALIMENTACION (TRABAJA EN UN SUPERMERCADO	↓ 0,3
ARTES GRAFICAS	↓ 0,3
ARTESANA	↓ 0,1
ARTISTA EN UN HOTEL	↓ 0,0
ATENCION A PERSONAS DE MAYORES	↓ 0,4
AUTONOMA	↓ 0,4
AUTONOMA (AGRICULTURA - TIENE UN VIVERO ECOLOGICO)	↓ 0,0
AUTONOMA (NO QUISO CONCRETAR)	↓ 0,0
AUTONOMA (TIENE UNA TIENDA)	↓ 0,0
AUTONOMA, VENTA DE APARATOS MEDICOS	↓ 0,4
AUTONOMO	↓ 0,4
AUTONOMO (NO QUISO ESPECIFICAR)	↓ 0,0
AUTONOMO, PRODUCCION DE AUDIOVISUALES	↓ 0,3
AUTONOMO, PUBLICIDAD, DISEÑO GRAFICO	↓ 0,3
AUXILIAR ADMINISTRATIVA	↓ 0,4
AUXILIAR DE COMEDOR	↓ 0,4
AUXILIAR EDUCATIVA	↓ 0,4
BAILARINA EN UN HOTEL	↓ 0,0
BARRENDERO	↓ 0,3

BIOLOGA Y PROFESORA DE UNIVERSIDAD	0,4
BOMBERO	0,3
CAMARERA	0,2
CAMARERA DE PISO	0,9
CAMARERO	0,2
CHAPA Y PINTURA	0,3
COCINERA	0,7
COCINERO	0,6
COMERCIAL	1,3
COMERCIAL DE ELECTRONICA	0,3
COMERCIANTE	0,0
CONDUCTOR DE UN TRANSPORTE MUNICIPAL	0,3
CONTROLADORA DE ZONA AZUL	0,0
COORDINADOR DE PROYECTOS DE FORMACION	0,3
CUIDADOR DE UN NIÑO DESCAPACITADO, LEY DE DEPENDENCIA	0,3
CULTURA	0,4
DECORADORA DE HOTEL	0,0
DEPENDIENTA	0,4
DEPENDIENTE	0,3
DOCENTE EN UNA ESCUELA DE TALLER DE LA FULP	0,3
DUEÑADOR DE UN RESTAURANTE	0,0
EDUCADORA	0,0
EDUCADORA INFANTIL	0,4
ELECTRICISTA Y AUTONOMO	0,0
ELECTROMECHANICO	0,6
EMPLEADA DE BANCA	0,0
EMPLEADO DE MANTENIMIENTO	0,3
EMPLEADO DE TELEFONICA	0,0
EMPLEADO EN UNA TIENDA	0,0
EMPLEADO EN UNA TIENDA DE BICICLETAS	0,0
EMPRESA DE EMBASADOS Y FRABICACION DE PRODUCTOS SECOS (AUTONOMA)	0,4
EMPRESA DE SEGURIDAD	0,3
EMPRESARIA	0,0
EMPRESARIO (OFICINA DE VENTAS DE SEGUROS)	0,0
EMPRESARIO (TIENE UNA EMPRESA DE DISEÑO GRAFICO)	0,0
EMPRESARIO DE EXPLOTACION HOSTELERA	0,0
ENCARGADO DE UN ALMACEN DE LOGISTICA	0,3
ENFERMERA	0,4
ESCRITOR	0,0
FISIOTERAPEUTA	0,0
FUNCIONARIA	0,7
FUNCIONARIA DEL AYUNTAMIENTO DE SAN BARTOLOME DE TIRAJANA	0,0
FUNCIONARIO	1,1
FUNCIONARIO (NO QUISO ESPECIFICAR)	0,3
FUNCIONARIO (TRABAJA EN EL AYUNTAMIENTO DE LAS PALMAS)	0,3
FUNCIONARIO DE CORREOS	0,0
FUNCIONARIO DEL MINISTERIO DE INTERIOR	0,3
FUNCIONARIO EN EL AYUNTAMIENTO DE MOGAN	0,0
GANADERO	0,0
GERENTE DE UNA EMPRESA DE MATERIALES DE CONSTRUCCION	0,0
GESTORA TELEFONICA	0,4
GOBERNANTA DE UN HOTEL	0,0
GUIA TURISTICA	0,4
GUIA TURISTICO	0,0
HOSTELERIA	1,1

HOSTELERIA (NO QUISO PRECISAR)	0,0
HOSTELERIA (OCIO NOCTURNO)	0,0
HOSTELERIA, 2º METRE	0,3
HOSTELERIA, CAMARERO	0,3
HOSTELERIA, COCINERO	0,3
INDUSTRIA, DIRECTOR DE PRODUCCION	0,3
INFORMATICA EN UNA COMPAÑIA AEREA	0,0
INFORMATICO	0,6
INGENIERA, TECNICA DE GUAGUAS MUNICIPALES	0,4
INGENIERO INDUSTRIAL	0,3
INTERVENTORA DE UNA ENTIDAD BANCARIA	0,0
JARDINERO	0,4
JEFA DE PROMOCIONES INTERNAS	0,4
JEFE DE LOGISTICA EN UNA EMPRESA PETROLERA	0,3
JEFE DE SERVICIOS EN UNA EMPRESA DE TRANSPORTES	0,0
JOYERO (AUTONOMO)	0,3
JUNTA DE DIRECCION EN UNA EMPRESA HOTELERA	0,0
LAVANDERA EN HOSTELERIA	0,0
LIMPIADORA	1,5
LIMPIADORA EN UNA CLINICA PRIVADA	0,0
MAESTRA DE PRIMARIA	0,4
MANTENIMIENTO	0,4
MARKETING	0,0
MECANICO DE AVIONES	0,3
MEDICO	0,7
MILITAR (TENIENTE CORONEL)	0,3
NS/NC	1,4
OFICIAL DE SERIGRAFIA	0,3
PASANTE DE UN DESPACHO DE ABOGADOS	0,3
PELUQUERO	0,3
PEON DE LIMPIEZA VIARIA	0,3
PISCIFACTORIA	0,0
PROFESOR DE PRIMARIA	0,3
PROFESOR DE SECUNDARIA	0,9
PROFESOR DE UNIVERSIDAD	0,3
PROFESORA	1,1
PROFESORA DE INGLES	0,4
PROFESORA DE SECUNDARIA	1,1
PROYECTISTA DE INTERIONES PARA HOTELES	0,3
PSICOLOGA	0,4
PSICOLOGO	0,0
PUBLICISTA	0,3
RECEPCIONISTA DE UN RENT A CAR	0,0
RELACIONES PUBLICAS	0,0
REPARTIDOR DE PAN	0,3
SANIDAD	0,1
SANITARIO, SOCORRISTA	0,3
SECTOR COMERCIAL	0,3
SECTOR DE LA HOSTELERIA	0,1
SOCORRISTA	0,0
SUBCONTRATA DE AMDMINISTRACION PUBLICA, PREVENCION	0,3
TAXISTA	0,1
TECNICO (NO QUISO ESPECIFICAR)	0,3
TECNICO AUXILIAR ENFERMERIA	0,4
TECNICO DE PREVENCION DE RIESGOS LABORALES	0,4
TECNICO EN RADIODIAGNOSTICO	0,3

TELEVISION AUDIOVISUAL	0,3
TRABAJA EN UN HOTEL	0,0
TRABAJA EN BANCA	0,0
TRABAJA EN EL CENTRO INSULAR DE TURISMO DE MASPALOMAS ( NO QUISO ESPECIFICAR EL PUESTO EN CONCRETO)	0,0
TRABAJA EN EL SECTOR AUDIOVISUAL	0,0
TRABAJA EN LA PELUQUERIA DE UN HOTEL	0,0
TRABAJA EN LA RECEPCION DE UN HOTEL	0,0
TRABAJA EN UN COMPLEJO HOTELERO (NO QUISO PRECISAR)	0,0
TRABAJA EN UNA CARPINTERIA METALICA	0,3
TRABAJA EN UNA EMPRESA DE TV	0,0
TRABAJA EN UNA INMOBILIARIA	0,0
TRABAJADOR POR CUENTA AJENA (NO QUISO ESPECIFICAR)	0,3
TRADUCTOR	0,0
TRANSPORTE DE FONDOS, BLINDADOS, DINERO	0,3
TRANSPORTISTA	0,4
TRANSPORTISTA DE MERCANCIA	0,3
VENDEDOR AMBULANTE	0,0
Total	100,0

#### Ocupación

	%
Artesanos, cualif. manufacturas, construcción, minería	1,7
Dirección de empresas privadas y públicas	3,2
Empleados de tipo administrativo	10,6
Militares	0,8
Restauración, personales, protección y vendedores comercio	28,1
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	6,3
Técnicos y profesionales de apoyo	36,6
Trabajadores cualificados en agricultura y pesca	1,0
Trabajadores no cualificados	11,8
Total	100,0

#### Otra situación

	%
NS/NC	0,8
Jubilado o pensionista (anteriormente ha trabajado)	21,8
Pensionista (anteriormente no ha trabajado)	8,5
Ama de casa/encargado del hogar	9,3
Parado y ha trabajado antes	40,8
Parado y busca su primer empleo	1,9
Estudiante	16,8
Otra situación	0,1
Total	100,0

#### ¿Dónde ha nacido usted?

	%
NS/NC	0,5
En este municipio	58,8
En otro municipio de esta isla	25,3
En otra isla de la provincia de Las Palmas	1,1
En otra isla de la provincia de Santa Cruz de Tenerife	1,4
En otra Comunidad Autónoma	7,6
En el extranjero	5,4
Total	100,0

### Estudios

	%
NS/NC	↓ 0,8
No sabe leer o escribir	↓ 0,7
Sabe leer y escribir pero fue menos de 5 años a la escuela	↓ 4,5
Fue a la escuela 5 años o más pero sin completar EGB, ESO o Bachillerato Elemental	↘ 29,3
Bachiller Elemental, EGB, ESO completo (Graduado escolar)	↓ 19,4
Bachiller superior, BUP, Bachiller LOGSE COU, PREU	↓ 6,2
FPI, FP grado (o ciclo) medio, Oficialía Industrial o Equivalente	↓ 11,3
FPII, FP ciclo superior, Maestría industrial o equivalente, Conservatorio 10 años	↓ 10,2
Diplomatura, Ingeniería Técnica, 3 cursos aprobados de Licenciatura, Ingeniería o Arquitectura	↓ 16,2
Arquitectura, Ingeniería, Licenciatura o equivalente	↓ 1,2
Total	100,0

### Estudios-Rec

	%
Sin estudios	↓ 0,7
Primaria (EGB)	↘ 33,9
Secundaria (BUP, ESO, FPI)	↓ 19,4
Bachiller o FPII	↘ 27,8
Universidad	↓ 17,5
NS/NC	↓ 0,8
Total	100,0

### Ingresos

	%
NS/NC	↓ 18,6
menos de 500	↓ 7,8
501 a 1000	↘ 22,6
1001 a 1500	↘ 20,1
1501 a 2000	↓ 11,0
2001 a 2500	↓ 8,8
2501 a 3000	↓ 5,5
más de 3000 €	↓ 5,5
Total	100,0

## **PROYECTO:**

**Trabajo de Campo del “Estudio sobre las opiniones, percepciones, valoraciones y actitudes de los residentes en Gran Canaria sobre los efectos del turismo y los turistas en la isla”**

## **SOLICITANTE:**

**Pedro Ernesto Moreira Gregori**

**FECHA: mayo de 2012**

## ÍNDICE

<b>1. CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO</b>	<b>3</b>
1.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES	3
1.2. POBLACIÓN OBJETIVO DEL ESTUDIO	3
<b>2. DISEÑO DE LA MUESTRA</b>	<b>4</b>
2.1. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS: DISEÑO MUESTRAL	4
2.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA	4
2.3. SELECCIÓN DE UNIDADES MUESTRALES	4
2.4. BASE DE DATOS DE RESIDENTES	4
2.5. DEPURACIÓN DE LA BASE DE DATOS	5
<b>3. RECOGIDA DE DATOS</b>	<b>5</b>
<b>4. DISEÑO DEL CUESTIONARIO</b>	<b>5</b>
<b>5. PERSONAL DESTINADO A ESTE PROYECTO</b>	<b>5</b>
5.1. FORMACIÓN DEL PERSONAL	6
<b>6. CONTROL DE CALIDAD</b>	<b>6</b>
<b>7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL</b>	<b>7</b>
<b>8. DOCUMENTACIÓN QUE SE ENTREGA</b>	<b>7</b>

## 1. CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO

### 1.1. Características Generales

El presente proyecto ha sido elaborado por la empresa Servicios Estadísticos de Canarias S.L., a instancias la empresa Pedro Ernesto Moreira. El principal objetivo de este proyecto es recoger la valoración de los residentes en la Isla de Gran Canaria respecto a temas relacionados con el sector turístico.

El método de recogida de información elegido para el presente estudio es la entrevista personal mediante encuesta telefónica a 500 residentes en la isla.

### 1.2. Población objetivo del estudio

El universo del estudio es la población residente en la Isla de Gran Canaria mayor de 18 años.

La distribución de la población objetivo es:

	Total	Hombre	Mujer	zona
Gran Canaria(>18 años)	690547	341934	348613	
Arucas	29775	14842	14933	Zona no turística
Palmas de Gran Canaria (Las)	316830	153164	163666	Zona no turística
Santa Brígida	15693	7733	7960	Zona no turística
Telde	80600	39807	40793	Zona no turística
Firgas	6193	3164	3029	Zona no turística
Teror	10635	5412	5223	Zona no turística
Valsequillo de Gran Canaria	7199	3667	3532	Zona no turística
Valleseco	3414	1785	1629	Zona no turística
Vega de San Mateo	6362	3226	3136	Zona no turística
Agaete	4844	2446	2398	Zona no turística
Gáldar	19899	9955	9944	Zona no turística
Moya	6792	3428	3364	Zona no turística
Santa María de Guía	11719	5862	5857	Zona no turística
Artenara	1127	602	525	Zona no turística
La Aldea de San Nicolás	7193	3627	3566	Zona no turística
Tejeda	1950	1038	912	Zona no turística
Mogán	18566	9707	8859	Zona turística
San Bartolomé de Tirajana	44550	23394	21156	Zona turística
Agüimes	23116	11803	11313	Zona no turística
Ingenio	23829	12033	11796	Zona no turística
Santa Lucía de Tirajana	50261	25239	25022	Zona no turística

## 2. DISEÑO DE LA MUESTRA

El diseño de la muestra se compone de varios elementos, entre los que se encuentran el diseño muestral, el tamaño de la muestra y la selección de unidades muestrales. Los dos primeros elementos dependen de los objetivos del estudio, y la selección de unidades depende del método de recogida de información.

### 2.1. Características técnicas: diseño muestral

Para este estudio la empresa Servicios Estadísticos diseñará un muestreo aleatorio estratificado y en el que se establecerán cuotas por sexo y zona de residencia (zonas turísticas y no turísticas).

### 2.2. Tamaño de la muestra

A continuación se presenta la distribución por zona diseñada para la muestras de 500:

zonas	poblacion >18 años	% población	muestra	error
zonas turisticas	63.116	9,1%	225	6,50%
zonas no turisticas	627.431	90,9%	275	5,90%
<b>TOTAL</b>	<b>690.547</b>	<b>100,0%</b>	<b>500</b>	<b>4,40%</b>

Para el cálculo del tamaño muestral se han utilizado los siguientes datos: nivel de confianza 95%, suposición más desfavorable en la distribución  $P=Q=0,5$ .

### 2.3. Selección de unidades muestrales

La selección de las unidades muestrales será responsabilidad de nuestra empresa. A partir de los registros de la base de datos de residentes, y según las características del diseño muestral que aporte el cliente, nuestra empresa seleccionará aleatoriamente las viviendas que participarán en el estudio, así como sus posibles sustitutas, en el caso de que sea necesario.

### 2.4. Base de datos de residentes

La base de datos de teléfonos que utilizará nuestra empresa se corresponde con “las páginas blancas” de Telefónica, y otros operadores (facilitados a través de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones). A continuación se incluye información referente a dicha base de datos.

**Datos Facilitados:** Calle, Portal, Población, Provincia, Código Postal, Teléfono 1, y en algunos casos Teléfono 2.

## 2.5. Depuración de la base de datos

Nuestra empresa llevará a cabo una labor de depuración de la base de datos, en la que se completará la información de cada teléfono con la zona al que pertenece.

## 3. RECOGIDA DE DATOS

El proyecto ha sido diseñado para realizar la recogida de datos mediante entrevistas personales a través del teléfono. El sistema utilizado para la realización de las entrevistas telefónicas será el sistema CATI (Entrevista Telefónica Asistida por Ordenador, en sus siglas en inglés), que permite gestionar todos los contactos telefónicos, y la información derivada de ellos, con las viviendas de la muestra, así como aplazar las entrevistas según la disponibilidad del entrevistado. Con este sistema se alcanza la máxima bondad de la muestra ya que no son rechazadas las viviendas de máxima dificultad de localización.

## 4. DISEÑO DEL CUESTIONARIO

El cuestionario es aportado por el cliente (ANEXO). La duración del cuestionario, en tiempo de realización, no superará los 6-7 minutos de entrevista telefónica.

## 5. PERSONAL DESTINADO A ESTE PROYECTO

La puesta en marcha del presente proyecto requiere el empleo de recursos materiales y personales. En cuanto a los recursos personales, la empresa selecciona un grupo de trabajo que se responsabiliza del correcto desarrollo del mismo. En estos grupos de trabajo los puestos de mayor responsabilidad son ocupados por personal de la empresa con una extensa experiencia en este tipo de proyecto.

El equipo de trabajo para la realización de las tareas de trabajo de campo del presente estudio, es el siguiente:

- **1 Jefe de Operación:** que llevará a cabo las tareas de formación y supervisión del personal, así como será el responsable de los contactos con el cliente. Este puesto

estará cubierto por un técnico estadístico, con experiencia en la coordinación de encuestas telefónicas de ámbito autonómico.

- **1 Especialista en Bases de Datos:** responsable de la creación de la base de datos para la realización de la encuesta así como de la aplicación informática que gestiona las llamadas telefónicas y las incidencias ocurridas durante el trabajo.
- **4 Encuestadores / telefonistas:** responsables de la recogida de datos a través de encuestas telefónicas.

### 5.1. Formación del personal

El personal de trabajo de campo (encuestadores telefónicos) es el responsable de una de las fases más importantes del estudio: la recogida de datos. En la medida en que éstos sean más exactos y correspondan a la realidad, los resultados permitirán llegar a unas conclusiones más ciertas.

Por ello nuestra empresa diseña un plan de formación específico para el personal de trabajo de campo en cada uno de los estudios que se llevan a cabo. Los componentes básicos de este plan de formación son los siguientes:

- Elaboración de un “manual del encuestador”, que incluye aspectos básicos de su trabajo como son el conocimiento de la legislación vigente relativa a la recogida de datos personales, los objetivos y naturaleza del estudio, los mecanismos para establecer contacto con los entrevistados, etc.
- Elaboración de un manual de preguntas específico sobre el cuestionario, en el que se detalla cada pregunta, y las características asociadas a cada una de ellas, así como el método de selección de las unidades informantes.
- Impartición de un curso de formación para el personal de campo en el que se entregan y se explican los dos manuales elaborados para el proyecto. Este curso tendrá lugar la semana anterior al inicio del trabajo de campo, y será impartido por el Jefe de Operación. Nuestra empresa se compromete a que el 100% de los telefonistas asistan o reciban el curso de formación.

## 6. CONTROL DE CALIDAD

Servicios Estadísticos de Canarias ha desarrollado una serie de controles de calidad para la realización del trabajo de campo, que consta de los siguientes aspectos:

- Creación de una base de datos gestionada con el programa MS-Access (Microsoft) que nos permita guardar constancia en un documento único de todas las viviendas de la muestra, así como de todas las posibles incidencias ocurridas en las llamadas telefónicas.
- El Jefe de operación hará controles sobre la labor del personal de campo supervisando la correcta aplicación de los contenidos de los manuales en la realización de las llamadas.
- Las llamadas telefónicas se realizarán íntegramente desde nuestras oficinas lo que supone un control continuo sobre las labores que se están llevando a cabo las telefonistas.
- Utilización de un sistema CATI para las entrevistas personales que permite implementar, para las variables del cuestionario, rangos de valores, flujos de preguntas y validaciones lógicas.

## 7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL

Servicios Estadísticos de Canarias estima la realización del trabajo de este estudio entre 5 y 6 semanas, dependiendo del tamaño muestral por el que se decida el cliente, desglosadas de la siguiente forma:

- **1 semana:** trabajos previos como base de datos, manuales de formación, curso de formación, etc.
- **3 semanas:** realización del trabajo de campo
- **1 semana:** entrega del estudio.

## 8. DOCUMENTACIÓN QUE SE ENTREGA

Una vez terminado el proyecto, la empresa Servicios Estadísticos de Canarias hará entrega al cliente de la siguiente documentación, y con los siguientes formatos:

- Datos recogidos en el estudio en formato Excel o Access.
- Informe de Trabajo de Campo

Sergio Mendoza  
Responsable Técnico

Santa Cruz de Tenerife, a 28 de mayo de 2012.



7/7



