

Gestión del Destino Turístico: Percepción de los Impactos Sostenibles

Management of the Tourist Destination: Perception of the Sustainable Impacts

José Ramón Cardona

josramcardona@gmail.es

Profesor de la Escuela Universitaria de Turismo del Consell Insular de Ibiza,
Universitat de les Illes Balears, España

Daniel Álvarez Bassi

dalvarez@ucu.edu.uy

Coordinador del Centro de Investigaciones en Marketing y Turismo,
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay

María Dolores Sánchez-Fernández*

msanchezf@udc.es

Profesora Contratada Doctora de Organización de Empresas,
Universidade da Coruña, España

Resumen/ Abstract

El objetivo de este estudio es determinar si los diversos tipos de impactos sostenibles percibidos (económicos, socioculturales y ambientales) tienen un efecto causal distinto sobre las variables dependientes planteadas: "actitud general hacia el turismo" y "actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa)". Los datos utilizados para el análisis causal están formados por una muestra de 420 residentes de la conurbación de Maldonado-Punta del Este (Uruguay). El análisis de los datos se ha llevado a cabo a través de regresión de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS). Los resultados indican que las principales variables explicativas de las actitudes hacia el turismo son los beneficios económicos y los cambios socioculturales negativos, destacando los beneficios económicos por su importancia y nivel de significación.

Palabras clave: Percepción, Actitud, Residente, Punta del Este.

The objective of this study is to determine whether the various types of perceived sustainable impacts (economic, sociocultural and environmental) have a different causal effect on the dependent variables raised: "General attitude towards tourism" and "Attitude towards traditional tourism (sun and beach)". The data used for the causal analysis are formed by a sample of 420 residents of Maldonado-Punta del Este conurbation (Uruguay). The analysis of the data has been carried out through Partial Least Squares (PLS) regression. The results indicate that the main explanatory variables of attitudes towards tourism are economic benefits and negative socio-cultural changes, highlighting the economic benefits due to their importance and level of significance.

Keywords: Perception, Attitude, Resident, Punta del Este.

Código JEL: C38, C88, L83, Z32

JEL code: C38, C88, L83, Z32

1. INTRODUCCIÓN

El turismo depende de las actitudes de los residentes, siendo esencial el apoyo de la población local para el desarrollo turístico (Fredline, Deery y Jago, 2013; Ritchie y Inkari, 2006; Sharpley, 2014; Stylidis y Terzidou, 2014; Tovar y Lockwood, 2008; Vargas, Plaza y Porras, 2009; Zhang, Inbakaran y Jackson, 2006). Por tanto, los gestores públicos y los empresarios deben tener en cuenta a la comunidad local si desean lograr un turismo sostenible y viable en el largo plazo (Byrd, Bosley y Dronberger, 2009; Gursoy, Chi y Dyer, 2010; Nunkoo y Ramkissoon, 2012; Ramón, Álvarez y Sánchez, 2018; Sharpley, 2014).

Desde los años setenta se han realizado estudios sobre las actitudes de los residentes hacia el turismo y diversos aspectos relacionados con este sector (Almeida, Balbuena y Cortés, 2015; Ramón et al., 2018; Sharpley, 2014). Los primeros estudios se centraron en la cuantificación de las actitudes y su relación con los impactos percibidos por los residentes (Akis, Peristianis y Warner, 1996; Faulkner y Tideswell, 1997; Gursoy, Jurowski y Uysal, 2002; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Jurowski, Uysal y Williams, 1997; Lindberg y Johnson, 1997; Mason y Cheyne, 2000; McIntosh y Goeldner, 1990; Perdue, Long y Allen, 1990; Ramón et al., 2018; Teye, Sirakaya y Sönmez, 2002). Estas investigaciones agruparon los impactos percibidos, tanto beneficios como costes, en tres o cuatro categorías, según su temática: económicos, sociales, culturales y ambientales (Andereck, Valentine, Knopf y Vogt, 2005; Ayres, 2000; Gursoy y Rutherford, 2004; Gursoy et al., 2002; McIntosh y Goeldner, 1990; Özel y Kozak, 2017; Ramón et al., 2018). Aunque esta división está muy consolidada en la literatura científica, algunos trabajos simplifican y analizan los costes y los beneficios de una manera genérica (Abedtalas, Tobrak y Sercek, 2016; Ouyang, Gursoy y Sharma, 2017; Ribeiro, Pinto, Silva y Woosnam, 2017). Ello es debido a que estos trabajos analizan modelos causales de gran complejidad y no centran sus objetivos en la percepción de los impactos del turismo.

Normalmente, los beneficios económicos son los impulsores más significativos de las actitudes favorables al desarrollo turístico

(Bruner, 1996; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Madrigal, 1993; Teye et al., 2002). Cabe señalar que la razón principal para desarrollar el sector turístico es la necesidad de una mejora económica de las condiciones de vida de los habitantes de la región (Brayley, Var y Sheldon, 1990; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Keogh, 1990a; Lankford y Howard, 1994; Prentice, 1993; Teye et al., 2002; Um y Crompton, 1987). Si los habitantes consideran que su calidad de vida es aceptable y con perspectivas de mejora no apoyará el desarrollo turístico de la región, ya que es más cómodo seguir como están u no realizar cambios en su región. Por el contrario, los residentes que viven en regiones con problemas de pobreza y sin posibilidades claras de mejora, diferentes al turismo, verán el turismo como una solución tecnológicamente accesible y rápida.

El objetivo de este estudio es determinar si los diversos tipos de impactos percibidos (económicos, socioculturales y ambientales) tienen un efecto causal distinto sobre las variables dependientes planteadas: "actitud general hacia el turismo" y "actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa)". Para alcanzar este objetivo, una muestra de residentes de la conurbación Maldonado-Punta del Este ha sido analizada mediante Modelos de Ecuaciones Estructurales (SEM). Punta del Este forma parte del Departamento de Maldonado y es el principal destino de sol y playa de la República Oriental del Uruguay. La demanda turística en esta área está principalmente dirigida a turistas argentinos. En la actualidad, hay 9.200 habitantes en el núcleo urbano de Punta del Este, pero son más de 100.000 residentes en la conurbación de Maldonado-Punta del Este (Uruguay). Punta del Este recibe más de 689.000 turistas anualmente (Ministerio de Turismo, 2017). El análisis del SEM se ha llevado a cabo mediante regresión de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS). En el proceso de refinamiento del modelo inicial se ha descartado un gran número de hipótesis y subhipótesis, quedando planteado un modelo simplificado con las relaciones causales significativas al 0,1. En el primer análisis y en el modelo refinado se comprueba que las relaciones causales son distintas dependiendo de la variable dependiente tomada en consideración.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Se han realizado múltiples estudios sobre las actitudes de los residentes hacia el turismo en general o hacia su desarrollo en un destino específico (Almeida, Peláez, Balbuena y Cortés, 2016; Bayno y Jani, 2018; Brida, Disegna y Osti, 2014; Del Chiappa y Abbate, 2016; Eusebio, Vieira y Lima, 2018; Figueroa y Rotarou, 2016; Hernández y Mercader, 2015; Hunt y Stronza, 2014; Nunkoo y So, 2016; Núñez, Fuentes y Sánchez, 2014; Park, Nunkoo y Yoon, 2015; Rasoolimanesh y Jaafar, 2016; Woosnam y Erul, 2017; Woosnam, Draper, Jiang, Aleshinloye y Erul, 2018). Desde finales de los noventa (siglo XX) se han llevado a cabo investigaciones que buscan determinar las relaciones causa-efecto en la formación de las actitudes de los residentes. En estos trabajos se presenta una propuesta de modelo causal que incluye la percepción de los diferentes impactos del turismo, la valoración del turismo y diversas variables causales indirectas, moderadoras o mediadoras con posible efecto en las percepciones y actitudes de los residentes. Estos estudios utilizan diferentes variables y escalas de medición en diferentes destinos turísticos, y ello implica múltiples modelos. Pero ninguno constituye un modelo definitivo por no contemplar todas las variables posibles, ni un modelo universal desde el momento en que se elige un destino para el estudio y no es posible garantizar la generalización de las conclusiones a otras regiones. Por tanto, aunque hay estudios previos sobre los distintos tipos de impactos percibidos (Andereck et al., 2005; Ayres, 2000; Gursoy y Rutherford, 2004; Gursoy et al., 2002; McIntosh y Goeldner, 1990), aún es posible profundizar en su importancia para determinar las actitudes de los residentes.

Se exponen a continuación los beneficios y los perjuicios relacionados con los impactos sostenibles del turismo. En primer lugar, se aluden a los aspectos positivos y seguidamente se manifiestan los negativos.

Cuando se habla de impactos económicos positivos, se suele hacer referencia a un aumento en los ingresos (Besculides, Lee y McCormick, 2002; Bruner, 1996; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Madrigal, 1993; Teye et al., 2002). Esto significa un aumento en la actividad económica basada en el aumento de:

- Las oportunidades de empleo debido a

la gran demanda generada por el sector turístico (Besculides et al., 2002; Bruner, 1996; Davis, Allen y Cosenza, 1988; Gursoy et al., 2002; Ramón et al., 2018; Teye et al., 2002; Tyrrell y Spaulding, 1984).

- Las oportunidades de emprendimiento en la región, atrayendo inversores externos y permitiendo a los residentes convertirse en empresarios.

- Los ingresos de las administraciones públicas debido a un aumento de la actividad económica en la región (Davis et al., 1988; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Ramón et al., 2018; Tyrrell y Spaulding, 1984).

Los beneficios socioculturales se refieren a todas las mejoras posibles en el entorno social de los residentes que no consisten directamente en un aumento de los ingresos:

- Hay una mejora en las infraestructuras, los espacios públicos y los servicios públicos para la población flotante, compuesta por turistas y trabajadores de temporada, que también beneficia a los residentes (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986; Milman y Pizam, 1988; Ramón et al., 2018).

- Como el principal elemento complementario de la oferta de transporte y alojamiento para los turistas es el ocio, la oferta comercial y de ocio de la región es excepcionalmente abundante y disponible para los residentes (Davis et al., 1988; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Keogh, 1990a; Long, Perdue y Allen, 1990; Perdue et al., 1990; Ramón et al., 2018).

- El turismo permite financiar la conservación del patrimonio histórico, la cultura local y las tradiciones convirtiéndolos en una fuente de ingresos para la región (Besculides et al., 2002; Hunter y Green, 1995).

- El contacto entre culturas, generado por el turismo, permite un mayor conocimiento de otras culturas (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986), la revitalización de las tradiciones locales (Liu y Var, 1986) y un mayor orgullo por la cultura propia (Driver, Brown y Peterson, 1991; Liu y Var, 1986).

En cuanto al impacto ambiental, el turismo favorece su conservación convirtiéndolo en un recurso con la capacidad de atraer turistas y generar ingresos, pero el turismo también promueve la concienciación por el entorno natural entre la población y los turistas (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986; Perdue, Long y Allen, 1987; Ritchie, 1988).

Los beneficios económicos destacan, de entre los diversos tipos de beneficios analizados, por su importancia (Besculides et al., 2002; Bruner, 1996; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Liu y Var, 1986; Madrigal, 1993; Milman y Pizam, 1988; Ramón et al., 2018; Teye et al., 2002), principalmente la creación de oportunidades de empleo (Besculides et al., 2002; Bruner, 1996; Gursoy et al., 2002; Ramón et al., 2018; Teye et al., 2002; Var, Kendall y Tarakcoglu, 1985). Sin embargo, los otros beneficios no deben descartarse, lo que lleva a proponer la Hipótesis 1:

Hipótesis 1: La percepción de los beneficios tiene un efecto positivo en la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 1.1: La percepción de los beneficios económicos tiene un efecto positivo en la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 1.2: La percepción de los beneficios socioculturales tiene un efecto positivo en la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 1.3: La percepción de los beneficios ambientales tiene un efecto positivo en la actitud general hacia el turismo.

Los costes percibidos tienen un efecto significativo y negativo sobre las actitudes de los residentes (Jurowski et al., 1997; Keogh, 1990a; Long et al., 1990; Milman y Pizam, 1988; Prentice, 1993; Ramón et al., 2018). Los impactos negativos generados por el turismo son de varios tipos:

- En el campo económico, el principal impacto negativo es el aumento de los precios que ocurre en todo tipo de bienes, especialmente en el alquiler y compra de propiedades (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986). Los destinos turísticos tienden a diferenciarse de otros destinos gracias a su imagen y esto les permite tener un aumento de precios que se traduce en índices de precios más altos en las regiones turísticas. Otro de los impactos económicos negativos es la calidad de los empleos que se generan. Estos son empleos poco cualificados con horarios poco habituales en otros sectores y salarios bajos. Sin embargo, este impacto ha sido poco analizado (Teye et al., 2002).

- En el área sociocultural destacan los problemas de inseguridad (Belisle y Hoy, 1980; Liu, Sheldon y Var, 1987; Long et al., 1990; Milman y Pizam, 1988), hacinamiento (Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Keogh, 1990a; Long et al., 1990; Milman y Pizam, 1988; Prentice, 1993; Ritchie, 1988), molestias a los residentes y alteración de la cultura local

debido a influencias externas (Besculides et al., 2002; Johnson, Snepenger y Akis, 1994; Keogh, 1990b).

- Los principales problemas ambientales son el consumo de recursos naturales y el deterioro de los espacios naturales (Hunter y Green, 1995; Liu et al., 1987). Pero un cierto grado de deterioro es inevitable ya que todas las actividades humanas tienen este efecto, aunque es posible minimizarlo.

La percepción de los costes junto con la percepción de los beneficios permite a los residentes llevar a cabo una evaluación general del turismo que a su vez determina su actitud hacia el sector. Basándose en la revisión de la literatura existente (Bujosa y Rosselló, 2007; Jurowski et al., 1997; Keogh, 1990a; King, Pizam y Milman, 1993; Long et al., 1990; Milman y Pizam, 1988; Prentice, 1993; Ramón et al., 2018), la percepción de los costes derivados del turismo conduce a una actitud más negativa hacia el turismo, proponiendo la Hipótesis 2:

Hipótesis 2: La percepción de los costes tiene un efecto negativo en la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 2.1: La percepción de los costes económicos tiene un efecto negativo en la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 2.2: La percepción de los costes socioculturales tiene un efecto negativo en la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 2.3: La percepción de los costes ambientales tiene un efecto negativo en la actitud general hacia el turismo.

Estudios previos tomaban la actitud hacia el turismo mayoritario de la región como variable dependiente, aunque lo llamaban "actitud hacia el turismo". Pero los estudios en los que se comparan diferentes tipos de turismo (McCartney y In, 2016; Nunkoo y Gursoy, 2017; Sánchez y Ramón, 2016) determinan que las reacciones de los residentes no son iguales dependiendo del tipo de turismo analizado.

Este trabajo ha optado por utilizar una definición lo más general posible para medir la actitud hacia el turismo y compararla con la definición del turismo tradicional de la región, que en Punta del Este (Uruguay) es el turismo de sol y playa. Por tanto, las hipótesis 1 y 2 deberían ser replicadas para el caso del turismo tradicional de sol y playa, planteando las hipótesis 3 y 4:

Hipótesis 3: La percepción de los beneficios tiene un efecto positivo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Hipótesis 3.1: La percepción de los beneficios económicos tiene un efecto positivo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Hipótesis 3.2: La percepción de los beneficios socioculturales tiene un efecto positivo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Hipótesis 3.3: La percepción de los beneficios ambientales tiene un efecto positivo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Hipótesis 4: La percepción de los costes tiene un efecto negativo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Hipótesis 4.1: La percepción de los costes económicos tiene un efecto negativo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Hipótesis 4.2: La percepción de los costes socioculturales tiene un efecto negativo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

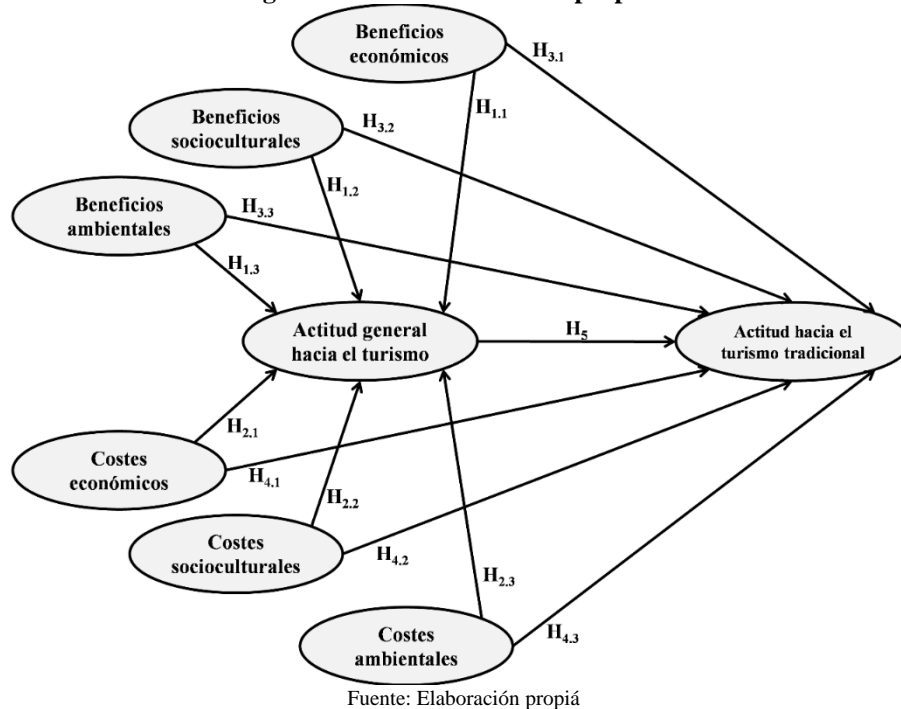
Hipótesis 4.3: La percepción de los costes ambientales tiene un efecto negativo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

Finalmente, se puede considerar la relación causal entre la actitud general hacia el turismo y la actitud hacia el turismo tradicional. Por lo tanto, es posible considerar la hipótesis 5:

Hipótesis 5: La actitud general hacia el turismo tiene un efecto positivo en la actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa).

El modelo causal propuesto sobre la base de las hipótesis propuestas se muestra en la Figura 1 y estará sujeto a análisis para el caso de Punta del Este.

Figura 1. Modelo estructural propuesto



3. METODOLOGÍA

Los datos utilizados para el análisis corresponden a una muestra de 420 residentes de la conurbación de Maldonado-Punta del Este (Uruguay) entrevistados entre marzo y agosto de 2016. Para lograr el nivel más alto posible de representatividad de la muestra, se verificaron

los parámetros demográficos para controlar posibles sesgos en la composición de la muestra (el perfil sociodemográfico de la muestra se detalla en la Tabla 1). El margen de error máximo permitido fue de 4,88%, dado un nivel de confianza del 95%. El análisis causal se basó en un conjunto de ítems cuya respuesta consistía en una escala Likert de cinco puntos.

Tabla 1. Perfil sociodemográfico de las muestras

Variable sociodemográfica	Frecuencia	%
Sexo:		
Hombre.	230	54,76%
Mujer.	190	45,24%
Edad:		
Menos de 25.	104	24,76%
De 25 a 34.	67	15,95%
De 35 a 44.	81	19,29%
De 45 a 54.	80	19,05%
De 55 a 64.	49	11,67%
65 o más.	39	9,29%
Nivel de estudios:		
Sin estudios.	8	1,90%
Estudios primarios.	39	9,29%
Estudios secundarios.	177	42,14%
Estudios universitarios.	196	46,67%
Lugar de nacimiento:		
En la región.	181	43,10%
Fuera de la región.	239	56,90%
Trabaja en Turismo:		
Sí.	243	57,86%
No.	177	42,14%

Fuente: Elaboración propia

El modelo causal fue testado mediante la técnica de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS) (Gursoy et al., 2002; Lindberg y Johnson, 1997; Ramón et al., 2018), un método de modelado de ecuaciones estructurales basado en la varianza. La técnica PLS es especialmente adecuada para investigación predictiva y desarrollos teóricos. Más concretamente, este estudio utiliza el software SmartPLS 2.0 (Ringle, Wende y Will, 2005). Aunque los resultados no difieren significativamente entre los distintos sistemas de ponderación alternativos, el usado en este trabajo es el *path weighting*. Este sistema de ponderación proporciona el valor de R² más alto para las variables latentes (Henseler, Ringle y Sinkovics, 2009).

4. RESULTADOS

Antes de proceder al análisis del modelo estructural propuesto, es necesario analizar el modelo de medida. El criterio seguido para contrastar la fiabilidad individual es que los ítems tengan una carga o correlación simple superior a 0,707 (Carmines y Zeller, 1979). La fiabilidad del constructo normalmente es analizada usando el Alfa de Cronbach (Cronbach, 1970) y la Fiabilidad Compuesta (Anderson y Gerbing, 1988; Bagozzi y Yi, 1988). Lo más habitual es considerar como criterio de fiabilidad que los valores de ambos indicadores sean superiores a 0,7 aunque es mucho mejor si es superior a 0,8

Tabla 2. Fiabilidad y Validez Convergente.

	Alfa de Cronbach	Fiabilidad Compuesta	AVE	R ²
Beneficios económicos	0,832	0,881	0,598	
Beneficios socioculturales	0,787	0,808	0,513	
Beneficios ambientales	0,804	0,865	0,561	
Costes económicos	0,744	0,853	0,748	
Costes socioculturales	0,835	0,880	0,596	
Costes ambientales	0,734	0,829	0,550	
Actitud general hacia el turismo	0,802	0,871	0,627	0,362
Actitud hacia el turismo tradicional	0,759	0,813	0,593	0,165

Fuente: Elaboración propia.

(Nunnally, 1987). Se puede observar en la Tabla 2 que los valores del Alfa de Cronbach y la Fiabilidad Compuesta son aceptables.

Para evaluar la Validez Convergente se examina la *Average Variance Extracted* (AVE) y

los valores de AVE deben ser mayores que 0,5 (Bagozzi y Yi, 1988), como así sucede (Tabla 2). Hay dos enfoques para evaluar la Validez Discriminante (Anderson y Gerbing, 1988) en PLS: ningún ítem debe tener una carga factorial

Tabla 3. Cargas factoriales del modelo estructural.

Denominación	Media Aritmética	Desviación estándar	Carga Factorial
Beneficios económicos:			
• El turismo genera muchas oportunidades de trabajo para los residentes.	4,350	0,780	0,773
• El turismo genera numerosas oportunidades de negocio para residentes y pequeñas empresas.	4,195	0,837	0,842
• El turismo genera mayores oportunidades de inversión en la localidad.	4,264	0,798	0,783
• El turismo genera mayores ingresos para la Intendencia y organismos locales.	4,293	0,818	0,728
• El turismo permite un importante aumento de los niveles de ingresos de los residentes.	4,048	0,940	0,736
Beneficios socioculturales:			
• Gracias al turismo los residentes tienen una mejor y más variada oferta de ocio y entretenimiento.	3,740	1,072	0,686
• Gracias al turismo los servicios básicos son mejores.	2,967	1,276	0,772
• Gracias al turismo hay mejores servicios públicos.	2,855	1,225	0,787
• El turismo fomenta la restauración y conservación de patrimonios históricos.	3,274	1,150	0,743
• El turismo mejora la calidad de las infraestructuras y obras públicas.	3,555	1,062	0,754
Beneficios ambientales:			
• El turismo incentiva la protección de espacios naturales.	3,379	1,101	0,743
• El turismo convierte los recursos naturales en una fuente de ingresos para los residentes.	3,652	1,009	0,724
• El turismo es menos contaminante que otras actividades económicas.	3,429	1,118	0,708
• El turismo fomenta el respeto por el medioambiente.	2,936	1,101	0,691
Costes económicos:			
• El turismo ha hecho que suban los precios y el costo de la vida.	4,076	1,007	0,727
• El turismo ha provocado un incremento del costo de la vivienda y de los terrenos.	4,136	0,945	0,984
Costes socioculturales:			
• El turismo dificulta el disfrute de los espacios públicos, al masificarlos.	3,269	1,164	0,655
• El turismo ha causado que los residentes se sientan extraños en su propia localidad.	2,817	1,145	0,819
• El turismo ha generado un efecto negativo en la cultura local.	2,588	1,023	0,803
• El turismo ha generado conflictos entre visitantes y residentes.	2,969	1,103	0,676
Costes ambientales:			
• El turismo causa graves problemas de contaminación medioambiental.	3,057	1,052	0,765
• El turismo provoca la pérdida de ecosistemas locales.	3,002	1,025	0,845
• El turismo consume recursos naturales en exceso.	3,319	1,064	0,734
• El turismo ha contribuido a la degradación del entorno natural de la localidad.	3,062	1,063	0,823
• El turismo ha provocado la saturación de algunos espacios naturales.	3,362	1,077	0,682
Actitud general hacia el turismo:			
• El desarrollo turístico ha sido muy beneficioso para la localidad y sus habitantes.	4,093	0,836	0,776
• Se debe seguir fomentando el turismo como parte fundamental de la localidad.	4,300	0,802	0,819
• La actividad turística es beneficiosa para el día a día de los residentes.	3,988	0,930	0,809
• Gracias al turismo tenemos una mejor calidad de vida.	3,848	0,996	0,764
Actitud hacia el turismo tradicional (sol y playa):			
• Casas y apartamentos vacacionales en alquiler.	4,150	0,822	0,727
• Turismo de segunda residencia.	3,990	0,902	0,768
• Turismo de sol y playa familiar.	4,533	0,788	0,813

Fuente: Elaboración propia.

más alta en los otros constructos que en el constructo que intenta medir; la raíz cuadrada del AVE de cada variable latente debe ser mayor que sus correlaciones con cualquier otra variable latente (Chin, 1998). La Tabla 3 muestra el modelo de medida finalmente usado.

Después de comprobar el modelo de medida, se procedió al análisis del modelo estructural y las relaciones causales propuestas. PLS no asume la distribución normal de los datos, lo cual conlleva que las pruebas de significación paramétricos no resultan fiables para probar si las cargas de los constructos y los coeficientes de regresión son significativos. En su lugar, PLS se basa en un procedimiento *bootstrap* no paramétrico (Davison y Hinkley, 1997; Efron y Tibshirani, 1993) para probar la significación de los coeficientes de regresión estimados. El *bootstrapping* es un proceso de remuestreo en el que se generan aleatoriamente N muestras (en este caso N = 5.000) a partir de la muestra ori-

ginal mediante sustitución con reemplazo. Las submuestras se utilizan para estimar el modelo causal, calculando los valores medios de los parámetros obtenidos en las N muestras y se comparan con los obtenidos con la muestra original. Las estimaciones de los parámetros, generadas a partir de las submuestras, se utilizan para obtener los errores estándar de las estimaciones. Con esta información, los valores t se calculan para evaluar la significación de cada estimación (Hair, Hult, Ringle y Sarstedt, 2014).

Para determinar los valores críticos de la t de Student se ha usado una distribución t de Student de una cola con 4.999 grados de libertad, ya que las hipótesis tienen definidas las direcciones de las relaciones causales. Los resultados del análisis de significación de las diferentes relaciones causales directas, tanto mediante el uso de los valores de la t de Student como mediante técnicas no paramétricas (Henseler et al., 2009), se detallan en la Tabla 4.

Tabla 4. Path coefficients de las relaciones causales propuestas.

Relaciones Causales	Path coef-ficient	Error es-tándar	Estadístico t	P valor
Beneficios económicos → Actitud general (H _{1.1})	0,367***	0,115	3,197	0,001
Beneficios socioculturales → Actitud general (H _{1.2})	0,116 ^{ns}	0,108	1,081	0,140
Beneficios ambientales → Actitud general (H _{1.3})	0,072 ^{ns}	0,114	0,636	0,263
Costes económicos → Actitud general (H _{2.1})	0,131 ^{ns}	0,131	1,003	0,158
Costes socioculturales → Actitud general (H _{2.2})	-0,225*	0,112	2,014	0,022
Costes ambientales → Actitud general (H _{2.3})	-0,069 ^{ns}	0,107	0,648	0,259
Beneficios económicos → Tur. tradicional (H _{3.1})	0,143 ^{ns}	0,133	1,072	0,142
Beneficios socioculturales → Tur. tradicional (H _{3.2})	0,036 ^{ns}	0,122	0,291	0,386
Beneficios ambientales → Tur. tradicional (H _{3.3})	-0,034 ^{ns}	0,147	0,230	0,409
Costes económicos → Tur. tradicional (H _{4.1})	0,080 ^{ns}	0,115	0,696	0,243
Costes socioculturales → Tur. tradicional (H _{4.2})	-0,175*	0,137	1,279	0,100
Costes ambientales → Tur. tradicional (H _{4.3})	-0,090 ^{ns}	0,123	0,734	0,231
Actitud general → Tur. tradicional (H ₅)	0,154 ^{ns}	0,138	1,114	0,133

* p <0,1; *** p <0,001; ^{ns} no significativo.
Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del análisis realizado (Tabla 4) indican que el principal efecto sobre la Actitud general hacia el turismo son los beneficios económicos (Hipótesis 1.1). Este resultado enfatiza la importancia de las mejoras económicas generadas por el turismo (más empleos, inversiones y oportunidades de negocios) en la actitud de los residentes, como ya indica la literatura previa (Brayley et al., 1990; Gursoy et al., 2002; Jurowski et al., 1997; Lankford y Howard, 1994; Liu y Var, 1986; Ramón et al., 2018; Teye et al., 2002; Um y Crompton, 1987).

Los costes socioculturales son el otro elemento con efectos significativos (Tabla 4), tanto sobre la actitud general hacia el turismo (Hipótesis 2.2) como sobre la actitud hacia el turismo tradicional (Hipótesis 4.2). Ello es un resultado esperable y coherente con la literatura previa (Bujosa y Rosselló, 2007; Jurowski et al., 1997; Keogh, 1990a; King et al., 1993; Liu et al., 1987; Long et al., 1990; Milman y Pizam, 1988; Prentice, 1993). Finalmente, indicar que la Hipótesis 3 y el resto de subhipótesis de las Hipótesis 1, 2 y 4 no resultaron significativas (Tabla

4). La Hipótesis 5 tampoco resultó significativa (Tabla 4), indicando que una actitud más favorable hacia el turismo no implica necesariamente una mejor actitud hacia este tipo de turismo.

Estos resultados indican que la actitud general hacia el turismo y la actitud hacia el turismo tradicional (en este caso de sol y playa) no son variables intercambiables, ya que los beneficios económicos poseen un efecto importante y significativo sobre la actitud general pero no significativo sobre el turismo tradicional. Se planteó la posibilidad de que algunas relaciones causales con niveles de significación insuficien-

te, en este primer análisis, en realidad pudieran ser importantes en otros modelos causales. Para ello se realizó un proceso de refinado del modelo causal en el que se eliminaban las variables con niveles de significación más bajos y se recalculaba el nuevo modelo, procediendo de esta forma hasta llegar a un modelo simplificado en el que todas las relaciones causales son significativas al nivel del 0,1 (Tabla 5). Con ello se buscaba determinar que variables explicativas no deben ser descartadas al plantear futuros modelos causales, ya que aún no está clara su importancia real en el modelo.

Tabla 5. Path coefficients de las relaciones causales conservadas.

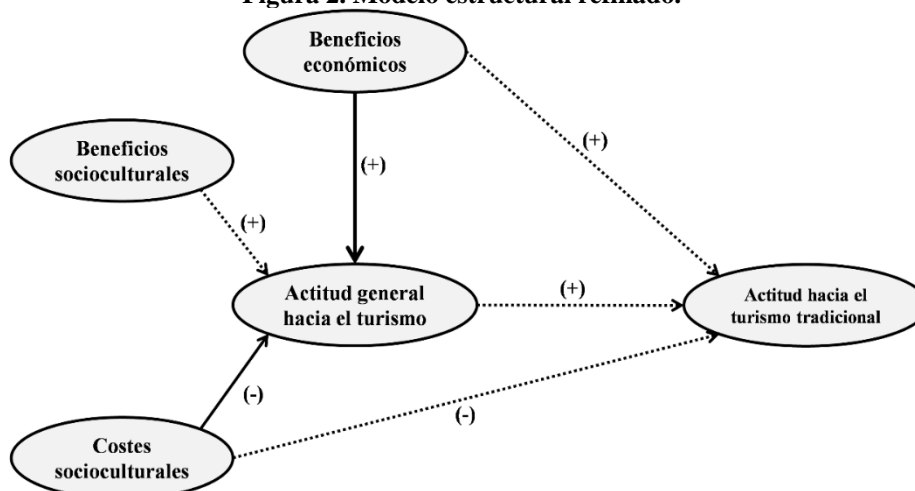
Relaciones Causales	Path coef-ficient	Error es-tándar	Estadístico T	P valor
Beneficios económicos → Actitud general.	0,407***	0,114	3,576	0,000
Beneficios socioculturales → Actitud general.	0,155*	0,095	1,628	0,052
Costes socioculturales → Actitud general.	-0,237**	0,097	2,435	0,007
Beneficios económicos → Tur. Tradicional.	0,159*	0,127	1,280	0,100
Costes socioculturales → Tur. Tradicional.	-0,196*	0,119	1,655	0,049
Actitud general → Tur. Tradicional.	0,179*	0,131	1,368	0,086

* p <0,1; ** p <0,01; *** p <0,001.
Fuente: Elaboración propia.

Este modelo reducido (Figura 2) indica que los beneficios económicos y socioculturales son importantes para la determinación de las actitudes generales, y los beneficios económicos también deben ser tenidos en cuenta para la actitud hacia el turismo de sol y playa. Los costes socioculturales son un impacto que afecta a las dos variables dependientes analizadas y la actitud

general afecta a la actitud hacia el turismo de sol y playa. En el caso de Punta del este, los impactos ambientales no tienen efectos significativos ni en el primer análisis ni en el refinado, pero habría que plantear si es una variable sin capacidad explicativa general o una circunstancia exclusiva de Maldonado-Punta del Este.

Figura 2. Modelo estructural refinado.



Fuente: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

Las principales variables explicativas de las actitudes hacia el turismo son los beneficios económicos y los cambios socioculturales negativos, destacando los beneficios económicos por su importancia y nivel de significación. Por lo tanto, cuanto mayor sea el impacto del beneficio económico para los residentes locales y cuanto menores sean los cambios sociales y culturales más positiva será la actitud de los residentes. Este resultado es lógico y repetido en la literatura académica. El turismo se desarrolla para mejorar las condiciones económicas de los residentes; sin embargo, los cambios sociales y culturales que genera es el factor más difícil de aceptar para la población nativa.

Por ello, puede recomendarse a los gestores de destinos turísticos que potencien los beneficios económicos que impactan directamente en los residentes, ello se traduce en priorizar el desarrollo endógeno del sector (caracterizado por trabajadores, empresarios e inversores locales), y reduzcan las consecuencias negativas del contacto entre turistas y residentes: tener en cuenta las capacidades de carga de la región y no sobrepasarlas; priorizar perfiles de turistas respetuosos con los lugares visitados o con culturas parecidas a la de los residentes. La desatención de estos aspectos negativos es lo que ha llevado al surgimiento de críticas hacia el turismo y reacciones adversas en algunos destinos, algo que ha venido en llamarse “turismofobia”.

También debe destacarse la importancia de la variable dependiente elegida para el modelo sobre los resultados del análisis causal. Preguntar por un tipo concreto de turismo o preguntar de forma genérica sobre el turismo puede cambiar enormemente las conclusiones. Pero es un resultado lógico, ya que el apoyo al turismo no implica un apoyo similar a cualquier tipo de turismo. En algunas ocasiones se habla del apoyo de la población a un elemento concreto, cuando

los datos hablan de un apoyo a una pregunta que hace referencia a un concepto genérico. Los datos de este artículo muestran que esa manipulación de la interpretación de la dependiente es una acción poco ética desde el punto de vista académico.

La principal implicación de este resultado en el campo de la investigación es que debe trabajarse en la creación de escalas de medición estandarizadas en el campo de las actitudes de los residentes, como sucede con SERVQUAL para la calidad del servicio. Estas escalas deben ser no excesivamente extensas y suficientemente consolidadas para que su uso sea generalizado y permita contrastar los modelos más rápidamente, al facilitar la comparabilidad de los resultados obtenidos en distintas regiones. Además, es necesaria una consolidación del modelo y las variables usadas, no es lo mismo usar una variable u otra como dependiente y seguramente tampoco lo sea plantear desglosar o no los beneficios y costes al realizar el análisis.

La principal limitación de este estudio es el hecho de trabajar con un destino concreto y ello puede influir de forma muy importante en los resultados, por eso se habla de relaciones causales que no se pueden descartar aún, en vez de relaciones causales confirmadas. En estudios futuros debe profundizarse en la verificación de estas relaciones causales, realizando comparativas entre destinos y perfiles demográficos distintos, ya que al analizar un destino concreto los resultados no son directamente generalizables a otras regiones y se necesitan múltiples verificaciones de los modelos causales antes de darlos por consolidados. Además, resultaría de gran interés realizar estudios cualitativos, basados en entrevistas a gestores turísticos, empresarios del sector y residentes en general, para comprender mejor los motivos y procesos mentales que llevan a los resultados expuestos en trabajos como este. Este análisis complementaría estudios cuantitativos como este, aportando matices a los modelos causales propuestos.

REFERENCIAS

Abedtalas, M., Tobrak, L. y Sercek, S. (2016), “The Factors of Residents’ Support for Sustainable Tourism Development”, *Journal of Economics and Behavioral Studies*, Vol. 8, nº 5, pp. 133-145.

Akis, S., Peristianis, N. y Warner, J. (1996), “Residents’ attitudes to tourism development: the case of Cyprus”, *Tourism Management*, Vol. 17, nº 7, pp. 481-494.

- Almeida, F., Balbuena, A. y Cortés, R. (2015), "Resident's attitudes towards the impacts of tourism", *Tourism Management Perspectives*, Vol. 13, pp. 33-40.
- Almeida, F., Peláez, M. A., Balbuena, A. y Cortés, R. (2016), "Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain)", *Tourism Management*, Vol. 54, pp. 259-274.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knoff, R. C. y Vogt, C. A. (2005), "Residents' perceptions of community tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, nº 4, pp. 1056-1076.
- Anderson, J. C. y Gerbing, D. W. (1988), "Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach", *Psychological Bulletin*, Vol. 103, pp. 411-423.
- Ayres, R. (2000), "Tourism as a passport to development in small states: Reflections on Cyprus", *International Journal of Social Economics*, Vol. 27, nº 2, pp. 114-133.
- Bagozzi, R. P. y Yi, Y. (1988), "On the evaluation of structural equation models", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 16, nº 2, pp. 74-94.
- Bayno, P. M. y Jani, D. (2018), "Residents' attitudes on the contribution of cultural tourism in Tanzania", *Journal of Tourism and Cultural Change*, Vol. 16, nº 1, pp. 41-56.
- Belisle, F. J. y Hoy, D. R. (1980), "The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa María, Colombia", *Annals of Tourism Research*, Vol. 7, nº 1, pp. 83-101.
- Besculides, A., Lee, M. y McCormick, P. (2002), "Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, nº 2, pp. 303-319.
- Brayley, R., Var, T. y Sheldon, P. (1990), "Perceived influence of tourism on social issues", *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, nº 2, pp. 285-289.
- Brida, J. G., Disegna, M. y Osti, L. (2014), "Residents' perceptions of tourism impacts and attitudes towards tourism policies", *Tourismos*, Vol. 9, nº 1, pp. 37-71.
- Bruner, E. (1996), "Tourism in Ghana: the representation of slavery and the return of the black diaspora", *American Anthropologist*, Vol. 98, nº 2, pp. 290-304.
- Bujosa, A. y Rosselló, J. (2007), "Modeling environmental attitudes toward tourism", *Tourism Management*, Vol. 28, nº 3, pp. 688-695.
- Byrd, E. T., Bosley, H. E. y Dronberger, M. G. (2009), "Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina", *Tourism Management*, Vol. 30, nº 5, pp. 693-703.
- Carmines, E. y Zeller, R. (1979), *Reliability and validity assessment*, N. 07-017, Sage University Paper Series on Quantitative Applications in the Social Sciences, Beverly Hills, CA, Sage.
- Chin, W. W. (1998), "Issues and opinions on structural equation modeling", *MIS Quarterly*, Vol. 22, nº 1, pp. 7-16.
- Cronbach, L. J. (1970), *Essentials of Psychological Testing*, 3rd ed, New York, NY, Harper & Row.
- Davis, D., Allen, J. y Cosenza, R. M. (1988), "Segmenting local residents by their attitudes, interests and opinions toward tourism", *Journal of Travel Research*, Vol. 27, nº 2, pp. 2-8.
- Davison, A. y Hinkley, D. (1997), *Bootstrap Methods and Their Application*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Del Chiappa, G. y Abbate, T. (2016), "Island cruise tourism development: A resident's perspective in the context of Italy", *Current Issues in Tourism*, Vol. 19, nº 13, pp. 1372-1385.
- Driver, B., Brown, P. y Peterson, G. (1991), *Benefits of Leisure*, State College, PA, Venture Publishing.
- Efron, B. y Tibshirani, R. J. (1993), *An Introduction to the Bootstrap*, New York, NY, Chapman Hall.
- Eusébio, C., Vieira, A. L. y Lima, S. (2018), "Place attachment, host-tourist interactions, and residents' attitudes towards tourism development: The case of Boa Vista Island in Cape Verde", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 26, nº 6, pp. 890-909.
- Faulkner, B. y Tideswell, C. A. (1997), "Framework for monitoring community impacts of tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 5, nº 1, pp. 3-28.
- Figuroa, B., E. y Rotarou, E. S. (2016), "Tourism as the development driver of Easter Island: The key role of resident perceptions", *Island Studies Journal*, Vol. 11, nº 1, pp. 245-264.
- Fredline, L., Deery, M. y Jago, L. (2013), "A longitudinal study of the impacts of an annual event on local residents", *Tourism Planning & Development*, Vol. 10, nº 4, pp. 416-432.
- Gursoy, D. y Rutherford, D. (2004), "Host attitudes toward tourism: An Improved Structural Model", *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, nº 3, pp. 495-516.

- Gursoy, D., Chi, C. G. y Dyer, P. (2010), "Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia", *Journal of Travel Research*, Vol. 49, nº 3, pp. 381-394.
- Gursoy, D., Jurowski, C. y Uysal, M. (2002), "Resident attitudes: a structural Modeling Approach", *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, nº 1, pp. 79-105.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C. y Sarstedt, M. (2014), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, Thousand Oaks, CA, Sage.
- Haralambopoulos, N. y Pizam, A. (1996), "Perceived impacts of tourism: the case of Samos", *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, nº 3, pp. 503-526.
- Henseler, J., Ringle, C. M. y Sinkovics, R. R. (2009), "The use of Partial Least Squares Path Modeling in international marketing", en Sinkovics, R. R. y Ghauri, P. N. (Ed.), *Advances in International Marketing*, Bingley, WA, Emerald, pp. 277-320.
- Hernández, F. A. L. y Mercader, S. S. T. (2015), "Perceived impact of tourism by the resident population in torrevieja: National versus non-national residents", *European Journal of Tourism Research*, Vol. 10, pp. 120-126.
- Hunt, C. y Stronza, A. (2014), "Stage-based tourism models and resident attitudes towards tourism in an emerging destination in the developing world", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 22, nº 2, pp. 279-298.
- Hunter, C. y Green, H. (1995), *Tourism and the Environment: A Sustainable relationship?*, London, Routledge.
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J. y Akis, S. (1994), "Residents' perceptions of tourism development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 21, nº 3, pp. 629-642.
- Jurowski, C., Uysal, M. y Williams, R. D. (1997), "A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism", *Journal of Travel Research*, Vol. 36, nº 2, pp. 3-11.
- Keogh, B. (1990a), "Resident and recreationists' perceptions and attitudes with respect to tourism development", *Journal of Applied Recreation Research*, Vol. 15, nº 2, pp. 71-83.
- Keogh, B. (1990b), "Public participation in community tourism planning", *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, nº 3, pp. 449-465.
- King, B., Pizam, A. y Milman, A. (1993), "Social impacts of tourism: Host perceptions", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, nº 4, pp. 650-665.
- Lankford, S. V. y Howard, D. R. (1994), "Developing a tourism impacts attitude scale", *Annals of Tourism Research*, Vol. 21, nº 1, pp. 121-139.
- Lindberg, K. y Johnson, R. L. (1997), "Modeling residents attitudes toward tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, nº 2, pp. 402-424.
- Liu, J. C. y Var, T. (1986), "Residents attitudes toward tourism impacts in Hawaii", *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, nº 2, pp. 193-214.
- Liu, J. C., Sheldon, P. J. y Var, T. (1987), "Residents perceptions of the environmental impacts of tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 14, nº 1, pp. 17-37.
- Long, P. T., Perdue, R.R. y Allen, L. (1990), "Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism", *Journal of Travel Research*, Vol. 28, nº 3, pp. 3-9.
- Madrigal, R. (1993), "A tale of tourism in two cities", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, nº 2, pp. 336-353.
- Mason, P. y Cheyne, J. (2000), "Resident's attitudes to proposed tourism development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, nº 2, pp. 391-411.
- McCartney, G. y In, W. L. W. (2016), "House of cards - An analysis of Macao's resident support for tourism and casino development", *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 16, nº 2, pp. 144-157.
- McIntosh, R. W. y Goeldner, C.R. (1990), *Tourism Principles, Practices, Philosophies*, New York, NY, Wiley.
- Milman, A. y Pizam, A. (1988), "Social impact of tourism on Central Florida", *Annals of Tourism Research*, Vol. 15, nº 2, pp. 191-204.
- Ministerio de Turismo (2017), *Anuario 2017: Estadísticas de Turismo*, Montevideo, Ministerio de Turismo. Sitio Web: <http://www.mintur.gub.uy/> [consultado el 10 de septiembre de 2018]
- Núñez, J. M., Fuentes, F. J. y Sánchez, S. M. (2014), "Actitudes del residente hacia el impacto del desarrollo turístico: Estudio empírico", *Revista Venezolana de Gerencia*, Vol. 19, nº 66, pp. 209-227.

- Nunkoo, R. y Gursoy, D. (2017), "Political trust and residents' support for alternative and mass tourism: An improved structural model", *Tourism Geographies*, Vol. 19, nº 3, pp. 318-339.
- Nunkoo, R. y Ramkissoon, H. (2012), "Power, trust, social exchange and community support", *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, nº 2, pp. 997-1023.
- Nunkoo, R. y So, K. K. F. (2016), "Residents' support for tourism: Testing alternative structural models", *Journal of Travel Research*, Vol. 55, nº 7, pp. 847-861.
- Nunnally, J. C. (1987), *Teoría Psicométrica*, México, Trillas.
- Ouyang, Z., Gursoy, D. y Sharma, B. (2017), "Role of trust, emotions and event attachment on residents' attitudes toward tourism", *Tourism Management*, Vol. 63, pp. 426-438.
- Özel, Ç. H. y 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, nº 3, pp. 284-300.
- Park, D., Nunkoo, R. y Yoon, Y. (2015), "Rural residents' attitudes to tourism and the moderating effects of social capital", *Tourism Geographies*, Vol. 17, nº 1, pp. 112-133.
- Perdue, R. R., Long, P. T. y Allen, L. (1987), "Rural resident tourism perceptions and attitudes", *Annals of Tourism Research*, Vol. 14, nº 3, pp. 420-429.
- Perdue, R. R., Long, P. T. y Allen, L. (1990), "Resident support for tourism development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, nº 4, pp. 586-599.
- Prentice, R. (1993), "Community-driven tourism planning and residents' preferences", *Tourism Management*, Vol. 14, nº 3, pp. 218-227.
- Ramón, J., Álvarez, D. y Sánchez, M. D. (2018), "Principales causantes de la actitud de los residentes: Comparativa entre dos destinos de playa", *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, Vol. 47, pp. 37-48.
- Rasoolimanesh, S. M. y Jaafar, M. (2016), "Residents' perception toward tourism development: A pre-development perspective", *Journal of Place Management and Development*, Vol. 9, nº 1, pp. 91-104.
- Ribeiro, M. A., Pinto, P., Silva, J. A. y Woosnam, K. M. (2017), "Residents' attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: The case of developing island countries", *Tourism Management*, Vol. 61, pp. 523-537.
- Ringle, C. M., Wende, S. y Will, S. (2005), *SmartPLS 2.0 (Beta)*, Hamburg, SmartPLS.
- Ritchie, B. W. y Inkari, M. (2006), "Host community attitudes toward tourism and cultural tourism development: The case of the Lewes District, Southern England", *International Journal of Tourism Research*, Vol. 8, nº 1, pp. 27-44.
- Ritchie, J. R. B. (1988), "Consensus policy formulation in tourism: Measuring resident views via survey research", *Tourism Management*, Vol. 9, nº 3, pp. 199-212.
- Sánchez, M. D. y Ramón, J. (2016), "Impacto de las actitudes de los residentes sobre el grado de aceptación del turismo de playa, el turismo de deportes, el turismo de naturaleza y el turismo cultural", *Podium: Sport, Leisure and Tourism Review*, Vol. 5, nº 2, pp. 56-75.
- Sharpley, R. (2014), "Host perceptions of tourism: A review of the research", *Tourism Management*, Vol. 42, pp. 37-49.
- Stylidis, D. y Terzidou, M. (2014), "Tourism and the economic crisis in Kavala, Greece", *Annals of Tourism Research*, Vol. 44, pp. 210-226.
- Teye, V., Sirakaya, E. y Sönmez, S. F. (2002), "Resident's attitudes toward tourism development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, nº 3, pp. 668-688.
- Tovar, C. y Lockwood, M. (2008), "Social impacts of tourism: An Australian regional case study", *International Journal of Tourism Research*, Vol. 10, nº 4, pp. 365-378.
- Tyrrell, T. J. y Spaulding, P. (1984), "A survey of attitudes toward tourism growth in Rhode Island", *Hospitality Education and Research Journal*, Vol. 8, nº 2, pp. 22-23.
- Um, S. y Crompton, J. L. (1987), "Measuring resident's attachment levels in a host community", *Journal of Travel Research*, Vol. 26, nº 1, pp. 27-29.
- Var, T., Kendall, K. W. y Tarakcoglu, E. (1985), "Residents attitudes toward tourists in a Turkish resort town", *Annals of Tourism Research*, Vol. 12, nº 4, pp. 652-658.
- Vargas, A., Plaza, M. A. y Porras, N. (2009), "Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community", *Journal of Travel Research*, Vol. 47, nº 3, pp. 373-387.
- Woosnam, K. M. y Erul, E. (2017), "Residents' perceived impacts of all-inclusive

resorts in Antalya”, *Tourism Planning and Development*, Vol. 14, nº 1, pp. 65-86.

Woosnam, K. M., Draper, J., Jiang, J. K., Aleshinloye, K. D. y Erul, E. (2018), “Applying self-perception theory to explain residents’ attitudes about tourism development through

travel histories”, *Tourism Management*, Vol. 64, pp. 357-368.

Zhang, J., Inbakaran, R. y Jackson, M. (2006), “Understanding community attitudes towards tourism and host-guest interaction in the urban-rural border region”, *Tourism Geographies*, Vol. 8, nº 2, pp. 182-204.

ANEXO I

ENCUESTA SOBRE LAS ACTITUDES DE LOS RESIDENTES



Universitat
de les Illes Balears



En el Centro de Investigación de Marketing y Turismo (Universidad Católica del Uruguay), la Universidad de las Islas Baleares (España) y la Universidade da Coruña (España) están realizando un estudio para conocer las percepciones y actitudes de los residentes de Maldonado y Punta del Este. El cuestionario está pensado para ser contestado totalmente en un tiempo aproximado de 10 a 15 minutos.

Por favor, lea atentamente las escalas del cuestionario antes de empezar a contestar

		Total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total acuerdo			Total desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Total acuerdo
1.	La situación actual de la economía local es satisfactoria.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	26.	El turismo favorece el conocer gente de otros departamentos del país y de otros países.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Las oportunidades de empleo en la localidad son altas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	27.	El turismo incentiva la protección de espacios naturales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Usted considera que los jóvenes deben abandonar la localidad para encontrar empleo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	28.	El turismo convierte los recursos naturales en una fuente de ingresos para los residentes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Hay un alto bienestar económico de la población local.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	29.	El turismo es menos contaminante que otras actividades económicas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Es preocupante la situación económica local en la actualidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	30.	El turismo fomenta el respeto por el medioambiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	El turismo es primordial para la economía local.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	31.	El turismo ha hecho que suban los precios y el costo de la vida.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	La protección del medioambiente es más importante que el beneficio económico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	32.	El turismo ha provocado un incremento del costo de la vivienda y de los terrenos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	La prioridad en los nuevos proyectos debe ser la preservación del medioambiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	33.	El turismo genera puestos de trabajo con salarios bajos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	El medioambiente no puede resistir los impactos generados por la sociedad moderna.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	34.	El turismo ha provocado un aumento en las tasas e impuestos locales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Las infraestructuras causan impactos negativos en el medioambiente difíciles de remediar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	35.	El turismo ha aumentado los niveles de inseguridad ciudadana.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Estoy muy preocupado por la conservación del medioambiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	36.	El turismo ha aumentado los problemas de prostitución y drogas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.	El turismo genera muchas oportunidades de trabajo para los residentes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	37.	El turismo ha incrementado la congestión del tráfico en la localidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.	El turismo genera numerosas oportunidades de negocio para residentes y pequeñas empresas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	38.	Los turistas colapsan los servicios públicos (policía, salud, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	El turismo genera mayores oportunidades de inversión en la localidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	39.	El turismo ha incrementado las molestias a los residentes (ruidos, olores, humos, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.	El turismo genera mayores ingresos para la Intendencia y organismos locales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	40.	El turismo dificulta el disfrute de los espacios públicos, al masificarlos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.	El turismo permite un importante aumento de los niveles de ingresos de los residentes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	41.	El turismo ha causado que los residentes se sientan extraños en su propia localidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.	Gracias al turismo los residentes tienen una mejor y más variada oferta de ocio y entretenimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	42.	El turismo ha generado un efecto negativo en la cultura local.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.	Gracias al turismo los servicios básicos (agua, luz, basuras, etc.) son mejores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	43.	Los residentes han cambiado su forma de vida al imitar a los turistas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.	Gracias al turismo hay mejores servicios públicos (salud, educación, seguridad, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	44.	El turismo ha generado conflictos entre visitantes y residentes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.	El turismo fomenta la restauración y conservación de patrimonios históricos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	45.	El turismo causa graves problemas de contaminación medioambiental.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.	El turismo mejora la calidad de las infraestructuras y obras públicas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	46.	El turismo provoca la pérdida de ecosistemas locales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.	El turismo favorece la conservación de la cultura local.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	47.	El turismo consume recursos naturales en exceso (agua, etc.).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.	El turismo potencia la conservación de las tradiciones locales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	48.	El turismo ha contribuido a la degradación del entorno natural de la localidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.	El turismo favorece la comprensión de culturas diferentes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	49.	El turismo ha provocado la saturación de algunos espacios naturales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.	El turismo potencia la identidad cultural de los ciudadanos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	50.	El desarrollo turístico ha sido muy beneficioso para la localidad y sus habitantes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>