

ACTITUDES DE LOS RESIDENTES HACIA LOS IMPACTOS DEL TURISMO:

EL CASO DE MÁLAGA CAPITAL COMO
DESTINO TURÍSTICO CULTURAL.

Tesis doctoral



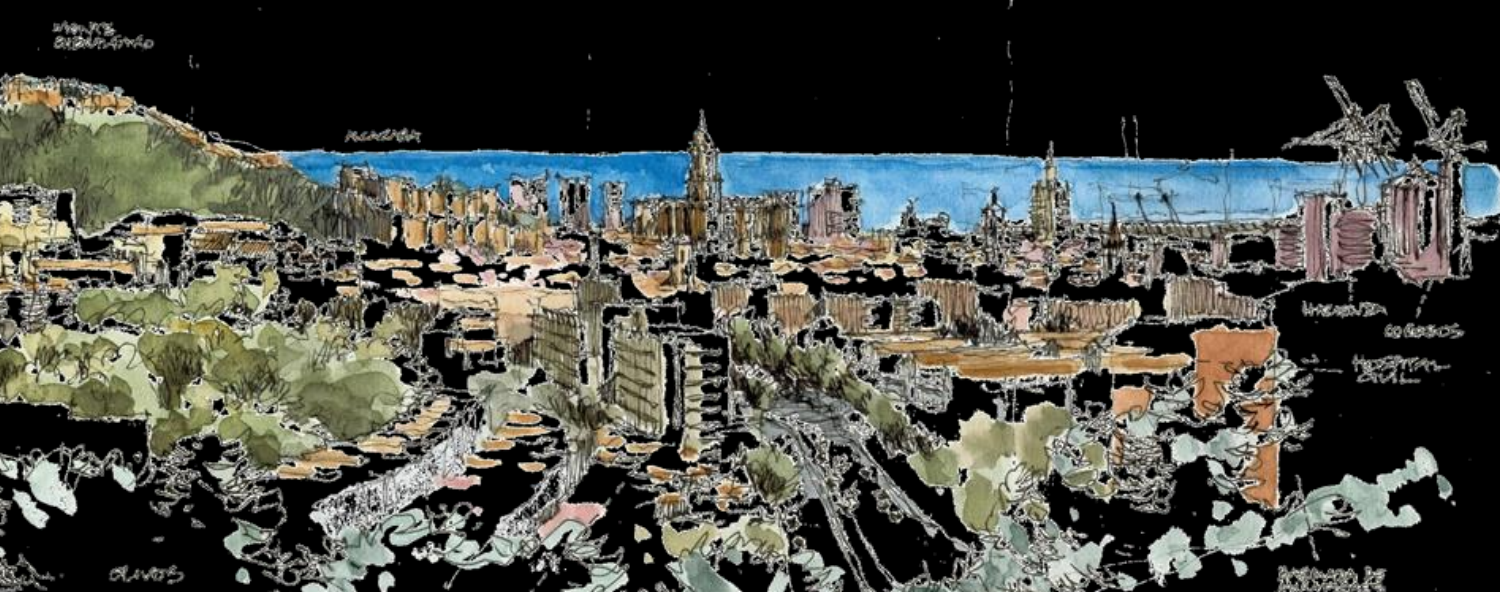
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

Departamento de Economía y
Administración de Empresa

2016

Francisco Javier Muñoz González





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

AUTOR: Francisco Javier Muñoz González

 <http://orcid.org/0000-0001-8672-6862>

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/legalcode>

Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización
pero con el reconocimiento y atribución de los autores.

No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer
obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de
Málaga (RIUMA): riuma.uma.es





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

ACTITUDES DE LOS RESIDENTES HACIA LOS IMPACTOS DEL TURISMO:

EL CASO DE MÁLAGA CAPITAL COMO
DESTINO TURÍSTICO CULTURAL.

Tesis doctoral



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

Departamento de Economía y
Administración de Empresa

Málaga, 2016

Doctorando: D. FRANCISCO JAVIER MUÑOZ GONZÁLEZ

Directoras: Dra. EVA MARÍA GONZÁLEZ ROBLES y Dra. FRANCISCA PARRA GUERRERO





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



Departamento de Economía y
Administración de Empresas

EVA MARÍA GONZÁLEZ ROBLES Y FRANCISCA PARRA GUERRERO profesoras del
Departamento de Economía y Administración de Empresas de la Universidad de Málaga

INFORMAN:

Que D. FRANCISCO JAVIER MUÑOZ GONZÁLEZ, licenciado en Ciencias Económicas y
Empresariales, ha realizado en el Departamento de Economía y Administración de Empresas
de la Universidad de Málaga, bajo nuestra dirección, el trabajo de investigación
correspondiente a su tesis doctoral titulada:

***"Actitudes de los residentes hacia los impactos del turismo: El caso de Málaga capital
como destino turístico cultural"***

Revisado el presente trabajo estimamos puede ser presentado para su lectura y defensa al
Tribunal que ha de juzgarlo.

En Málaga a 10 de noviembre de 2015

Eva M. González Robles

Francisca Parra Guerrero



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

*A la mujer de mi vida, Eva, el faro que ilumina mis noches sin luna;
y a mi hija Marina, la poesía más linda que susurra mis oídos.*

A mi familia, por todo y por tanto.





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Agradecimientos

Difícil expresar, en estas breves líneas, el agradecimiento que siento a todas las personas que han hecho posible, de una u otra forma, que hoy esté escribiendo este texto y haya conseguido llevar a buen puerto esta tesis doctoral.

*A mis padres, por haberse esforzado en proporcionarme una buena educación y por sus lecciones de vida.
Por sus sacrificios, por sus desvelos, por sus consejos y aliento, por todo el apoyo que siempre me han ofrecido, por todo su amor...*

A la Dra. Eva M^a González, por su inestimable apoyo y ayuda en la dirección y elaboración de esta tesis, por todos esos maravillosos momentos que me ha regalado, por ser el gran amor de mi vida...

A la Dra. Francisca Parra por todo su apoyo, sus sabios consejos, su comprensión y ayuda desinteresada que me ha brindado a lo largo de estos años.

A todas las personas que han participado, directa o indirectamente, en esta tesis y que con su inestimable aportación la han hecho posible.

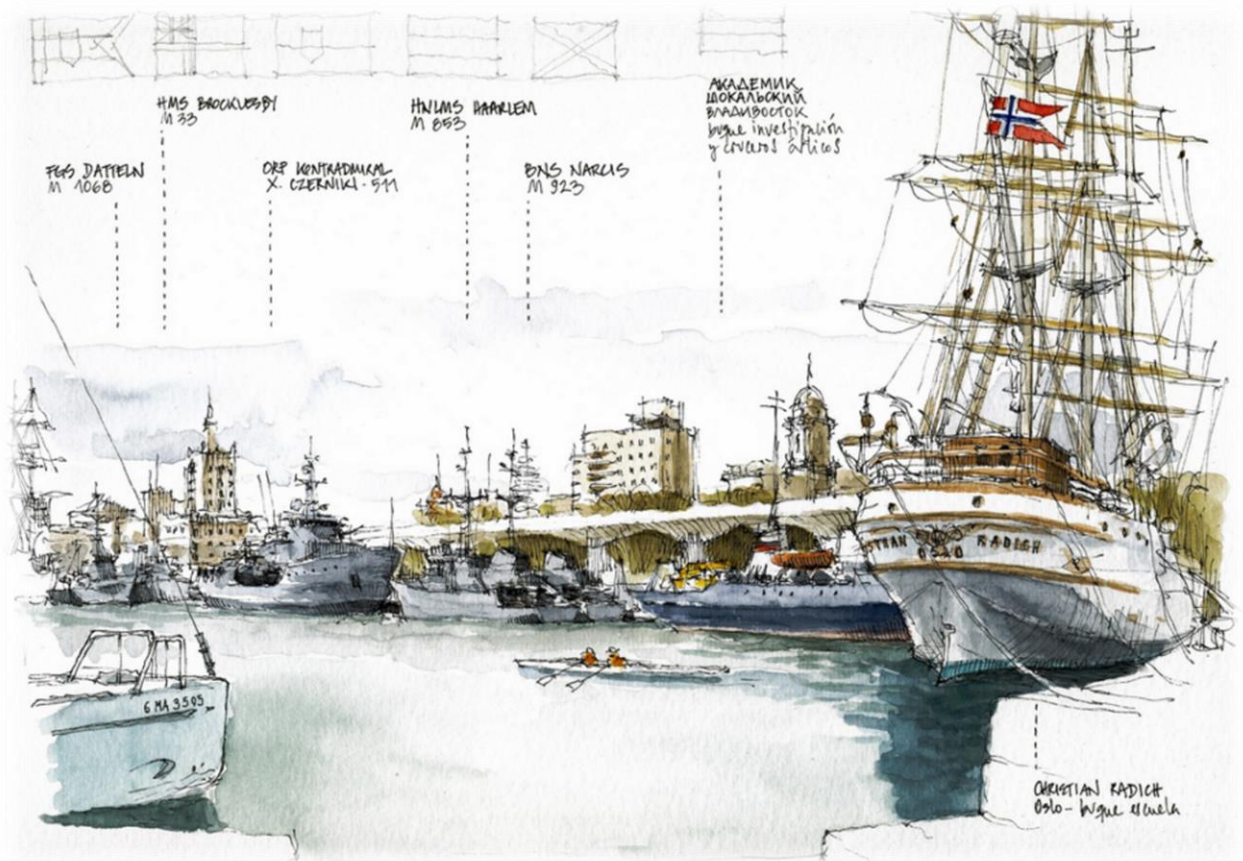
A todos aquellos que, a lo largo de mi vida, me han ayudado sin esperar nada a cambio.

A todos GRACIAS



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Parafraseando a Wiston Churchill, escribir una tesis es una aventura. Al principio, es un juguete y una diversión. Después, un amante, luego un dueño y más tarde un tirano. En la fase final, cuando estás a punto de aceptar esa esclavitud, matas al monstruo y lo lanzas al público.



Ilustraciones de la tesis cedida por Luis Ruiz Padrón

Gracias por la generosidad de compartir tu arte

ÍNDICE

Contenido

ÍNDICE.....	14
Capítulo 1: INTRODUCCIÓN	19
1.1. Justificación del estudio	19
1.2. Objetivos de la investigación.....	33
1.3. Metodología de la investigación	36
1.4. Estructura del trabajo de investigación	37
Capítulo 2: MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
2.1. Las actitudes.....	43
2.1.1. ¿Percepción o actitud?.....	43
2.1.2. Definición de actitud.....	45
2.1.3. Representación de las actitudes	50
2.1.4. Teorías explicativas de la actitud	57
2.2. Actitud de los residentes hacia los impactos del turismo	68
2.2.1. Introducción	68
2.2.2. El estudio de la actitud de los residentes hacia los impactos del turismo ...	68
2.2.3. Teorías aplicadas al estudio de las actitudes de los residentes hacia los impactos del turismo	72
2.2.4. La teoría del intercambio social en el estudio de las actitudes de los residentes hacia el turismo.....	78
2.3. Los impactos del turismo.....	84
2.3.1. Introducción	84
2.3.2. Visión General de los Impactos del Turismo.....	85
2.3.3. Predictores de la Actitud hacia el Turismo.....	91

Capítulo 3: OBJETIVOS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	103
3.1. Objetivos de la investigación	103
3.1.1. Objetivos teóricos.....	104
3.1.2. Objetivos empíricos e hipótesis de la investigación.....	107
3.2. Diseño de la investigación.....	108
3.2.1. Diseño del cuestionario	109
3.2.2. Trabajo de campo y ficha técnica del estudio	114
3.3. Análisis descriptivo de la muestra.....	115
3.4. Metodología de la investigación y su justificación.....	125
3.4.1. Objetivos de la metodología utilizada.....	128
3.4.2. Relaciones entre variables y modelos de medida	129
3.4.3 Selección de la metodología.....	134
Capítulo 4: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	141
4.1. Introducción.....	141
4.2. Estimación del modelo de medida	142
4.2.1. Validación de los índices formativos.....	143
4.2.2. Validación de los índices reflectivos	148
4.3. Análisis y evaluación del modelo estructural	154
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	169
5.1. Conclusiones de la investigación	169
5.1.1. Conclusiones teóricas:.....	170
5.1.2. Conclusiones empíricas:.....	174
5.2. Limitaciones de la investigación	179
5.3. Futuras líneas de investigación	180
BIBLIOGRAFÍA.....	183
ANEXO	225



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

CAPÍTULO 1

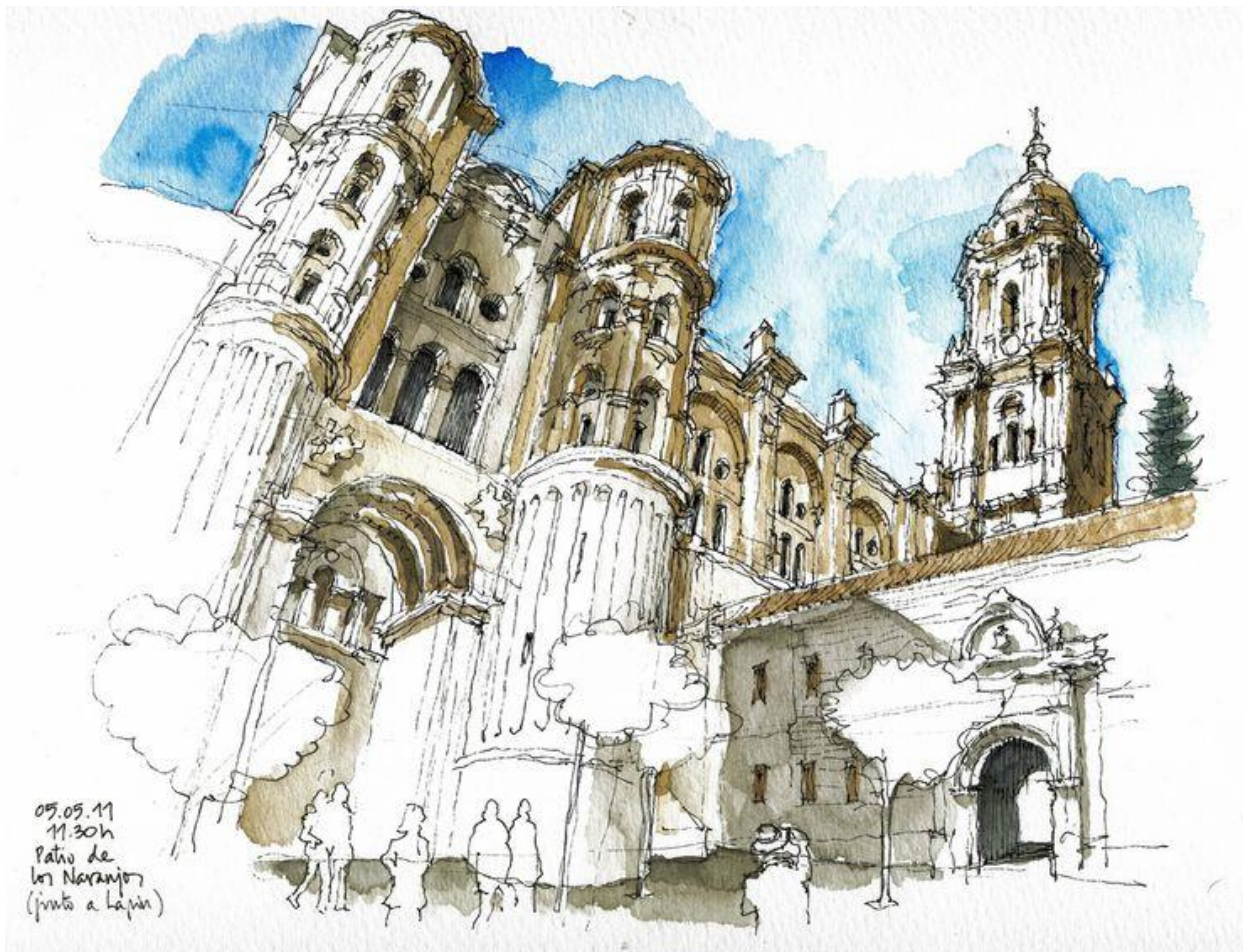
INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación del estudio

1.2. Objetivos de la investigación

1.3. Metodología de la investigación

1.4. Estructura del trabajo de investigación



Capítulo 1: INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación del estudio

La importancia del turismo a nivel mundial como propulsor clave del progreso socioeconómico es cada vez más evidente y notoria. El desarrollo y su continuo crecimiento durante las últimas décadas lo han convertido por méritos propios, en uno de los sectores económicos claves en la economía mundial, convirtiéndose en uno de los actores principales del comercio internacional.

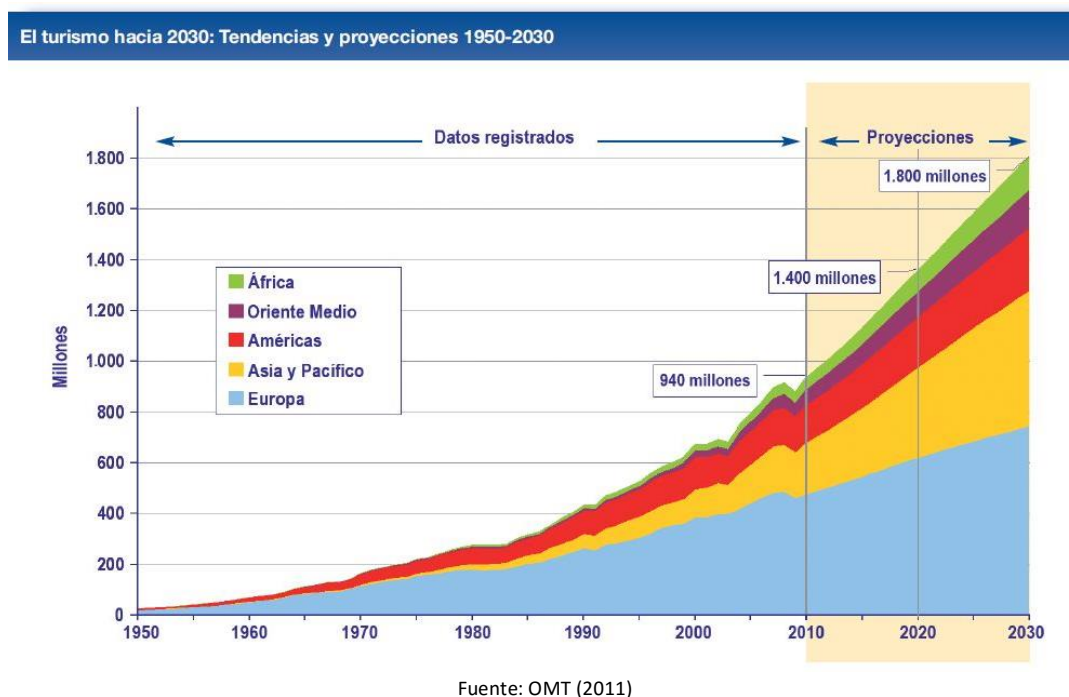
Su contribución al desarrollo económico y social, su impacto en la creación de puestos de trabajo, el desarrollo de infraestructuras y la mejora del bienestar de los diferentes países ha sido contrastada por numerosos estudios.

Durante los últimos 60 años el turismo ha experimentado, a nivel mundial, una continua expansión y diversificación, siendo actualmente uno de los sectores económicos con mayor potencial y que crece a tasas más elevadas. No obstante, su rápido crecimiento ha ido asociado a un aumento en la complejidad de los mercados y la competitividad de los mismos. Su contribución al bienestar económico depende de muchas variables, por lo que posicionarse de forma adecuada y sostenible es clave para poder recoger los efectos positivos del mismo.

Una breve aproximación a algunas de las principales magnitudes del turismo, nos muestran su importancia dentro de la economía mundial. Así podemos ver como las llegadas de turistas, a escala mundial, han pasado de los 25 millones del año 1950, a 278 millones en 1980, 527 millones en 1995 y llegando a los 1.133 millones en el 2014. En la misma línea han crecido los ingresos derivados del turismo, pasando de los 2.000 millones de dólares de los EE.UU. en 1950 a los más de 1.425.000 millones en 2014 (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2015a). Las perspectivas de

crecimiento se mantienen, como así lo demuestran las previsiones de la OMT incluidas en su estudio *Tourism Towards 2030*, donde predicen un crecimiento anual del 3,3% entre 2010 y 2030, llegando a alcanzar la cifra de 1.800 millones las llegadas de turistas internacionales a escala mundial en el año 2030 (OMT, 2011).

Gráfico 1.1: Evolución de llegadas de turistas internacionales



Por otro lado su impacto en el PIB mundial (aproximadamente el 10%), en el mercado de trabajo (absorbe uno de cada 11 empleos), comercio internacional (6% del comercio internacional), así como su importancia en las exportaciones (30% de las exportaciones de servicios) queda más que contrastada en el gráfico 1.2, lo que nos da una idea del tamaño e importancia de este sector dentro de la economía mundial.

Gráfico 1.2: La importancia del turismo a nivel mundial



Fuente: OMT (2015a)

España es una de las potencias mundiales en este sector, situándose como segundo país del mundo por ingresos derivados del turismo y ocupando el tercer lugar mundial en cuanto a llegada de turistas internacionales (OMT, 2015a), superando las 65 millones de llegadas de turistas internacionales en el año 2014, como podemos observar en la tabla 1.1; y superando los 65 mil millones de dólares EE.UU. en el 2014 (tabla 1.2).

La importancia del turismo como fuente de riqueza y empleo en España está más que contrastada, representando el 11% del PIB nacional y 12% del empleo directos, generando un fuerte impacto positivo en la balanza de pagos por cuenta corriente (gráfico 1.3).

Tabla 1.1: Llegada de turistas internacionales

Llegadas de turistas internacionales					
Rango	Series ¹	Millones		Variación (%)	
		2013	2014*	13/12	14*/13
1 Francia	TF	83,6	83,7	2,0	0,1
2 Estados Unidos	TF	70,0	74,8	5,0	6,8
3 España	TF	60,7	65,0	5,6	7,1
4 China	TF	55,7	55,6	-3,5	-0,1
5 Italia	TF	47,7	48,6	2,9	1,8
6 Turquía	TF	37,8	39,8	5,9	5,3
7 Alemania	TCE	31,5	33,0	3,7	4,6
8 Reino Unido	TF	31,1	32,6	6,1	5,0
9 Federación de Rusia	TF	28,4	29,8	10,2	5,3
10 México	TF	24,2	29,1	3,2	20,5

Fuente: OMT (2015a)

Tabla 1.2: Ingresos por turismo internacional

Ingresos por turismo internacional						
Rango	\$EEUU				Monedas locales	
	Miles de millones		Variación (%)		Variación (%)	
	2013	2014*	13/12	14*/13	13/12	14*/13
1 Estados Unidos	172,9	177,2	7,0	2,5	7,0	2,5
2 España	62,6	65,2	7,6	4,2	4,1	4,2
3 China	51,7	56,9	3,3	10,2	1,4	9,2
4 Francia	56,7	55,4	5,6	-2,3	2,1	-2,3
5 Macao (China)	51,8	50,8	18,1	-1,9	18,1	-1,9
6 Italia	43,9	45,5	6,6	3,7	3,1	3,7
7 Reino Unido	41,0	45,3	12,1	10,3	13,2	4,8
8 Alemania	41,3	43,3	8,2	5,0	4,7	4,9
9 Tailandia	41,8	38,4	23,4	-8,0	22,1	-2,7
10 Hong Kong (China)	38,9	38,4	17,7	-1,4	17,7	-1,5

Fuente: OMT (2015a)

Gráfico 1.3: Comparativa de la contribución del turismo a la economía mundial y española



Fuente: Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2015)

El modelo turístico español comenzó su gran desarrollo en los años 60 del siglo pasado, basándose en lo que conocemos como un turismo de “sol y playa”, en los que ofrecía un buen clima y unos precios baratos en relación a otros competidores. El boom del turismo y su posterior desarrollo hizo que en los años 80, debido a la subida de precios, comenzaran a aparecer otros destinos más competitivos en precios (Grecia, Turquía, Egipto, Túnez o Marruecos).

Esto comenzó a provocar un cambio de modelo, en el que se apuesta por un incremento de la calidad y los atractivos que ofrecería el destino turístico y no sólo competir por precios. A partir de estos años muchas han sido las mejoras y los retos que se han afrontado en el desarrollo del sector turístico en España, destacando

distintas áreas de actuación: competitividad, destinos, ofertas y productos, y por último modelos de gestión y recursos humanos.

Se trata de un sector en el que se han realizado importantes inversiones para su desarrollo, destacando sobre todo, las inversiones en la mejora y creación de infraestructuras, especialmente de transporte, lo que ha conseguido mitigar en parte la pérdida de competitividad por la subida de precios respecto a otros países competidores. Eso ha posibilitado reforzar las ventajas competitivas de España, tales como: cercanía a los principales mercados emisores europeos, seguridad y estabilidad del entorno de la Unión Europea y del euro, mejora de las infraestructuras de transporte, dinamismo de las empresas del sector turístico y calidad de vida del entorno europeo.

Sin embargo, el desarrollo del turismo además de los impactos económicos y el fuerte desarrollo del sector terciario vinculado al mismo, lleva aparejado una serie de repercusiones e impactos sociales, culturales, demográficos y medioambientales. Así podríamos destacar entre otros la concentración del turismo en zonas del litoral y archipiélagos, el incremento en el consumo de los recursos y energía, el incremento de los residuos generados, su impacto sobre las infraestructuras y congestión de las mismas, ocupación del suelo e incremento de los precios en determinadas zonas, incremento de la contaminación, impactos sobre la sostenibilidad (hoteles en primera línea de playa, macro complejos turísticos, campos de golf en zonas con balances hídricos negativos, ...), cambios en las pirámides demográficas, incremento de la construcción y urbanización de las zonas receptoras, entre otros, lo que conlleva, en numerosas ocasiones, a un excesivo uso de los recursos existentes y al desbordamiento de las localidades receptoras.

Por todo ello, es obvio que el sector turístico tiene que evolucionar y desarrollarse de forma que combine sus beneficios económicos y sociales, mitigando sus impactos negativos. Como se señala en el Plan del Turismo Español Horizonte 2020 (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2007), "es evidente que el turismo es un pilar en la evolución de la economía y sociedad española, que precisa renovar sus pautas de crecimiento para asegurar y maximizar su contribución al bienestar

social, liderando la nueva era del turismo, marcada por el cambio tecnológico, la responsabilidad medioambiental y las demandas de la nueva sociedad”.

En el caso concreto de la Costa del Sol, la importancia del turismo en la economía es todavía mayor, siendo el gran motor del desarrollo económico durante las últimas décadas en la provincia malagueña. La promoción de Málaga como destino turístico comienza a principios del siglo XX, siendo en 1929 cuando aparece la primera mención a la “Costa del Sol” en un folleto turístico con motivo de las exposiciones mundiales de Sevilla y Barcelona. Su cercanía a Gibraltar permitió que la descubrieran numerosos ingleses, aunque no es hasta después de la II Guerra Mundial cuando comienza la construcción de nuevas edificaciones pensadas para el desarrollo del turismo. Uno de las edificaciones más emblemáticas de la época es la construcción del Marbella Club en 1953, que logra atraer a la aristocracia europea del momento y propicia el auge y posicionamiento de Marbella y de la Costa del Sol en el panorama europeo. Posteriormente, la construcción del hotel Pez Espada en Torremolinos, supone otro hito en el desarrollo turístico de la Costa del Sol e inicia el despegue del turismo de masas buscando sol y playa. A partir de los años 60 se produce un boom del desarrollo turístico de la Costa del Sol basado en un turismo de masas controlado por los grandes turoperadores europeos.

Este desarrollo se fundamenta en varios pilares básicos, tales como los condicionamientos naturales (basados en las condiciones climáticas y la existencia de playas), el bajo grado de desarrollo económico-social (que proporciona mano de obra barata, bajo nivel de industrialización y bajo nivel de precios), una agricultura de bajo rendimiento (que propició el trasvase de terrenos de una a otra actividad), mejora de las infraestructuras (destacando la ampliación del aeropuerto en 1961 y mejora de las carreteras, en especial la N340), la estructura de la propiedad existente, ruptura con el modelo económico existente con anterioridad, razones de Estado (posibilita apertura al exterior), cambio en las situaciones de los países emisores (mejora económica y mejora de las condiciones laborales ampliando los períodos de vacaciones), y la excelente coyuntura política y económica internacional (que facilita inversiones a países en vías de desarrollo). Todo ello propicia un gran desarrollo turístico de la Costa del Sol que abandera el crecimiento del sector. A los dos primeros

municipios que lideraron el desarrollo, Marbella y Torremolinos, le siguen Fuengirola y Benalmádena Costa. Los alojamientos para-hoteleros pasan de 28 establecimientos en 1959 a los 210 en 1975, lo que representa un incremento de un 650% en 16 años o dicho de otra forma un 40,6% de crecimiento anual. Igualmente este crecimiento lleva aparejado un incremento en nuevas formas de hospedaje, creciendo espectacularmente el uso de casas o apartamentos alquilados o comprados con fines turísticos (Navarro, 2003).

La crisis de los años 70 originada por el alza en los precios energéticos, la falta de un verdadero modelo de planificación turística y la coincidencia con los cambios políticos en España tienen un fuerte impacto sobre la fragilidad del modelo turístico existente, y provoca una reflexión sobre la redefinición del modelo de desarrollo turístico futuro. Mientras tanto la construcción de viviendas se ralentiza aunque sigue su crecimiento (55.654 viviendas de 1970 a 1981), estimándose la capacidad de alojamiento entre 360.000 y 460.000 personas/día (Navarro, 2003).

A partir de los años 80 se extiende la actividad turística a otros municipios de la comarca y se produce una redefinición del modelo en los que estratégicamente se busca reducir la estacionalidad, se buscan nuevos mercados, se crean ofertas complementarias y aparecen nuevas formas de comercialización. Sin embargo, contrasta el estancamiento de la oferta hotelera clásica y la poca inversión en reformas con el continuado crecimiento en viviendas, excesivo en numerosos municipios que no habían participado en las primeras fases de desarrollo. “El rasgo más importante e influyente de la década de los ochenta y que posteriormente fue una de las causas de la agudización de la crisis fue la ingente inversión inmobiliaria auspiciada por la relativa bonanza económica de la economía española con ocasión de la entrada en la C.E.E. de entonces y el bajo precio del suelo y la propiedad inmobiliaria” (Granados, 1997).

La crisis mundial de principios de los noventa tuvo un importante impacto en la actividad turística y puso de relieve todas las debilidades del modelo turístico existente en la Costa del Sol. A partir de entonces, se establecen una serie de estrategias para adaptarse a los nuevos cambios sociales: reconocer la importancia del capital humano y su influencia en la calidad del destino, transformación tecnológica, incremento de la calidad de la planta hotelera (con un enfoque a hoteles de 4 y 5 estrellas en detrimento

de los de 2 y 3 estrellas), reconocimiento de la importancia de los aspectos medioambientales, planificación de los destinos y se generaliza la denominada oferta complementaria. Mientras tanto, el negocio inmobiliario sigue su auge en esta etapa y se extiende a los municipios más alejados y a los limítrofes con Marbella hacia el interior. La capacidad de alojamiento se duplica respecto a 1981 pasando a unas 830.000-1.000.000 personas/día a finales de siglo XX (Navarro, 2003).

A partir del siglo XXI, se sigue con la expansión producida desde 1995 y la expansión del turismo residencial, con un elevado componente de especulación inmobiliaria, sobre todo en las zonas costeras que provocan numerosos excesos hasta la crisis que se inicia en el 2008. Hasta entonces, entre el año 2000 y el 2007 la evolución del número de turistas sigue en constante aumento, y se produce una caída en 2008 y 2009 para posteriormente recuperar la tendencia alcista a partir de 2010 hasta la actualidad.

Durante estos años, se produce una mejora significativa en las infraestructuras, con la mejora de la red de carreteras, la ampliación del aeropuerto y la puesta en marcha del Tren de Alta Velocidad (AVE) en Málaga en el 2008. Igualmente la llegada de turistas por vía marítima se eleva de forma notable con el incremento de los cruceros, pasando de 168.803 turistas en el año 2002 a 659.123 en el 2010, año récord y que posteriormente se ha reducido hasta los poco más de cuatrocientos mil en el 2014 (Autoridad Portuaria de Málaga, 2015).

Se ha seguido profundizando en el cambio cualitativo de la oferta iniciado en el siglo anterior, buscando ampliar el producto de sol y playa con otros complementarios tales como turismo deportivo, cultural, de congresos, de incentivos, residencial, rural, etc., se prosigue en la profesionalización del sector y se desarrollan planes estratégicos que acompañan mejores instrumentos para su análisis y se apuesta por la mejora de la competitividad del destino.

Por todo ello la importancia del turismo en la economía en Málaga es más que evidente, siendo el primer sector generador de empleo y riqueza de la provincia, alcanzado una media superior a los 95.000 trabajadores afiliados al sector turístico durante 2015, lo que representa más del 17% de la población ocupada en la provincia.

La Costa del Sol se ha convertido en un destino capaz de atraer a más de 10 millones de turistas al año y por primera vez en la historia se han superado los 3.000 establecimientos turísticos reglados, lo que nos da una idea de la importancia del sector en la economía de la provincia (Turismo y Planificación Costa del Sol, 2015c).

La ciudad de Málaga no ha permanecido ajena a este desarrollo, y no podemos olvidar que Torremolinos pertenecía a Málaga hasta su secesión en 1988. La mejora y desarrollo de las infraestructuras, en especial el aeropuerto (aunque sin minusvalorar el resto), han propiciado el desarrollo turístico de toda la provincia y han tenido un efecto positivo en la economía de la capital malagueña. Sin embargo, la capital ha sido tradicionalmente vista en un segundo plano debido a la fortaleza y empuje de las poblaciones costeras, en especial de la Costa Occidental. No obstante, no es hasta la entrada del nuevo siglo y la apertura del Museo Picasso en 2003, cuando Málaga comienza a dar decididos pasos para transformarse en un destino del turismo cultural.

En las economías de los países desarrollados, en las que una de las características generales es el predominio del sector terciario, las actividades relacionadas con el ocio y la cultura adquieren cada vez mayor importancia, incrementándose su demanda por parte de los ciudadanos, lo que lo ha convertido en un sector de innegable atractivo y potencial. El ayuntamiento de Málaga con el apoyo de otras instituciones públicas y privadas, han apostado decididamente, desde principios de este siglo, por posicionar y convertir a la ciudad de Málaga en un importante destino del turismo cultural. La mejora y rehabilitación de parte del patrimonio histórico de la ciudad (Catedral, Alcazaba, Castillo de Gibralfaro), el incremento en la oferta de museos de los últimos años hasta un total de 36 (Museo Picasso y su Casa Natal, Museo Carmen Thyssen, CAC, Centre Pompidou, entre otros) que convierten a la ciudad en una de las de mayor densidad museística en su casco antiguo, la organización de eventos de especial trascendencia (festivales de cine, teatro, moda, entre otros) unido a la organización y oferta de numerosas actividades culturales a lo largo del año (como las llevadas a cabo en el Teatro Cervantes, Cánovas, Centro Cultural Provincial de la Diputación, entre otros) y la relevancia de sus fiestas naturales (como la Semana Santa o Feria de Agosto como

las más importantes) conforman una oferta muy interesante para este segmento turístico.

Todo ello ha posibilitado que la ciudad de Málaga, según datos del informe de Coyuntura Turística del INE, haya sido el destino urbano de España que más ha crecido en la última década, incrementando en más de un 127% la cifra de viajeros alojados, pasando de los 456.493 viajeros en 2005 a 1.037.567 viajeros en 2014. Igualmente se superaron por primera vez la cifra de los dos millones de pernoctaciones. A la clara recuperación del turismo nacional se le une el buen comportamiento del turismo internacional, que alcanza el 54,59% de cuota de mercado, superando por cuarto año consecutivo a los turistas nacionales y consolida la internacionalización del destino.

Esta apuesta decidida, se ha vuelto a refrendar en el II Plan Estratégico de Málaga, en el que se establece “Málaga Ciudad Cultural” como una de las líneas estratégicas futuras de desarrollo y se concreta a través del proyecto estrella “Málaga TUR, Una ciudad para el turismo”, cuyo objetivo es consolidar a la metrópoli malagueña como capital de turismo cultural urbano. Se pretende aprovechar y rentabilizar social y económicamente el desarrollo realizado en la última década.

Es evidente después de todo lo expuesto hasta ahora, la importancia que tiene la actividad turística, lo cual se ha visto reflejado en el interés que despierta y que se traduce tanto en el estudio, como en la investigación del mencionado sector. En este sentido podemos decir que existe un elevado número de grupos de investigación, revistas científicas y líneas de trabajo centradas en el turismo, que se reflejan en una elevada cantidad de aportes científicos y una gran variedad de temas tratados.

Uno de los debates más interesantes, a nuestro parecer, en turismo descansa en conocer cómo el desarrollo de la actividad turística debe abordar el poner a disposición del visitante una experiencia que satisfaga sus necesidades, mientras mantiene la forma de vida de los residentes (Hassan, 2000; Ritchie y Croutch, 2000; Mitchell y Reid, 2001; Mediano, 2004 y Díaz y Gutiérrez, 2005).

Esta interacción residente-turista ha sido enfocada desde muchas perspectivas. Destacando los trabajos que se centran en:

- Cómo la interacción de estos colectivos afecta a la imagen del destino y el análisis de dicha interacción como elemento clave para generar una experiencia satisfactoria entre la población local del destino (los residentes) y el turista. Aquí podrían señalarse los trabajos de Kousis (1989); Crosby (1993); Lankford y Howard (1994) y Fredline y Faulkner (2000).

- El papel que puede ejercer el turismo en las actitudes dentro del marco del contacto intercultural, como actitudes de rechazo o de tolerancia, entre otras. En este sentido investigan Boorstin (1961); Bochner (1982); Brewer (1984); Amir y Ben-Ari (1985); Dan, Nash y Pearce, (1988); Reichel y Pizam (1990); Anastasopoulos (1992) y Castaño (2005).

- El papel de los residentes en la planificación y desarrollo sostenible de los destinos. En este sentido, existe una amplia literatura (Keogh, 1990a; Sellin y Beason, 1991; Jamal y Getz, 1995; Sellin y Chavez, 1995; Pearce, 1996; Sellin y Myers, 1998; Yuksel, Bramwell y Yuksel, 1999; Bramwell y Lane, 2000; Williams y Lawson, 2001), que establece la necesidad de entablar lazos de colaboración para llevar a cabo una planificación conjunta del destino turístico. Una planificación sostenible desde las dimensiones ecológica, económica, social, cultural y política.

Dentro de este marco general de la interacción turismo–residente, nos llama la atención los impactos positivos y negativos que se perciben del turismo y que influyen sobre la actitud del residente llegando a modificar su predisposición y apoyo a la actividad turística. El impacto del turismo percibido por la sociedad residente y su actitud ha sido, y sigue siendo, un tópico importante (Davis, Allen y Cosenza, 1988; Akis, Peristianis y Warner, 1996; Jurowski, Uysal y Williams, 1997; Yoon, Chen y Gursoy, 1999; Weaver. y Lawton, 2001; Andriotis y Vaughan, 2003; Gursoy, y Rutherford, 2004; Aguiló, y Roselló, 2005; Andereck, Valentine, Knoff y Vogt, 2005). Como acabamos de mencionar, es aquí donde, también nosotros queremos centrar nuestro estudio.

Esta línea también se ha convertido en un amplio campo de estudio e investigación porque sus resultados tienen una eminente utilidad social, ya que la posibilidad de una oposición activa a la actividad turística preocupa a los gobiernos y empresarios locales (Akis *et al.*, 1996; Gursoy y Rutherford, 2004).

Vázquez (1993), señala que en todos los ámbitos “la tendencia futura se caracteriza por la presencia de redes o pluralidad de acuerdos entre los más diversos participantes (gobierno, fabricantes, distribuidores, intermediarios financieros)”, destacando el autor el importante papel del residente o la comunidad local. En este sentido, autores como Keogh (1990b); Sellin y Beason, (1991); Jamal y Getz (1995); Sellin y Chavez (1995); Pearce (1996); Sellin y Myers (1998); Yuksel *et al.* (1999) o Bramwell y Lane (2000), establecen la necesidad de entablar lazos de colaboración para llevar a cabo una planificación conjunta del destino turístico. Es más, deben tomarse en cuenta las opiniones de la comunidad, si se desea que la actividad sea sostenible en el largo plazo (Williams y Lawson, 2001). Hablamos de una sostenibilidad desde las dimensiones ecológica, económica, social, cultural y política.

Debemos comentar que esta utilidad social también ha influido en la elección de este tema para realizar el presente trabajo de investigación. Si los responsables turísticos saben por qué los residentes favorecen o rechazan el desarrollo turístico, será más sencillo elegir los productos turísticos adecuados o determinar las acciones operativas que permitirían reducir o potenciar actitudes negativas o positivas (Harrill, 2004). Es relevante conocer el significado de dicha actitud para realizar una adecuada planificación del destino, sobre todo si el trato del residente con el turista forma parte del producto turístico.

De esta forma consideramos necesario la definición de estrategias de desarrollo del turismo a partir del análisis detallado, que permita definir sus potencialidades, interpretar en forma sistemática la realidad y el entendimiento de los fenómenos turísticos, y revisar y diagnosticar sus condiciones sociales, económicas, culturales, de infraestructura y las políticas del Estado para el fortalecimiento del sector turístico. En nuestro caso nos interesa saber cómo son las actitudes de los residentes de Málaga capital hacia el turismo, cómo inciden esas actitudes en la disposición a participar e invertir en actividades que hagan de Málaga capital un lugar más atractivo

para el turista, apoyando el desarrollo del turismo cultural en la capital, basado en una planificación estratégica adecuada.

Es evidente que hoy día, si queremos desarrollar una zona turística es necesaria su planificación y gestión. Y esto es así por diferentes motivos, por una parte porque debemos integrar el turismo en la economía, la sociedad, la cultura y el medioambiente del destino. Y por otro lado porque los visitantes deben mostrarse satisfechos con el destino para que el mismo tenga éxito. De esta forma, se debe hacer un uso racional de los recursos naturales y al mismo tiempo aportar estrategias de actuación para poner en valor los recursos turísticos de los que disponemos y establecer líneas para conseguir un desarrollo turístico sostenible.

La planificación turística ha sido definida, de manera general, como el proceso racional u ordenado para alcanzar el crecimiento o el desarrollo turístico (Mill y Morrison, 1985; Molina, 1986; Gunn, 1988; Inskeep, 1991; Godfrey y Clarke, 2000). Podemos decir por tanto que la planificación turística es un proceso de evaluación y análisis exhaustivo de una serie de factores, que no finalizan con la determinación de objetivos, sino que implican el desarrollo de acciones concretas. Concretamente, Gunn (1988) señala que la planificación turística como una forma de anticipación a las consecuencias del mismo, es la única forma que asegurar el éxito de la actividad turística.

La planificación turística debe ser estratégica e integradora, en concreto, se señala que debería haber una participación activa de la comunidad en el proceso de planificación. Además, Mathieson y Wall (1982) sugieren que el turismo y la planificación se relacionan con no sólo los componentes del turismo, sino también las interrelaciones entre estos componentes. La planificación es un proceso complejo que implica una consideración de factores económicos, socio-culturales y ambientales.

Uno de los objetivos de la planificación turística es el incremento del valor de los bienes y servicios turísticos tanto para los turistas potenciales como los actuales, de tal forma que los destinos y sus residentes reciban beneficios sociales y económicos. La planificación turística se hace cada vez más necesaria para poder competir de forma eficaz en un mercado cada vez más saturado (Evans, Fox y Johnson, 1995;

Ritchie y Crouch, 2000). Es importante por tanto la implicación y el apoyo de los residentes a la planificación turística de un destino, así como su apoyo e implicación con el desarrollo de actividades que potencian el destino.

1.2. Objetivos de la investigación

Podemos decir que la literatura al respecto, en general, se ha centrado en tres líneas principales de estudio. Una primera donde se analiza la importancia de la actitud de los residentes en la satisfacción o experiencia del turista durante la visita (Kousis, 1989; Crosby, 1993; Fredline y Faulkner, 2000).

Una segunda línea, que se ha centrado en la determinación de los factores que llevan a una actitud positiva-negativa en los residentes, así como su importancia en la actitud global del residente, para ser abordados por los responsables del sector turístico (Ap, 1992; Lankford y Howard, 1994). En el trabajo de Lankford y Howard (1994) se desarrolla una escala de medida de las actitudes hacia el turismo; igualmente Ap en 1992, de manera general determina los impactos del turismo que perciben los residentes y ya en fechas posteriores, y centrados en una localidad específica, resulta interesante mencionar los trabajos de Andereck y Vogt (2000); Andriotis y Vaughan (2003) y Aguiló y Roselló (2005), en sus trabajos determinan la relación entre las actitudes de los residentes y el desarrollo del turismo en las zonas rurales de Arizona, Creta e Islas Baleares, respectivamente.

Y una tercera línea, en la que los autores se centran en la medición tanto descriptiva como causal de los impactos del turismo y que ha permitido determinar qué factores o dimensiones influyen sobre la actitud o el concepto de apoyo al turismo según diferentes situaciones, vinculadas con el destino o con el residente (Gursoy y Rutherford, 2004). De esta forma desde la óptica del destino turístico se han considerado: eventos deportivos, el tipo de producto (rural, urbano, isla, sol y playa, ecoturismo, etc.) y el momento de desarrollo turístico (pre desarrollo, crecimiento, madurez e incluso declive), entre otros (Keogh, 1990; Mansfeld, 1992; Jurowski *et al.*, 1997). Y desde la óptica del residente se han evaluado: características demográficas

(sexo, edad, posición familiar, etc.), las características socio-económicas (nivel educativo, posición social, vínculos laborales con el turismo, etc.), las características geográficas (lugar de residencia o trabajo) y las actividades de recreación (Liu, Sheldon y Var, 1987; Akis *et al.*, 1996; Getz, 1997; Walpole y Goodwin, 2000; Besculides, Lee y McCormic, 2002).

En cada uno de estos trabajos, los investigadores han profundizado en la relación entre el apoyo al turismo y ciertas percepciones y características personales, vinculadas a una realidad turística específica, a través de la contrastación de modelos teóricos formulados previamente. La mayoría de estas investigaciones se han basado en la teoría del intercambio social y su premisa básica es que la población local probablemente participe en un intercambio si considera que es posible obtener beneficios sin incurrir en costes inaceptables. Si los residentes locales perciben que los beneficios exceden los costes, tenderán a implicarse en el intercambio y, en consecuencia, se mostrarán partidarios de futuros proyectos de desarrollo en su comunidad (Davis *et al.*, 1988; Allen, Hafer, Long y Perdue, 1993; Williams y Lawson, 2001; Gursoy, Jurowski y Uysal, 2002; Bramwell, 2003; Andereck *et al.*, 2005; Choong-Ki y Ki-Joon, 2006).

En el presente estudio nos centraremos también en esa idea: en las percepciones sobre los impactos del turismo y cómo éstas inciden en su disposición a participar e invertir en actividades turísticas, todo ello enmarcado en un modelo estructural basado en la teoría del intercambio social.

Podemos por tanto concluir que, el objetivo principal de nuestra investigación se centra en determinar la influencia que la percepción de los impactos del turismo por parte de los residentes, el apego a la comunidad y la actitud medioambiental de los mismos, tienen en el apoyo al desarrollo de una estrategia competitiva para el impulso de Málaga capital como destino cultural.

Este objetivo general se concreta en objetivos teóricos y empíricos. Los objetivos teóricos que abordamos en el presente trabajo se concretan en: profundizar en el estudio de los factores que influyen en las actitudes de los residentes, sus interrelaciones, así como su influencia en el desarrollo turístico de una determinada

zona; y desarrollar un marco teórico basado en la actitud de los residentes hacia el turismo, que contemple tanto efectos directos como indirectos, tanto de las percepciones como de ciertos factores que son susceptibles de influir en las mismas y en consecuencia en el apoyo al desarrollo de la actividad turística de la zona.

Por su parte los objetivos empíricos que pretendemos alcanzar con la presente tesis son: concretar los factores explicativos de la actitud de los residentes hacia los impactos y los factores que influyen en la percepción de los mismos; y evaluar la fuerza y dirección de los distintos factores que pueden afectar al apoyo de la actividad turística, así como validar el modelo teórico propuesto. Con el fin de alcanzar los objetivos planteados, se han propuesto las siguientes hipótesis de trabajo:

Hipótesis 1: Existe una relación positiva y directa entre el apego a la comunidad de los residentes y la percepción de los impactos del turismo por parte de los mismos.

Hipótesis 2: Existe una relación positiva y directa entre la actitud medioambiental y la percepción de los impactos del turismo por parte de los residentes.

Hipótesis 3: Existe una relación positiva entre el apego a la comunidad de los residentes y su disposición a participar, apoyar e incluso invertir en actividades que potencien el desarrollo turístico de Málaga capital.

Hipótesis 4: Existe una relación positiva entre la actitud medioambiental de los residentes de Málaga y su disposición a participar, apoyar e incluso invertir en actividades que potencien el desarrollo turístico de la misma.

Hipótesis 5: Existe una relación positiva entre los impactos percibidos del turismo y la disposición de los residentes a participar, apoyar e incluso invertir en actividades que potencien el desarrollo turístico

Hipótesis 6: Existe una relación directa y positiva entre la disposición de los residentes a apoyar y/o participar en actividades que potencien el desarrollo turístico y el apoyo a una planificación estratégica del mismo.

1.3. Metodología de la investigación

Con el objetivo de lograr los objetivos que nos hemos planteado, para esta investigación hemos examinado y contrastado numerosas fuentes bibliográficas de muy diversos tipos. La metodología se divide en una primera fase de tipo documental o de revisión de la literatura existente, que nos ha proporcionado la información necesaria de carácter secundario, y en una segunda fase de carácter empírico donde se ha obtenido la información primaria necesaria. Además de la información obtenida a través de la metodología de la encuesta, ha sido necesario realizar entrevistas en profundidad con algunos expertos del sector analizado, que nos han ayudado a delimitar con mayor precisión el objeto de la investigación, así como destacar que su ayuda ha sido inestimable en la elaboración definitiva del cuestionario final.

El trabajo se inicia con una amplia revisión bibliográfica que nos ha permitido enmarcar el objetivo principal de la investigación con arreglo a los resultados más solventes y que mejor se adaptaban a nuestra perspectiva de investigación. El estudio de la bibliografía, ya fuera procedente de libros, capítulos de libros y publicaciones de ámbito académico, junto con la lectura de informes procedentes de consultoras, organismos (locales, nacionales o internacionales) y de empresas del sector, nos ha permitido delimitar el marco de estudio, para posteriormente dar paso a la parte empírica de nuestra investigación.

Para finalizar, la metodología de la investigación empírica se ha centrado en el contraste del modelo planteado, con el fin de poder evaluar la influencia de las percepciones de los impactos del turismo, en el apoyo al desarrollo de acciones encaminadas al crecimiento turístico de Málaga capital. Para ello se ha elaborado un cuestionario dirigido a residentes en Málaga capital, obteniendo un total de 235 cuestionarios válidos. Los resultados fueron tratados utilizando el programa SPSS en su versión 23 y Smart PLS en su versión 2.0.

1.4. Estructura del trabajo de investigación

Para alcanzar los objetivos planteados el presente trabajo de investigación se estructura en cinco capítulos cuyo contenido comentamos brevemente a continuación:

- **Capítulo 1:** Donde exponemos tanto la introducción como la justificación de la investigación, al mismo tiempo que se detallan los objetivos a alcanzar, la metodología empleada, finalizando con una breve descripción de la estructura del mismo.

- **Capítulo 2:** En el que exponemos los fundamentos teóricos de este trabajo, de los diferentes conceptos interrelacionados. En una primera parte del capítulo abordamos una amplia revisión bibliográfica de las actitudes, su evolución y así como las diferentes teorías explicativas de las mismas. A continuación, en este mismo capítulo, nos centramos en el estudio de las actitudes de los residentes hacia los impactos del turismo, así como se contemplan las principales teorías aplicadas al estudio de las mismas. Para finalizar el capítulo focalizamos nuestra atención en el estudio de los impactos del turismo, así como algunas variables predictoras de los mismos.

- **Capítulo 3:** En el que planteamos los objetivos del análisis empírico, se argumenta el modelo propuesto y planteamos la hipótesis a contrastar. Al mismo tiempo se justifican y analizan las escalas de medida utilizadas, para el contraste de hipótesis, para finalizar el mismo con el diseño de la investigación, y un breve análisis descriptivo de la muestra utilizada.

- **Capítulo 4:** Resultados de la investigación empírica, donde realizamos una comparación entre los modelos CBSEM y PLS, describimos el objetivo de la metodología utilizada y la exposición de los indicadores reflectivos y formativos. Se procede al análisis de los resultados, evaluando y validando las escalas utilizadas en el modelo, para finalizar con la evaluación del modelo estructural, lo que nos permite la contrastación de las distintas hipótesis planteadas en la investigación.

- **Capítulo 5:** Se exponen las principales conclusiones extraídas de la investigación en función de los resultados obtenidos. A mismo tiempo se recogen las limitaciones de este estudio, así como las futuras líneas de investigación que nos planteamos.

- Finalmente se presentan las fuentes bibliográficas utilizadas para la elaboración de esta tesis, así como un anexo donde recogemos un ejemplo del cuestionario utilizado.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

CAPÍTULO 2

MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Las actitudes

2.2. Actitud de los residentes hacia los impactos del turismo

2.3. Los impactos del turismo



Capítulo 2: MARCO CONCEPTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Las actitudes

2.1.1. ¿Percepción o actitud?

El estudio de las actitudes ha sido ampliamente tratado en diferentes áreas de conocimiento, tales como la psicología, la sociología y el propio marketing, que han dado lugar a diferentes propuestas tanto de definiciones como de modelos, algunos de los cuales han sido ampliamente seguidos. No es de extrañar entonces, que el ámbito turístico haya sido uno de los campos donde se ha abordado el estudio de las mismas, siendo un ejemplo de ello el estudio de las actitudes de los residentes hacia los impactos del turismo.

Nuestra investigación se centra precisamente en el estudio de los impactos percibidos del turismo por parte de los residentes de Málaga capital, ante el desarrollo e impulso de la misma como destino turístico cultural. Parece lógico, pues, que en los primeros epígrafes de esta tesis abordemos el estudio de las actitudes, ya que se trata de uno de los pilares fundamentales que sustentan la misma.

De la revisión de la literatura existente sobre los impactos del turismo, podemos deducir que la mayoría de los estudios utilizan diferentes términos para referirse a las percepciones o actitudes de los residentes, así podemos ver, entre otros, percepciones de los residentes de los impactos del turismo (Faulkner y Tideswell, 1997; Brunt y Courtney, 1999; Gu y Wong, 2006), actitudes de los residentes hacia el turismo (Lindberg y Johnson, 1997; Gursoy y Rutherford, 2004; Lepp, 2007), actitudes de los residentes hacia los impactos del turismo (Perdue, Long y Allen, 1987), actitudes de los residentes hacia el desarrollo del turismo (Akis *et al.*, 1996; Teye,

Sirakaya y Sönmez, 2002; Cavus y Tanrisevdi, 2003), actitudes de los residentes hacia futuros planes de desarrollo (Hernández, Cohen y García, 1996; Mason y Cheyne, 2000), o cuando la localidad es sede de grandes eventos, tales como Olimpiadas, (Deccio y Baloglu, 2002; Gursoy y Kendall, 2006), celebración de festivales (Delamere, 2001), o las actitudes de los residentes frente a la implantación de casinos (Kang, Long y Perdue, 1996, Hsu, 2000). Esto ha hecho que exista una confusión considerable entre los términos actitud o percepción, los cuales son usados indistintamente en la literatura, incluso por los mismos autores.

Con el objetivo de aclarar los términos utilizados, intentaremos analizar distintas definiciones derivadas de la psicología para ambos términos. Así pues para la psicología clásica de Neisser (1979), la percepción es un proceso activo-constructivo en el que el perceptor, antes de procesar la nueva información y con los datos archivados en su conciencia, construye un esquema informativo anticipatorio, que le permite contrastar el estímulo y aceptarlo o rechazarlo según se adecue o no a lo propuesto por el esquema. Se apoya en la existencia del aprendizaje.

Por su parte, Allport define las actitudes como “un estado mental y neurológico de atención, organizado a través de la experiencia, capaz de ejercer una influencia directiva o dinámica sobre la respuesta del individuo a todos los objetos y situaciones con los que está relacionado”, (Eiser, 1989). En un intento de facilitar la comprensión de ambos conceptos Ap (1992) argumenta que la percepción representa la valoración que se hace de un objeto, mientras que las actitudes representan la predisposición de las personas hacia ese objeto. En concreto, este autor, argumenta que el término percepción es más apropiado porque, aunque los anfitriones pueden valorar los impactos del turismo, no tienen por qué tener necesariamente una predisposición hacia los mismos, cosa que es requisito indispensable en la formación de una actitud.

Sin embargo, no existe en la bibliografía al respecto, una distinción clara entre ambos términos, siendo en la mayoría de los casos tratados como sinónimos, siendo más una cuestión semántica que de contenido, ya que los estudios relacionados generalmente incluyen los mismos tipos de medida. Williams y Lawson (2001) ponen de manifiesto la confusión conceptual en la literatura entre actitud, percepción, opinión y otros términos similares que en ocasiones se utilizan de forma indistinta.

Si bien, en el presente trabajo, los términos actitud y percepción se van a utilizar indistintamente, queremos señalar que en nuestro caso concreto nos referimos a las actitudes. El motivo no es otro que consideramos que la provincia de Málaga ha sido y es un referente en lo que al turismo de sol y playa se refiere, en este sentido creemos que los residentes tienen ya una predisposición (requisito de las actitudes) hacia la actividad turística y que la misma puede afectar al apoyo o rechazo del impulso de Málaga capital como destino turístico cultural, tema del que es objeto esta tesis. Por este motivo a continuación desarrollaremos en mayor profundidad el concepto de actitud.

2.1.2. Definición de actitud

En diversas áreas de estudio como son la psicología social, la economía o el marketing, entre otras, el concepto de actitud es fundamental, siendo un concepto definido a lo largo de los años de muy diversa forma por distintos autores y escuelas. El debate sobre las actitudes podemos decir que se remonta a principios del siglo XX, con los trabajos de Thomas y Znaniecki. Ya en 1918 estos autores definieron la actitud como “los procesos mentales que determinan las respuestas actuales o potenciales de los individuos hacia su medio social” (Thomas y Znaniecki, 1918-1920; en Ibáñez, 2011).

Sin embargo, es Allport el autor que más ha tratado en profundidad el uso del concepto de actitud y su evolución, tal es así que todavía en la actualidad sus definiciones siguen siendo las más influyentes de todas las que se han dado (Triandis, 1974). Entre todas ellas podemos destacar:

- “Las actitudes son predisposiciones aprendidas para responder consistentemente de modo favorable o desfavorable a un objeto o clases de objetos”.
- “La actitud denota un estado neuropsíquico de disponibilidad para la actividad mental o física”.

- “La actitud es un grado de afecto a favor o en contra de un objeto o un valor”.
- “Las actitudes son procesos mentales individuales que determinan tanto las respuestas activas como las potenciales de cada persona en el mundo social. Como la actitud se dirige siempre hacia algún objeto se puede definir como un estado de la mente de un individuo respecto a un valor”.

De todas las definiciones dadas por Allport, podemos destacar aquella en la que define las actitudes como “un estado mental y neurológico de atención, organizado a través de la experiencia, capaz de ejercer una influencia directiva o dinámica sobre la respuesta del individuo a todos los objetos y situaciones con los que está relacionado”, ya que es la más reseñada por la mayoría de autores, (Katz, 1960; Rosenberg y Hovland, 1960; Blau, 1967; Triandis, 1974; Fishbein, y Ajzen, 1975; Moscovici, 1984; Eiser, 1989; Baron, y Byrne, 2002; Alvarado y Garrido, 2003).

A lo largo de los años podemos encontrar en la literatura al respecto una gran variedad de definiciones sobre el concepto de actitud, en función de la orientación y/o formación del autor que la emita. Kretch y Crutchfield (1952) la definen como “una organización estable de procesos motivacionales, perceptivos y cognoscitivos, concernientes a un aspecto del universo del individuo”.

Rosenberg y Hovland (1960) señalan que “las actitudes son predisposiciones a responder a alguna clase de estímulo con ciertas clases de respuestas”. Fishbein y Ajzen, (1975) manifiestan que “la actitud es una predisposición aprendida para responder consistentemente de modo favorable o desfavorable hacia el objeto de la actitud”.

Para Eiser (1989), actitud “es un experiencia subjetiva que implica una evaluación de algo o alguien”. Ese algo o alguien se representa dentro de la experiencia, pero también tiene una referencia pública. Se habla de pública en el sentido que, si se expresa una actitud, otra persona debe ser capaz de identificar eso algo o alguien a lo que se refiere la evaluación. Harre y Lamb (1992), se basan en el

concepto de Fishbein y Ajzen (1975) y plantean que las actitudes suelen definirse como “disposiciones comportamentales adquiridas”.

Analizando las distintas definiciones que acabamos de mencionar, podemos afirmar que de la mayoría de ellas se deduce que las actitudes no son conductas propiamente, sino más bien predisposiciones al comportamiento psicosocial. Sirven, por tanto, como predictores de la conducta, tanto las positivas como las negativas. El profesor Jiménez (1987) sintetiza dicha idea en la siguiente definición: “es una predisposición a actuar, aprendida, dirigida hacia un objeto persona o situación y que incluye dimensiones cognitivas, afectivas o evaluativas y eventualmente también conductuales. Todo ello organizado de forma estructurada con unos elementos relacionados entre sí, de forma tal que el cambio de uno de ellos influye en los demás”.

Otra definición que consideramos interesante ya que incluye de manera explícita el término comportamiento en la misma línea anterior, es la presentada por Sanmartí y Tarín (1999) “...hablamos de actitud cuando nos referimos a una generalización hecha a partir de observar repetidamente un mismo tipo de comportamiento”. Podemos considerar también la aportación de Morales (2000), ya que consideramos que puede ayudarnos a comprender como funcionan las actitudes. Según este autor, la actitud es “el resultado del proceso de socialización y tiene una gran influencia en la conducta”. Así mismo considera que el componente fundamental de la actitud es el evaluativo, y recoge la idea de que la actitud es una asociación objeto-evaluación en la memoria, que posee tres características esenciales: orienta a la persona hacia el objeto al que se refiere, connota este objeto de forma positiva o negativa y es permanente. Así pues, concluye que “aquellas actitudes muy accesibles en la memoria, aquéllas que son el producto de un aprendizaje muy intenso, se activan cuando en la situación existen pistas relevantes y desencadenan conductas acordes con ellas, es decir, reacciones positivas ante el objeto positivamente evaluado y negativas ante el negativamente evaluado”.

Por último Leal (2000), propone que una actitud es “una organización de creencias interrelacionadas relativamente duraderas, que describe, evalúa y recomienda una determinada acción, respecto a un objeto o situación. De ello se deduce que es una predisposición que, debidamente activada, provoca una respuesta

preferencial hacia el objeto de actitud, hacia una situación o hacia el mantenimiento o preservación de la actitud misma”.

A continuación, recogemos a modo de resumen, una serie de aspectos fundamentales, característicos y consecuencias de la actitud, que se pueden extraer de las definiciones mencionadas anteriormente:

- La actitud es un concepto en el que se combinan una serie de variables y cuyo resultado es un estado de ánimo de la persona.
- Las variables que intervienen (motivaciones, percepciones, conocimiento, valores) están interrelacionadas y el cambio en una de ellas, influye sobre las demás.
- La actitud es el resultado de un proceso organizado.
- La actitud se desarrolla a partir de las experiencias adquiridas, es decir, se genera a través del aprendizaje.
- Son predictoras de la conducta.
- Ejercen una influencia directa sobre las acciones o respuestas de un individuo.

Para nosotros, el cómo se genera la actitud es tan importante como sus consecuencias posteriores sobre el comportamiento. De ahí que nos inclinemos por definir la actitud desde la perspectiva sistémica como el resultado del sistema mental donde interactúan un conjunto de componentes (los sentimientos, las experiencias, las motivaciones, las creencias, los conocimientos) que operan sobre el objeto de estudio; esa actitud será modificada si se genera algún cambio en alguno de los componentes. En forma gráfica sería:

Gráfico 2.1: Concepto de actitud desde la perspectiva sistémica



Fuente: Elaboración propia

Otros autores como Eiser (1989); Morales (2000) y Castaño (2005), presentan una serie de características sobre las actitudes que, pensamos, pueden ayudar una mejor comprensión de las mismas:

- Las actitudes son adquiridas.
- Son experiencias subjetivas.
- Son experiencias de un tema o de un objeto.
- Son experiencias en términos evaluativos.
- Implican juicios evaluativos.
- Las expresiones de la actitud son en principio inteligibles.
- Pueden ser expresadas a través del lenguaje.
- Son comunicadas y expresadas para ser percibidas y comprendidas por los otros.

- Individuos diferentes pueden estar o no de acuerdo en sus actitudes.
- Las diferentes actitudes hacia un objeto determinado presuponen una concepción distinta de cada individuo sobre lo que es falso, o no, en ese objeto de actitud.
- Son predecibles y están relacionadas con el comportamiento social.
- Son valoradas como estructuras de dimensión múltiple.
- Al ser experiencias subjetivas no pueden ser analizadas directamente.
- Constituye un aprendizaje estable.

Estas características y supuestos sobre las actitudes proporcionan indicios que permiten diferenciar las actitudes de elementos cercanos a ellas como son los valores, los instintos, la disposición o el hábito, entre otros. Las actitudes se diferencian de los valores en el nivel de las creencias que las componen; los valores trascienden los objetos o situaciones, mientras que las actitudes se ciñen en objetos, personas o situaciones específicas. Se diferencian de los instintos en que no son innatas sino adquiridas y no se determinan en un solo acto, como el caso de los instintos.

Las actitudes se distinguen de la disposición por el grado de madurez psicológica; la actitud es más duradera, la disposición es más volátil. Por último, la actitud difiere de la aptitud en el grado de la integración de las distintas disposiciones. La aptitud es la integración de varias disposiciones; la actitud es la unión de varias aptitudes, lo que se expresa con una fuerte carga emocional (Alcántara, 1988).

2.1.3. Representación de las actitudes

Para Leal (2000), el concepto actitud se representa desde tres enfoques que son complementarios: el inductivo, el deductivo y el organizativo.

Gráfico 2.2: Concepto de actitud



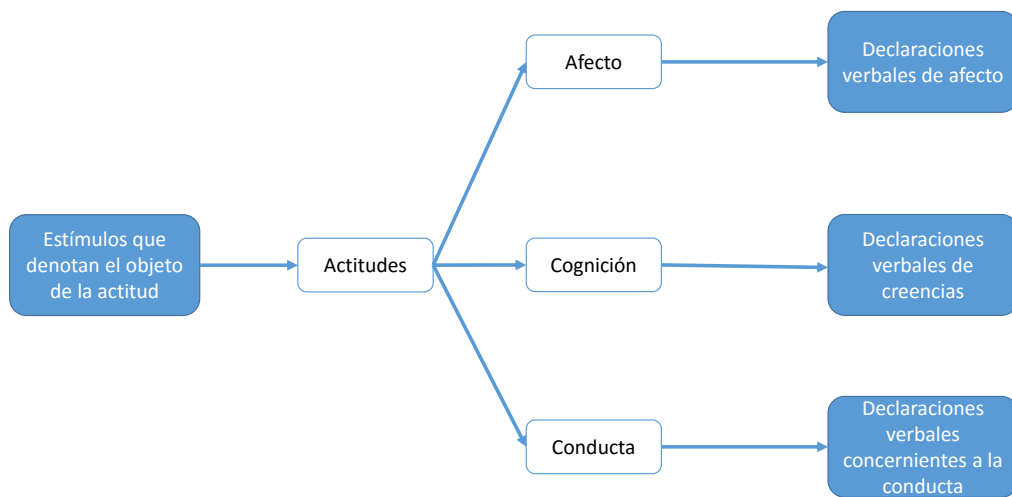
Fuente: adaptado de Leal (2000)

2.1.3.1. Enfoque Inductivo

El enfoque inductivo supone que las actitudes son latentes y no directamente observables en sí mismas, pero actúan para organizar o proveer la dirección de acciones y comportamientos de los individuos. No actúan de forma aislada, sino que conforman lo que se conoce como sistemas de actitudes. Es el que indica que está formada por tres componentes o estructura tricotómica de la actitud siendo definidos

los tres grandes tipos de respuesta como afectiva, cognitiva y conductual. Las relaciones entre esos componentes se presentan en el gráfico 2.3 desarrollado por Rosenberg y Hovland (1960), propuesta que sigue vigente y referenciado por autores como Moscovici (1984); Eiser (1989); Baron y Byrne (2002) y Alvarado y Garrido (2003).

Gráfico 2.3: Concepción esquemática de las actitudes en término de los tres componentes



Fuente: Rosenberg y Hovland (1960)

Autores como Rosenberg y Hovland (1960); Moscovici (1984); Eiser (1989); Baron y Byrne (2002) y Alvarado y Garrido (2003), caracterizan esos componentes de la siguiente manera:

Afecto:	Sentimientos y emociones que impregnan las ideas, conceptos y creencias. Consiste en la evaluación personal, el gusto o respuesta emocional ante alguna situación, objeto o persona. Abarca aquellos procesos que avalan o contradicen las bases de nuestras creencias, expresados en sentimientos evaluativos y preferencias, estados de ánimo y emociones que se evidencian (física y/o emocionalmente) ante el objeto de la actitud. Está considerado el componente más difícil de cambiar por lo arraigado que está en el sujeto y tiende a ser coherente con el componente cognoscitivo. Los criterios que se utilizan para establecer las preferencias dan como resultado la evaluación del conocimiento.
Cognición	Es la representación del conocimiento que el sujeto posee del objeto o tema en cuestión. Incluye el comportamiento manifiesto en relación a una situación, objeto o persona. También abarca el dominio de hechos, opiniones, creencias, pensamientos, valores, conocimientos y expectativas (especialmente de carácter evaluativo) acerca del objeto de la actitud. Destaca en ellos, el valor que representa para el individuo el objeto o situación
Conducta	Es la tendencia o predisposición a actuar, a reaccionar frente a un tema u objeto psicosocial. En teoría la actitud puede predecir la conducta del sujeto, aunque en la práctica se comprueba que aquella nunca es del todo predecible. Este componente distingue la actitud de otras variables en la medida que impulsa a actuar en cualquier sentido. Muestra las evidencias de actuación a favor o en contra del objeto o situación de la actitud

Pensamos que resulta interesante destacar el aporte realizado por Simonson y Maushak (1996) al incorporar un cuarto componente, el cual denomina las intenciones de comportamiento y comprende lo que la persona planea realizar en un sentido, incluso si estos planes no son nunca puestos en práctica.

Todos los componentes de las actitudes llevan implícito el carácter de acción evaluativa hacia el objeto de la actitud. De ahí que una actitud determinada predispone a una respuesta en particular con una carga afectiva que la caracteriza. Frecuentemente estos componentes son congruentes entre sí y están íntimamente relacionados; "... la interrelación entre estas dimensiones: los componentes cognitivos, afectivos y conductuales pueden ser antecedentes de las actitudes; pero

recíprocamente, estos mismos componentes pueden tomarse como consecuencias. Las actitudes preceden a la acción, pero la acción genera/refuerza la actitud correspondiente" (Bolívar, 1995).

Los tres componentes de las actitudes dependen en gran medida de la forma en la que se percibe y organiza la información recibida y la experiencia vivida, teniendo presente que no se puede percibir todo el exterior ya que por lo general la cantidad de información supera la capacidad de registrarla simultáneamente, lo que obliga a que se produzca una selección, y una organización de lo percibido según diversas posibilidades.

En este sentido, Leal (2000) señala que ante cualquier situación percibida directamente o transmitida por algún medio de comunicación, se puede recodificar lo percibido. Los componentes se relacionan entre sí y de estas relaciones surge la consistencia o inconsistencia sobre lo percibido. Por tanto, las actitudes se pueden modificar por las experiencias internas y por las circunstancias exteriores, dependiendo su cambio, del compromiso con la acción que se ejecuta.

2.1.3.2. Enfoque Deductivo

Desde el punto de vista del enfoque deductivo, una actitud es un concepto destinado a definir las relaciones entre un sujeto y un objeto que no se pueden medir principalmente, sino que se deducen de la conducta o de las declaraciones verbales del sujeto. Siguiendo los postulados de Katz (1960) y Stahlberg y Dieter (1991) proponen cuatro bases fundamentales de las actitudes de carácter motivacional, que detallamos a continuación:

Función Utilitaria	Las actitudes guían a satisfacer las necesidades deseadas. Son portadoras de ayuda para aquellas personas que quieren conseguir objetivos deseados o eludir los no deseados.
Función de Defensa del Yo	Las actitudes protegen el ego de ansiedades y amenazas. En las actitudes, las personas buscan confianza y seguridad. El asumir las posturas sociales refuerza nuestra imagen ante la sociedad y ante nosotros mismos. La base de esta función se apoya en la existencia de la llamada disonancia cognitiva. Se produce una disonancia cognitiva cuando hay una oposición entre un deseo y una situación.
Función Expresiva de Valores	Las actitudes expresan un auto concepto y un sistema de valores. Es necesario conocer los valores, ya que los sujetos desarrollan actitudes hacia las conductas que conectan con dichos valores.
Función de Conocimiento	Las personas por naturaleza buscamos aprender con orden. Las actitudes organizan la masa de información y fijan los estándares por los que se juzga la información. De esta forma, las actitudes ayudan a simplificar una realidad compleja.

Fuente: Stahlberg y Dieter (1991)

Las actitudes no pueden ser medidas a través de la observación de la conducta en una amplia variedad de ambientes naturales, sino que deben inferirse de la conducta manifiesta. Desde el punto de vista práctico, el procedimiento más utilizado son las denominadas escalas de actitud que miden las reacciones verbales, la valoración se establece en unas escalas con una puntuación positiva o negativa de la opinión o actitud frente a una posición. La mayor parte de estos métodos de medición se basan en el supuesto de que las actitudes pueden ser evaluadas por medio de las opiniones y creencias de las personas acerca del objeto de actitud (Kraus, 1995).

2.1.3.3. Enfoque Organizativo

En el enfoque organizativo, la interpretación, las creencias y las teorías se generan tanto a través de fuentes privadas y personales como por influencias públicas y sociales. El aspecto más debatido en relación con las actitudes es el que indica que

la conducta de una persona está en función de su actitud actual y de la situación en la que se pone de manifiesto esta actitud, es decir, se considera que las actitudes tienen potencial para predecir la conducta humana (Morris, 1997; Leal, 2000; Morales, 2000).

Ese potencial se basa en la concepción del comportamiento como una forma de actitud y se verá influenciado por otras circunstancias tales como: la interpretación que el individuo hace de la situación, de sus creencias sobre la intención de otras personas y de las teorías que elabora a partir de otras situaciones similares conocidas. Este proceso está representado en el siguiente gráfico:

Gráfico 2.4: Proceso de Formación de la Actitud



Fuente: Leal (2000).

Además del mencionado Leal (2000), otros autores como Ajzen y Fishbein (1980); Eiser (1989) y Harre y Lamb (1992) destacan que las actitudes de los individuos se encuentran determinadas por el sistema sociocultural en el que viven. Dentro del sistema, las actitudes están influenciadas por los macro y micro entornos que influyen en el comportamiento de una persona. Entre los condicionantes macro

se pueden mencionar el entorno económico, político, legal, cultural, tecnológico y el medioambiental; entre los del micro entorno cabe destacar las influencias familiares, los grupos sociales a los que se pertenece o se aspira a pertenecer, la información recibida, la experiencia y la personalidad.

2.1.4. Teorías explicativas de la actitud

Han sido diversas las teorías propuestas a lo largo de los años que han tratado de explicar la formación de las actitudes así como el papel predictivo de las mismas. Del análisis de la literatura al respecto podemos decir que, de todas ellas, dentro del ámbito conductista, son cuatro las que destacan, que aun siendo cuatro propuestas clásicas, siguen siendo en la actualidad el armazón teórico sobre el que se sustentan la mayoría de los trabajos de investigación que abordan el estudio de las actitudes. Estas cuatro propuestas son:

Teoría de las Representaciones Sociales

Teoría de la Acción Razonada

Teoría de la Disonancia Cognoscitiva

Teoría del Intercambio Social

2.1.4.1. Teoría de las Representaciones Sociales

Moscovici (1984) define las representaciones como “fenómenos ligados a una especial manera de adquirir y comunicar conocimiento, una manera que crea realidades y sentido común”. Este autor utiliza el término ‘social’ para enfatizar que no está simplemente referido a sistemas de conocimiento y creencias que poseen

diferentes miembros de una sociedad, sino que está construido y comunicado socialmente (Eiser, 1989).

La representación social incluye las dimensiones cognitivas, evaluativas y simbólicas que están presentes en toda forma de conocimiento de la realidad social. Comparten tres características fundamentales como son: su formación en la interacción social, el hecho de que sean siempre representaciones de algo o alguien y finalmente que tengan un carácter simbólico.

Los aspectos centrales de la teoría de las representaciones sociales se podrían resumir en los siguientes: (Moscovici, 1984):

- Puede ser definida como una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En el sentido más amplio, designan una forma de pensamiento social y constituyen modalidades del pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material o ideal.
- Las representaciones sociales no pueden considerarse simplemente como procesos individuales de carácter cognitivo, sino que su naturaleza es social, ya que posibilitan a su vez la producción de ciertos procesos claramente sociales, son colectivos compartidos por un conjunto más o menos amplio de personas.
- El propósito de las representaciones sociales es el de transformar aquellos aspectos de la realidad que nos son extraños o nos perturban, en un conocimiento de sentido común conocido y manejable.
- Los procesos por los cuales se realiza dicha transformación son el anclaje y la objetivación. El primer mecanismo lucha por fijar las ideas extrañas, por asignarles categoría y convertirlas a imágenes ordinarias, por situarlas en un contexto familiar. El segundo mecanismo transforma algo abstracto en algo casi concreto, transferir algo que está en la mente a algo que existe en el mundo físico.

- La estructura de las representaciones está formada por contenidos diversos referidos a imágenes, sistemas de referencias, categorías, teorías, etc.
- La representación social se distingue de otros conceptos en el campo de la psicología social por su naturaleza social y simbólica y por presentar una alternativa al concepto de actitud. Las actitudes particulares sólo pueden ser entendidas si las consideramos como elementos que forman parte de otras formas más generales en las cuales los significados sociales son organizados.

Como referencia de investigaciones que basan sus estudios en la teoría de la representación social, podemos mencionar los siguientes autores: Gray (1987); McHugh (1997); Aitchison (2000); Chryssochoou (2000); Freebody y Freiberg (2001); Howard (2003); Rebello (2006); Piñero (2008) o Sobrino (2011) entre otros.

2. 1.4.2 Teoría de la Acción Razonada

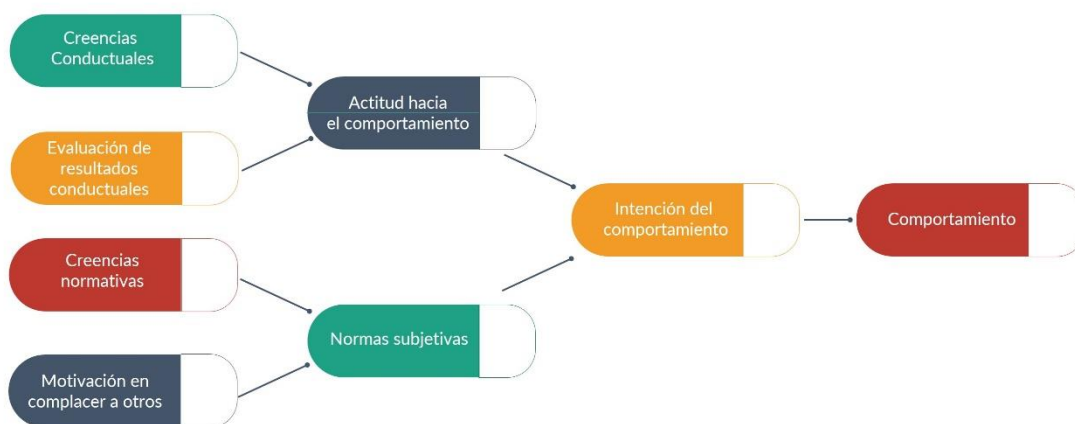
La teoría de la acción razonada propuesta por Fishbein y Ajzen (1980), se estructura sobre la base de los conceptos expectativa y valor. Se basa en el proceso deliberado de analizar la información disponible cuando se activa la actitud y en los vínculos causales entre las actitudes y la conducta.

Según esta teoría la conducta "...está determinada por la intención, considerando que la intención está determinada por una función aditiva ponderada de actitud hacia la conducta (a menudo denominada componente actitudinal), y norma subjetiva (a menudo denominada componente normativo)" (Eiser, 1989).

Uno de los conceptos más importantes en este modelo es el referido a la concepción de las creencias como antecedentes de las actitudes, pues plantea que la actitud hacia un objeto es el producto de las creencias que la persona tiene hacia el mismo. Igualmente se señala que las creencias tanto las actitudinales como las normativas contienen por una parte, elementos de expectativa y por otra, elementos

de valor; esto es lo que Fishbein y Ajzen (1980) han llamado la probabilidad subjetiva y la deseabilidad subjetiva respectivamente.

Gráfico 2.5: La Teoría de la Acción Razonada de Fishbein y Ajzen



Fuente: Fishbein y Ajzen (1980)

En relación con el componente actitudinal, la probabilidad subjetiva se refiere a la creencia de que la realización de cierta conducta dará lugar a determinadas consecuencias; y la deseabilidad está representada por el grado en que la persona califica como positivas o negativas las consecuencias expresadas en la creencia.

En el componente normativo, la probabilidad subjetiva constituye la creencia acerca de la posibilidad de que la conducta resulte o no aceptable para otras personas consideradas significativas; y la deseabilidad (elemento de valor) se define como la motivación para complacer, que se concreta en la aceptación y/o valoración de la opinión de los otros (Morales, 1999).

La teoría de la acción razonada, por la eficacia de su aplicación, se ha visto enriquecida con los aportes de dos nuevos elementos (Morales, 1999), agregándole

como tercer determinante de la intención, el control conductual percibido, correspondiente a la facilidad o dificultad que el individuo percibe para realizar la conducta. Al igual que en los otros determinantes, el control conductual percibido incluye tanto la probabilidad subjetiva, como la deseabilidad subjetiva de la creencia. La incorporación de este elemento, da pie a la que se conoce como la Teoría de la Acción Planificada.

Esta teoría clásica se mantiene vigente ya que podemos encontrar en literatura reciente trabajos que basan sus estudios en ella. Un ejemplo de ello lo tenemos en las algunas investigaciones que a continuación se señalan. Bang, Ellinger, Hadjimarcou y Traichal (2000) utilizan la teoría de la acción razonada como marco para determinar la opinión, conocimiento, conducta y actitud de los consumidores hacia el uso y desarrollo de energía renovables.

Nabi y Sullivan (2001) determinaron a través de la teoría de la acción razonada que la televisión puede influir en el comportamiento y en las actitudes hacia la violencia en la sociedad y en las acciones que pudieran emprenderse para protegerse.

Gotch y Hall (2004) por su parte, la utilizaron para predecir y entender comportamiento en adolescentes sobre el medioambiente y a partir de ello, diseñar programas de educación ambiental.

De igual forma Bos, Hoogstraten y Prah-Andersen (2005) destacan la potencialidad de la teoría de la acción razonada para predecir y entender el comportamiento y el grado de acuerdo de los pacientes sometidos a tratamientos de ortodoncia y Gergen y Zielke (2005) realizan investigaciones exploratorias que demuestran la vigencia de la teoría y su utilidad en los procesos de acción social.

En 2011, Novo-Corti, Muñoz-Cantero & Calvo-Porrall, aplican la mencionada teoría en el estudio de las actitudes de los jóvenes hacia la discapacidad, poniendo de manifiesto, como ya hemos comentado, la vigencia de la misma.

2.1.4.3 Teoría de la Disonancia Cognoscitiva

Las teorías de la consistencia cognitiva ocupan un lugar preeminente en la psicología social de los años sesenta, persistiendo su influencia hasta la fecha. El supuesto que subyace a los diferentes enfoques que podemos agrupar en este marco teórico (teoría del equilibrio de Heider (1946), de la congruencia de Osgood y Tannenbaum (1955) y de la disonancia de Festinger (1957)), está basado en la idea de la persona como un organizador cognitivo, racional y consistente del medio.

De las teorías incluidas en este modelo la teoría de la disonancia cognoscitiva de Festinger (1957/1975) es la más conocida y la que ha dado lugar a un mayor número de investigaciones, particularmente en el campo del cambio de actitudes. Es en esta área de estudio donde radica la principal aportación de la teoría y su proposición motivacional básica de esta teoría es la de que todo organismo tiende a una situación de equilibrio; cuando dicho equilibrio se quiebra, por la contradicción de elementos comportamentales, cognitivos o motivacionales de carácter disonante, la persona tiende a restablecer dicho equilibrio. El autor es muy claro al afirmar que el contexto social no cambia en nada la naturaleza individual de los procesos de reducción de la disonancia. Todo lo más, la dificulta o la facilita.

También sostiene que cuando actuamos en contra de nuestras creencias o ideas, se genera una tensión que intentamos apaciguar mediante la justificación (interna) de la conducta. Así, la conducta asumida ejerce influencia como guía de nuevas actitudes; esto ocurre sobre todo cuando resulta de un proceso de elección, es decir, cuando no hemos sido coaccionados a acometer tal conducta. La disonancia no puede explicarse exclusivamente en términos psicológicos ni puede ser entendida si no es formando parte de un contexto normativo y valorativo.

Estos contextos normativos son construcciones sociales antes que individuales. Es en ellos donde se define el carácter disonante de cualesquiera dos elementos. La contradicción cognitiva es, antes que nada, una contradicción entre sistemas de creencias ancladas en identidades grupales (Álvaro, 1995). En este sentido, resulta pertinente la consideración que Collier, Minton y Reynolds (1991) hacen al respecto: “el supuesto central de las teorías de la disonancia y de la consistencia es que el

conflicto es estresante y que las personas buscan el equilibrio y la armonía”. En resumen, la teoría de Festinger sitúa en la mente de los individuos lo que es un producto social o, dicho en otros términos, reduce lo que es un proceso estructural e interpersonal a un proceso psíquico.

En investigaciones más recientes a las ya mencionadas, relacionadas con el manejo de la ocurrencia del fenómeno de la disonancia cognoscitiva, se destacan las variables previsibilidad de las consecuencias de la decisión, la libertad percibida de esta decisión y la responsabilidad personal. Prueba de ello lo tenemos en las siguientes investigaciones: en el 2001 Aimeur, Frasson y Dufort utilizaron esta teoría en el área de inteligencia artificial al desarrollar un sistema cooperativo para los estudiantes bajo el enfoque constructivista; Lieberman, Ochsner y Gilbert (2001), investigaron los roles de la memoria explícita y los recursos de atención en el proceso de comportamiento inducido y el cambio de actitud.

También se encuentran investigaciones en el ámbito político y de marketing; Beasley y Joslyn (2001) utilizaron los conceptos asociados a la disonancia para determinar las percepciones de los votantes acerca de los candidatos ganadores y los perdedores en un período de tiempo y finalizamos con la investigación de Karakaya (2000) que evalúa cómo salir de un mercado y las barreras existentes para salir de él desde la perspectiva de la disonancia.

2.1.4.4 Teoría del Intercambio Social

La teoría moderna del intercambio social es una corriente conductista desarrollada a partir principalmente de los trabajos de Thibaut y Kelley (1959); Homans (1961); Blau (1964) y Emerson (1972). Se trata de una teoría sociológica general referida al entendimiento del intercambio de recursos entre individuos y grupos en una situación de interacción; es un modelo racional del ser humano en el que su conducta está orientada y regida por la conservación y maximización de sus intereses (Rodríguez, 1993).

Thibaut y Kelley (1959) a través del enfoque de la psicología social plantean que el poder y la satisfacción entre los que participan en una relación se pueden conceptualizar en términos del intercambio de beneficios y costes. Los individuos deciden sobre el curso de una acción, al menos en parte, por lo que esperan conseguir de ella. Si bien esta teoría tiene un marcado carácter individualista, pues asume que a partir del intercambio entre dos es posible explicar las relaciones de los grupos sociales, su mérito consiste según Deutsch y Krauss (1965) en que “los beneficios y los costes no se experimentan como absolutos: la importancia psicológica de una recompensa varía según las experiencias pasadas de la persona y las oportunidades presentes”.

Para Homans (1961), la base del intercambio residía en el interés individual, fundamentado en una combinación de necesidades psicológicas y económicas. La teoría concibe la conducta social como un intercambio de actividad, tangible o intangible y más o menos gratificante o costosa, entre al menos dos personas. Las personas suelen aprender acciones que aumentan sus recompensas. Este autor explica la conducta social en términos de beneficios y costes y entre sus proposiciones están:

- Cuando mayor sea el beneficio obtenido por la acción de una persona, tanto más probable es que éste lleve a cabo esta acción.
- Si el concurso de un determinado estímulo ha sido en el pasado recompensado, entonces cuanto más semejantes sean los estímulos, es probable que esa persona ejecute de nuevo la acción.
- Cuando más valioso sea el resultado de una acción, es más probable que se vuelva a realizar esa acción.
- Cuando más haya recibido una persona una recompensa determinada en un pasado, tanto menos valiosa le resultará toda unidad posterior de esa misma recompensa.
- Si una persona no recibe por su actividad el beneficio esperado, sentirá indignación y rechazo.

- Al optar entre opciones alternativas, una persona puede elegir entre aquellas para las que sea mayor el producto del valor multiplicado por la probabilidad de obtenerlo.

En el esquema propuesto por Homans (1961), es importante hacer referencia a su noción de 'justicia distributiva' para explicar el comportamiento que regula las relaciones de intercambio entre dos personas. Para este autor, las relaciones de intercambio no se darán a menos que las recompensas obtenidas por quienes participan en la interacción sean proporcionales a sus estatus sociales y a sus inversiones.

Posteriormente en la definición planteada por Blau (1964), se señala que "para que una conducta desemboque en intercambio social ha de satisfacer dos condiciones. Estar orientada hacia metas que sólo se pueden satisfacer por medio de la interacción con otras personas y proveer los medios para la obtención de tales metas". En pocas palabras, el intercambio social puede reflejar cualquier conducta orientada a metas socialmente mediadas, es decir, la teoría se limita a las acciones que son contingentes a las reacciones recompensantes de otros y que cesan cuando estas reacciones esperadas no se producen.

En dos ensayos publicados en 1972, Emerson desarrolla los fundamentos de una teoría del intercambio integrada. En el primer ensayo de Emerson (1972a) que analiza las bases psicológicas del intercambio social, se centra en un actor individual implicado en una relación de intercambio con su entorno, mientras que en el segundo (Emerson 1972b) se centra en el nivel macro, en las relaciones de intercambio y en las estructuras de redes. En este último ensayo plantea de manera explícita el vínculo micro-macro: "Intento extender la teoría del intercambio e investigar los niveles de análisis micro y macro mediante el estudio de las estructuras de las redes de intercambio".

Cook (1987) coincide con Emerson en la importancia del estudio de las redes de intercambio para vincular lo micro y lo macro. "El uso del concepto de redes de intercambio permite el desarrollo de una teoría puente que cierre la brecha conceptual

entre los individuos aislados o las díadas y los grandes agregados o conjuntos de individuos (grupos o asociaciones formales, vecindarios, partidos políticos, etc.)".

Emerson y Cook aceptan las premisas micro de la teoría del intercambio y las toman como punto de partida, y señalan que "el enfoque del intercambio centra su atención en los beneficios que las personas obtienen y con los que contribuyen al proceso de la interacción social". En definitiva, aceptan los principios conductistas del condicionamiento operante como punto de partida y subraya tres supuestos principales de la teoría del intercambio:

- Las personas para quienes los eventos son beneficiosos tienden a actuar racionalmente a fin de que estos eventos ocurran.
- Las personas acaban finalmente saciadas de los eventos conductuales, de manera que la utilidad de estos eventos disminuye.
- Los beneficios que obtienen las personas de los procesos sociales dependen de los beneficios que son capaces de proporcionar en el intercambio. Esto confiere a la teoría del intercambio su preocupación focal por el flujo de beneficios en la interacción social.

La interacción es tratada como un proceso donde los sujetos (actores o agentes) se proveen mutuamente de recursos de significación para ambos. El término actor o agente refiere a una persona, rol o a un grupo que actúa como una sola unidad (Emerson, 1972). Y el término 'recursos' se define como cualquier bien, concreto o simbólico, que pueda convertirse en objeto de intercambio y cuya naturaleza puede ser material, social, o psicológica. La interacción se basa en la relación de dos o más individuos que interactúan para conseguir metas que les resulten mutuamente beneficiosas. Una red de intercambio tiene los siguientes componentes (Cook, Emerson, Gilmore y Yamagishi, 1983):

- Un conjunto de actores que pueden ser individuos o colectividades.

- Recursos valiosos que se distribuyen entre los actores.
- Existe una serie de oportunidades de intercambio entre todos los actores de la red.
- Las relaciones de intercambio, o las oportunidades de intercambio, existen entre los actores.
- Las relaciones de intercambio están conectadas unas a otras en una única estructura de red.

En definitiva, una 'red de intercambio' es una estructura social específica formada por dos o más relaciones de intercambio conectadas entre los actores". (Cook *et al.*, 1983). Por tanto, para que se establezcan una interacción social tienen que cumplirse dos condiciones: la primera de ellas se refiere a que la conducta ha de ser orientada hacia metas cuya satisfacción solo puede ser alcanzada a través de la interacción con los demás (Cook *et al.*, 1983), y la segunda hace referencia a que la interacción tiene que proveer de los medios necesarios para llegar a dichas metas (Blau, 1964).

Estudios posteriores que abarcan diferentes ámbitos confirmaron la vigencia de esta teoría, entre ellos podemos mencionar el de Janssen (2000), el cual utilizando la teoría del intercambio social, estableció la relación entre las demandas de trabajo y el comportamiento sobre la innovación en el trabajo cuando se percibe imparcialidad entre los elementos esfuerzo–recompensa.

En el 2003, Magdol y Bessel trabajaron en la incidencia de la movilidad residencial en los intercambios sociales; McGehee y Andereck (2004) realizaron un estudio basado en esa teoría para determinar los factores que predicen el apoyo de los residentes al turismo rural. Gould-Williams y Davies (2005), en el cual utilizando la teoría del intercambio social predicen los efectos de la práctica de la gestión de los recursos humanos en los resultados de los empleados y en 2013 Cifre y Navarro plantean una investigación en la que se aplica la teoría del intercambio social a los

recursos humanos y la responsabilidad social empresarial, planteando que el ofrecimiento de empleabilidad por parte de la empresa puede ser visto como un intercambio social.

2.2. Actitud de los residentes hacia los impactos del turismo

2.2.1. Introducción

En el presente epígrafe, abordamos una revisión de la literatura existente sobre la percepción de los residentes de los impactos del turismo, desde los primeros estudios realizados, los cuales datan de los años 60, hasta los más recientes. Además se analizan las principales teorías propuestas para comprender mejor las percepciones de los impactos del turismo por los residentes, analizando también el enfoque de la teoría del intercambio social, que es la usada por la mayoría de investigadores en este campo. A continuación abordaremos el tema de los impactos del turismo, finalizando con el análisis de aquellos factores que afectan a la percepción que los residentes tienen de los impactos del turismo.

2.2.2. El estudio de la actitud de los residentes hacia los impactos del turismo

Son muchas las instituciones, tanto de carácter público como privado, tanto a nivel nacional, autonómico a provincial que apoyan el desarrollo turístico como un medio para mejorar la calidad de vida de los residentes. Ahora bien, este apoyo al desarrollo de la actividad turística, no solo tiene interés para las instituciones y/o

empresas, sino que los residentes de una determinada localidad, también ven en el desarrollo turístico una vía que les puede permitir mejorar su calidad de vida.

Es evidente, que el desarrollo del turismo, lleva implícito una serie de impactos, de distinto carácter, y son muchos los modelos y desde muchas disciplinas las que han intentado valorar “objetivamente” los impactos del turismo en la población anfitriona (por ejemplo modelos input-output). Estos estudios han proporcionado una información muy valiosa que ha permitido conocer de forma más detallada los impactos del turismo, pero dichos estudios no han contemplado la opinión, percepciones o actitudes de la comunidad anfitriona de los mencionados impactos. Entre estos estudios podemos destacar los realizados por Archer y Fletcher (1996); Wagner (1997); Dwyer, Forsyth y Spurr (2004); Walpole y Goodwin (2000) y Witt y Moutinho (2004).

Aunque como hemos mencionado, los impactos del turismo se han tratado de medir desde una perspectiva más “objetiva”, la corriente dominante en este ámbito de estudio ha sido la que lo ha abordado desde una perspectiva “subjetiva”, desarrollando una serie de escalas e ítems para tratar de medir las percepciones de los residentes de los impactos del turismo, así como el apoyo o rechazo al desarrollo del mismo. Entre ellos podemos destacar, por su importancia, los realizados por Ap y Crompton (1998); Perdue, Long, y Allen (1990); Ap (1992); Jurowski, Uysal y Williams (1997); Lindberg y Johnson (1997); Yoon (1998) y Yoon, Gursory y Chen (2000).

La literatura existente, que aborda el análisis de la percepción de los impactos del turismo por la comunidad anfitriona es bastante extensa (Akis *et al.*, 1996; Korca, 1996; Andereck y Vogt, 2000; Andriotis y Vaughan, 2003; Gursoy y Rutherford, 2004; Choi y Sirakaya, 2005), debido a que aunque sus orígenes se remontan a los años 60, sigue siendo un tema que ha continuado despertando el interés de los investigadores a lo largo de los años.

En un intento de resumir la literatura al respecto, Jafari, (1989) expone que en la década de los 60 las investigaciones se centraban mayoritariamente en los aspectos positivos de la actividad turística, en la época de los 70 empiezan a aparecer estudios donde el principal objetivo de investigación consiste en abordar los aspectos

negativos del turismo, para equilibrarse en la década de los 80 donde los investigadores comienzan a abordar tanto los impactos positivos como negativos de forma conjunta en sus investigaciones.

Los primeros estudios que abordan el tema son mayoritariamente de naturaleza descriptiva y se centran en documentar y delimitar los impactos del turismo en el destino turístico analizado, pero hay que señalar que fueron el punto de partida para que numerosos investigadores orientaran sus esfuerzos hacia el estudio de los impactos del turismo, así como de las percepciones/actitudes de los residentes hacia los mismos.

Consideramos importante el estudio de la percepción de los impactos del turismo por parte de los residentes de una comunidad, ya que ofrece una visión de la influencia que la actividad turística tiene sobre la calidad de vida de los habitantes de dichas localidades. Son numerosos estudios realizados que han analizado, identificado y documentado los diferentes impactos que se atribuyen a la actividad turística, esto es, económicos, socio-culturales y medioambientales (Pearce, 1980; Cooke, 1982; Allen, Long, Perdue, y Kieselbach, 1988; Johnson, Snepenger y Akis, 1994; Ritchie, 1993; Akis *et al.*, 1996; Korka, 1996; Andereck y Vogt, 2000; Andriotis y Vaughan, 2003; Gursoy y Rutherford, 2004; Choi y Sirakaya, 2005), poniendo de manifiesto la importancia que los agentes implicados deben otorgar al análisis de los impactos, especialmente a los negativos.

Si no se analizan ni se tienen en cuenta los impactos negativos, éstos tendrán una repercusión negativa sobre la calidad de vida de los residentes, que llevará a una percepción negativa de la actividad turística en la zona y que pondrá en “tela de juicio” la contribución de la misma a la sociedad (Gursoy *et al.*, 2002). La creencia de que los impactos negativos derivados del turismo merman la calidad de vida de los residentes, podría tener como consecuencia comportamientos no deseados en la interacción de los anfitriones con los visitantes, la no recomendación del lugar como destino, llegando en algunos casos a que se originen protestas contra los turistas, como es el caso de Malia en Creta.

En la literatura relacionada con el turismo, es ampliamente reconocido que el papel que desempeñan los residentes es crucial para el desarrollo del mismo, ya que la hospitalidad y las actitudes locales hacia los que nos visitan han sido identificados en numerosos estudios como atractivos del destino y son fundamentales para la satisfacción del visitante, para la repetición de visita, así como para la recomendación del destino (Hoffman y Law, 1981; Allen *et al.*, 1988; Ross, 1993, Bachleitner y Zins, 1999; Chaudhary, 2000; O'Leary y Deegan, 2003).

Entre otros, Scott, Schewe y Frederick. (1978) y Bachleitner y Zins (1999), han confirmado la importancia de las actitudes de la comunidad anfitriona hacia los visitantes, en la visión global que se tiene de un lugar como destino turístico. Al mismo tiempo Hoffman y Law (1981) concluyen que la actitud de los residentes hacia los turistas es una de los factores a los que se le da mayor importancia a la hora de la elección de un destino turístico, incluso algunos autores como Ross (1994) y Andriotis y Vaughan (2003) afirman que una actitud positiva hacia el turismo por parte de los residentes, tiene un efecto positivo en la actividad turística, ya que incrementa por una parte la recomendación del destino y por otra la probabilidad repetir la visita por parte del turista. La importancia del papel que desempeñan los anfitriones en la actividad turística, ya fue puesta de manifiesto hace ya algunos años por Zehnders. Este autor afirma que “de todos los factores que determinan el placer y el disfrute de los viajes, no hay ninguno más importante que la forma en que los viajeros son tratados por los residentes locales de las zonas turísticas” (Belisle y Hoy, 1980).

De todo lo anteriormente expuesto podemos deducir que los residentes desempeñan un papel fundamental en el desarrollo del turismo y que una vez comienza la actividad turística de la zona, la calidad de vida de los mismos se ve afectada por el desarrollo de dicha actividad, a través de los impactos que se perciben del turismo. El hecho de que estos impactos puedan ser tanto positivos como negativos, ponen de manifiesto que el desarrollo de un destino turístico debe ser meticulosamente planificado.

Autores como Cooke (1982); Murphy (1985) y Lankfors (1994) han apoyado la utilización de la percepción que de los impactos del turismo tienen los anfitriones de una comunidad como input para planificar el desarrollo de la actividad turística,

tratando con ello de maximizar los efectos positivos de la misma, y al mismo tiempo minimizar los impactos negativos que se derivan por la presencia de turistas en el destino, además destacan el papel tan importante que los residentes desempeñan en el éxito de un destino. Al mismo tiempo la forma en la que son percibidos los impactos del turismo, juega un papel fundamental en el apoyo que la comunidad anfitriona dará al turismo (Yoon *et al.*, 2001; Gursoy *et al.*, 2002).

En definitiva, las investigaciones realizadas en este campo, son fundamentales para conocer los impactos de la industria turística en el destino, el cómo se perciben estos impactos, la influencia que puede tener en sus percepciones y cómo están dispuestos a apoyar el desarrollo turístico de la zona. Todo esto, a su vez, ayuda a una mejor planificación y gestión de la actividad turística, así como a conseguir el apoyo de los residentes hacia el turismo.

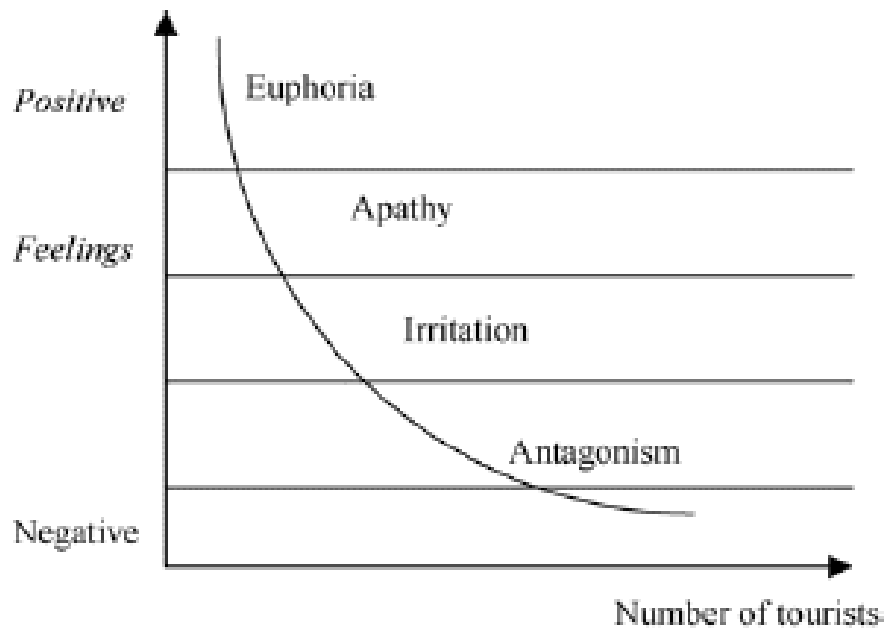
2.2.3. Teorías aplicadas al estudio de las actitudes de los residentes hacia los impactos del turismo

Con el objetivo de explicar la percepción del turismo de los residentes, distintos investigadores han propuesto la aplicación de distintos modelos, ejemplos son el “Index of Tourist Irritation” o “Irridex” propuesto por Doxey, (1975), donde desarrolla un modelo en cuatro etapas con el que intenta explicar las respuestas de los anfitriones hacia el desarrollo del turismo. Otros ejemplos son la teoría del ciclo de vida del destino (Butler, 1980), teoría de los grupos de interés (Freeman, 1984), teoría del intercambio social (Homans, 1961; Blau, 1964; Perdue *et al.*, 1987; Ap, 1992), teoría de la máquina del crecimiento (Molotch, 1976; Molotch y Logan, 1984; Canan y Hennessy, 1989), teoría de las representaciones sociales (Moscovici, 1984; Pearce, Moscardo y Ross, 1996), la teoría del poder (Kayat, 2002), la teoría de la equidad (Pearce *et al.*, 1991), la teoría del juego y compensación (Bystrzanowski, 1989) y la teoría de la atribución (Pearce, 1989).

En este epígrafe analizaremos algunas de las metodologías empleadas por los investigadores, centrándonos en la teoría del intercambio social, al ser la que sirve de base para el modelo propuesto en la presente investigación.

La aportación de Doxey (1975), “Index of Tourist Irritation” es considerada una de las investigaciones más importantes realizadas en la explicación de las actitudes de los residentes hacia el turismo. En este estudio, Doxey argumenta que a medida que va creciendo el desarrollo turístico de una zona, los umbrales de tolerancia de sus residentes disminuyen, dando lugar a una creciente hostilidad hacia el turismo. Este autor identificó cuatro etapas de “Irridex” o reacción de los anfitriones hacia el turismo: *Euforia* (en la que los turistas son bienvenidos), *Apatía* (en la que los turistas son un hecho y se da por sentado que vienen), *Irritación / Molestia* (fase en la que los residentes se estresan) y *Animadversión* (fase en la que los residentes manifiestan abiertamente su rechazo por los visitantes).

Gráfico 2.6: Representación gráfica “Irridex”



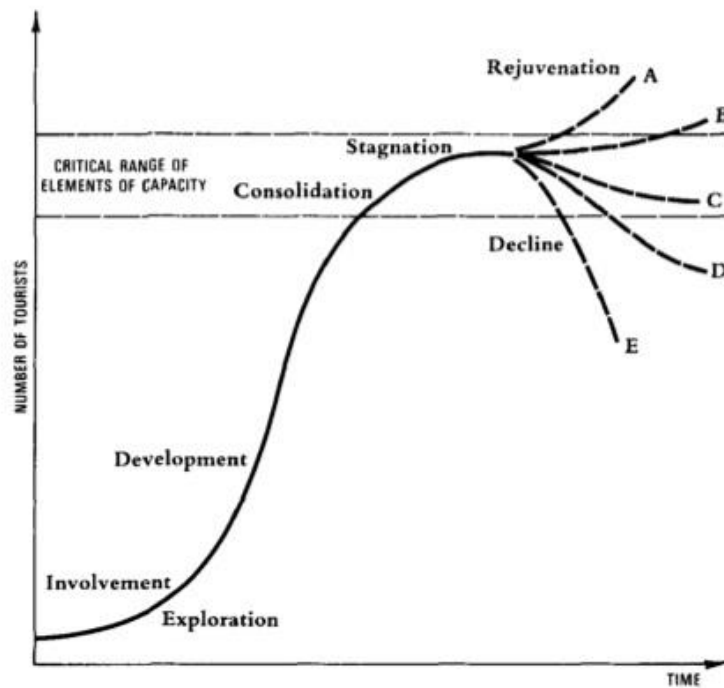
Fuente: Doxey (1975)

Según Doxey, las actitudes de los residentes pasarán por estas cuatro etapas a medida que incrementa el volumen de visitantes de un lugar. La etapa de *Euforia*, está asociada con los inicios de la actividad turística en la zona, mientras que la fase de *Animadversión* se asocia a las etapas de estancamiento y declive del destino. Son distintos investigadores los que han aplicado este modelo a la práctica y que han puesto de manifiesto evidencias suficientes para apoyar esta teoría (Dogan, 1989; Ap y Crompton, 1993; Snepenger, O`Connell y Snepenger, 2001; Tosun, 2002; Mohamed y Mohamed 2010).

Otra de las teorías destacadas es la “Teoría del ciclo de vida del destino turístico” desarrollada por Butler (1980). El modelo del ciclo de vida del destino turístico de Butler se fundamenta en la Teoría del Ciclo de Vida del producto propuesta por Dean (1950) en el ámbito de gestión del Marketing, adaptándola a los destinos turísticos como si de un producto se tratase, y teniendo en cuenta dimensiones relacionadas con las infraestructuras, actitudes de los turistas y residentes, implicación de agentes locales y externos en la comercialización del producto, accesibilidad a los destinos y competencia de los mismos.

Según los estudios de Butler (1980), las fases que atraviesa un destino son: *exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive*. Cada etapa presenta una serie de rasgos característicos en cuanto a la situación de la demanda, la oferta, la comercialización y la competencia. Este modelo supone que los impactos del turismo varían en función de la etapa del ciclo en la que se encuentre el destino y en consecuencia la percepción de los impactos puede también variar en cada una de esas etapas.

Gráfico 2.7: Teoría del ciclo de vida del destino turístico de Butler



Fuente: Butler (1980)

Aunque la importancia de estos dos modelos, que acabamos de exponer, reside en la contribución que han supuesto en el conocimiento y comprensión de los cambios que se producen en las actitudes de los anfitriones hacia el turismo, ambas teorías no han estado exentas de críticas, al argumentar que son más bien simplistas al tratar al grupo de encuestados como un grupo homogéneo.

El estudio de Weaver y Lawton (2001) realiza un análisis de segmentación de los residentes, a partir del cual establecen tres segmentos en función a las actitudes mostradas por la población local con respecto al desarrollo del turismo en Tamborine Mountain, Australia. Una cuarta parte de la población constituían los denominados *partidarios*, siendo por lo general nuevos residentes de la zona que mantenían un mayor contacto con los turistas. Un segundo grupo llamado *neutrales*, formado por la mitad de la población, los cuales teniendo en cuenta los beneficios económicos del turismo, mostraban ambivalencia hacia los impactos sociales. Un tercer grupo denominado *oponentes*, sólo se mostraban de acuerdo en que el turismo generaba empleo. Otros autores que contemplan la segmentación de los anfitriones en sus

investigaciones son por ejemplo Davis *et al.* (1988); Ryan y Montgomery (1994); Madrigal (1995); Fredline y Faulkner (2000); Weaver y Lawton (2001); Williams y Lawson (2001); Pérez y Nadal (2005) y Brida, Osti y Barquet (2010).

Un considerable esfuerzo para explicar las percepciones de los residentes hacia los impactos del turismo, se ha hecho a través de la aplicación de la “Teoría de la Representación Social” (Pearce *et al.*, 1996). Esta teoría, ya mencionada en el epígrafe anterior, fue desarrollada inicialmente por Moscovici (1981), el cual define las representaciones sociales como “sistemas de ideas preconcebidas, imágenes y valores que tienen su propio significado cultural y persisten independientemente de la experiencia del individuo”. Esta teoría tiene como objetivo comprender y explicar cómo y por qué la gente piensa en sus experiencias diarias y cómo una realidad social más amplia influye en estos pensamientos.

Moscovici (1988), en particular, sugiere tres formas de representaciones sociales: *Hegemónico* (universalmente aceptado), *Emancipado* (grupos con percepciones ligeramente distintas) y *Polémicos* (grupos con percepciones totalmente opuestas). De acuerdo con su teoría, estas percepciones se pueden formar a través de la propia experiencia, la interacción social y los medios de comunicación.

Pearce *et al.* (1996) afirman que la teoría de las representaciones sociales puede ser aplicada para tratar de comprender las reacciones sociales dentro de una comunidad, como por ejemplo, el estudio de las actitudes de los residentes de hacia los impactos del turismo. Más concretamente para comprender valores, creencias y actitudes, que los residentes de una determinada localidad, ya sea de forma individual o en grupo, tienen hacia el turismo.

Son numerosos los estudios que han utilizado el análisis de segmentación para revelar la existencia de distintos segmentos que presentan diferencias y similitudes en las actitudes hacia el turismo, identificando las razones que los hacen pertenecer al grupo y los diferencia del resto de segmentos (Madrigal, 1995; Fredline y Faulkner, 2000; Weaver y Lawton, 2001; Williams y Lawson, 2001; Pérez y Nadal, 2005). Sin embargo, la aplicación de esta teoría tampoco ha estado exenta de críticas tachándola de imprecisa y poco delimitada (Andriotis y Vaughan, 2003).

La teoría de los “Stakeholders” propuesta inicialmente por Freeman en 1984, también ha sido objeto de aplicación en la literatura que aborda el estudio de los impactos del turismo. Esta teoría sugiere que los residentes no son homogéneos, sino que existen varios grupos de “stakeholders” dentro de la comunidad anfitriona. Por “stakeholders” se entiende un *actor* o *parte interesada*, individual o grupal, el cual puede estar afectado o puede estarlo por los objetivos que persigue una organización (Freeman, 1984).

Esta teoría también ha sido objeto de aplicación en el ámbito turístico, para examinar las percepciones de los residentes de los impactos del turismo o la colaboración de los mismos en el desarrollo de zonas turísticas (Keogh, 1990; Jamal y Getz, 1995; Ladkin y Bertramini, 2002; Aas, Ladkin y Fletcher, 2005; Easterling, 2005; D'Angella and Go, 2008; Byrd, Bosley y Dronberger, 2009; Presenza y Cipollina, 2010). Esta teoría también ha sido aplicada para estudiar los impactos del turismo comparando la percepción de los impactos del turismo entre distintos grupos dentro de la comunidad anfitriona, como por ejemplo residentes, empresarios e instituciones públicas (Lankford, 1994) entre residentes y empresarios (Andriotis, 2005), o residentes, empresarios, instituciones públicas y turistas (Byrd *et al.*, 2009).

En una investigación realizada por Easterling (2005) se aplica la teoría de los “stakeholders” segmentando a los residentes en cuatro grupos en función del lugar de nacimiento. Los resultados de esta investigación no fueron ajenos a la polémica, sin embargo, el estudio plasmó que había diferencias respecto al planteamiento inicial, como por ejemplo que existía mucho grado de acuerdo o desacuerdo entre los distintos segmentos planteados. De forma contraria el estudio realizado por Byrd *et al.* (2009), sirvió para refutar la teoría de los “stakeholders” aplicada al turismo, ya que este caso sí que se puso de manifiesto que existían diferentes percepciones de los impactos del turismo entre los distintos segmentos analizados (anfitriones, gobierno local, empresas y turistas).

Otro intento de explicar las actitudes de los residentes hacia los impactos del turismo, es la realizada por Kayat (2002). Este autor combina la teoría del poder con la teoría del intercambio social, entendiendo por poder la capacidad que pueden tener los residentes de un lugar para controlar los recursos necesarios para el desarrollo del

turismo y asegurarse un retorno personal, en términos de beneficios del mismo. En concreto considera fuentes de poder (que afectan a la capacidad de influir en el proceso de intercambio), la propiedad del terreno, el capital, el conocimiento, el liderazgo y la edad.

En su estudio, Kayat, sostiene que los encuestados con *poco poder*, tienen una mayor dependencia del turismo y por lo tanto tendrán actitudes positivas hacia el mismo. Aunque encontró que los residentes menos *poderosos* se mostraban más favorables hacia el desarrollo del turismo, la diferencia era mínima y no significativa, llegando a la conclusión de que ambos grupos eran altamente dependientes del turismo, lo que no le permitió contrastar empíricamente esta teoría.

2.2.4. La teoría del intercambio social en el estudio de las actitudes de los residentes hacia el turismo

En palabras de Gursoy y Rutherford (2004), es de gran importancia para todos los agentes implicados el conocer los antecedentes del apoyo de los residentes de un destino al desarrollo turístico del mismo, ya que parte del éxito y la sostenibilidad del proyecto depende de la implicación de la población local. Es por ello, que el marco de estudio del residente siga interesando a los investigadores en la actualidad desde sus orígenes en los años sesenta.

Aunque destacados estudios han utilizado como fundamento análisis conceptuales como teorías de juegos, dependencia, compensación, conflicto y atribución, los investigadores en turismo han prestado un mayor interés a las orientaciones teóricas que provienen de las ciencias sociales, como la sociología y la psicología para fundamentar los modelos propuestos (Harrill, 2004). Entre ellas, destacan el enfoque inductivo y, como modelo teórico de apoyo la teoría del intercambio social.

Efectivamente, para la medición de percepciones y actitudes se han propuestos modelos multiatributos en el campo del comportamiento (Um y Crompton, 1990) que frecuentemente usan el enfoque inductivo el cual conceptualiza las actitudes desde los componentes cognoscitivos, afectivos y conductuales (CAC). Este modelo psicológico es usado en turismo por Bystrzanowski (1989); Pearce (1989); Ap (1992) y Vaughan y Edwards (1999) entre otros. Estos autores describen cada componente en los siguientes términos:

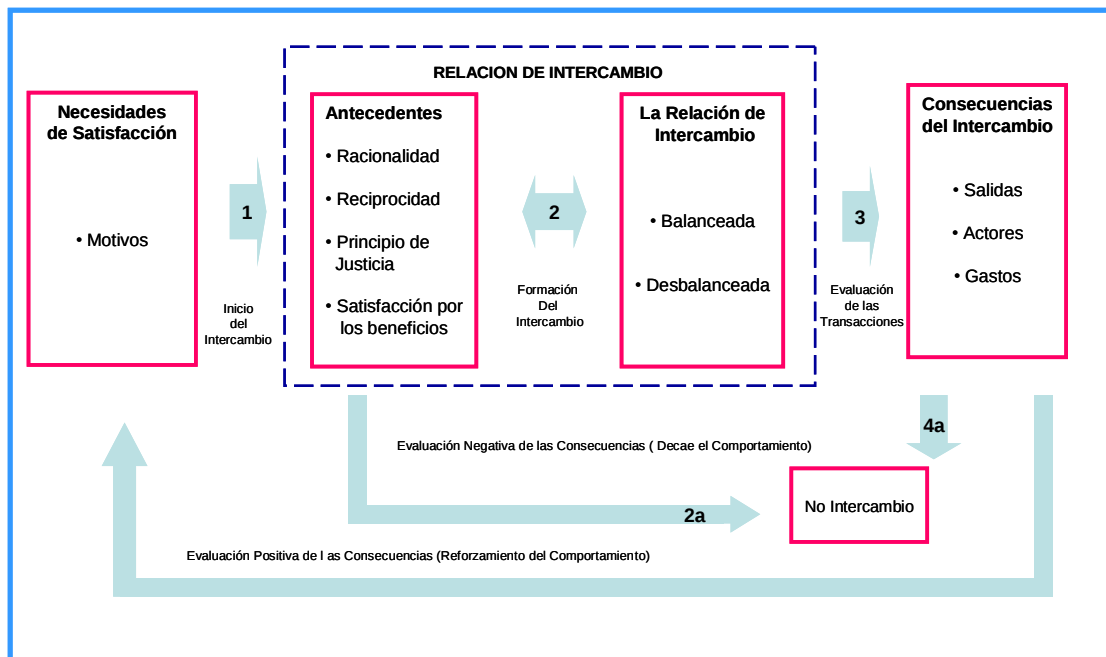
- Componente cognoscitivo: se refiere a cómo los residentes describen el impacto del turismo en función de los atributos físicos del área donde viven (ambiente, construcción, personas).
- Componente afectivo: se centra en interpretar o explicar la percepción individual y comunitaria sobre el gusto o el disgusto que le puede generar el turismo.
- Componente conductual: está relacionado con las reacciones de los individuos.

En cuanto a la teoría que más ha sido aplicada para analizar la actitud de los residentes hacia el turismo está la teoría del intercambio social, como hemos comentado con anterioridad. Dado el número de trabajos que la utilizan como marco teórico, podemos afirmar que la teoría del intercambio social está considerada como el marco más apropiado para ofrecer una explicación de las principales causas implícitas en el proceso de percepción de los impactos producidos por el contacto directo de los flujos turísticos y sus efectos sobre los residentes (Stuton, 1967; Nash, 1989; Perdue *et al.*, 1990; Ap, 1992; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Chen y Gursoy, 2001; Yoon, 2002; Andriotis y Vaughan, 2003; Bramwell, 2003; Gursoy y Rutherford, 2004; McGehee y Andereck, 2004; Andereck *et al.*, 2005; Haley, Snaith y Miller, 2005; Renda, Mendes y Oom do Valle, 2011, Assante, Wen y Lottig, 2012; Lo, Ramayah y Hui, 2014). Desde este enfoque, los residentes evalúan el turismo en términos de intercambio social, es decir, en términos de beneficios o costes.

Ap (1992) propone un paradigma del intercambio social que pueda facilitar la comprensión de las causas por las que los residentes de un destino turístico

determinado perciben los impactos del turismo de manera positiva o negativa. El modelo aborda el proceso en el que los residentes se implican en los intercambios del turismo, mantienen estos intercambios y se desligan de los mismos (gráfico 2.8).

Gráfico 2.8: Modelo del Proceso de Intercambio Social



Fuente: Adaptado de Ap (1992)

Los componentes básicos implicados en dicho proceso son:

Las necesidades de satisfacción, es el punto de partida para cualquier intercambio ya que es un motivador del comportamiento. A menos que exista una necesidad, no hay motivación, ni base para que el sujeto pueda iniciar voluntariamente el intercambio con otro sujeto. Estos motivos constituyen la fuerza impulsora del intercambio de aquella comunidad que desarrolla el turismo con el propósito de mejorar el bienestar económico, social y psicológico de sus miembros.

Antecedentes del intercambio, representan las oportunidades de obtener beneficios en una situación de intercambio. Los antecedentes expuestos en el modelo (racionalidad, reciprocidad, principio de justicia y satisfacción por los beneficios), son adaptados de Searle (1991) y son vistos como una oportunidad percibida por al menos uno de los actores del intercambio

La Relación de intercambio, la necesidad de intercambio puede activarse internamente o puede ser estimulada por una imposición desde una fuente externa. Las relaciones de intercambio se aplican tanto a individuos como a colectivos. En el nivel colectivo puede haber subgrupos que no comparten puntos de vistas unánimes en las mismas cuestiones; algunas investigaciones existentes demuestran que las percepciones de los impactos del turismo varían significativamente entre los grupos (Haralambopoulos y Pizam, 1996; Ko y Stewart, 2002; Haley *et al.*, 2005)

Las consecuencias del intercambio y del no intercambio, el desarrollo de un intercambio da lugar a una interacción y su evaluación está vinculada a la relación y a la valoración de las consecuencias del intercambio. La evaluación de las consecuencias del intercambio es positiva cuando ésta se ve recompensada y las necesidades satisfechas, reforzándose el comportamiento de manera que es probable que se sigan produciendo intercambios futuros. Alternativamente, si las condiciones del intercambio se han evaluado como negativas, después de producirse el intercambio, es probable que el comportamiento sea retirado sin que en el futuro vuelva a producirse. Los resultados de esas experiencias favorables de intercambio provechoso pueden dar lugar a sensaciones de seguridad financiera, mejora de la calidad de vida de la población anfitriona y actitudes favorables hacia la actividad turística (Akis *et al.*, 1996; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Faulkner y Tideswell, 1997; Jurowsky *et al.*, 1997; Haley *et al.*, 2005).

La teoría del intercambio social aplicada a las actitudes, estipula que los residentes pretenden lo que consideran como un equilibrio entre los beneficios y lo que ellos ofrecen como compensación, en este proceso de intercambio, ofrecen a la vez, apoyo para proyectos apropiados de desarrollo, así como hospitalidad, colaboración y tolerancia hacia los posibles perjuicios o efectos negativos que la actividad pueda provocar.

Examinando la evolución del concepto de actitud del residente en el campo turístico, y bajo la teoría del intercambio social, tenemos un primer bloque de investigadores pioneros (Murphy, 1985; Akis *et al.*, 1996; Haralambopulus y Pizam, 1996; Faulkner y Tideswell, 1997; Lindberg y Jonson, 1997; Jurowsky *et al.*, 1997), cuyo propósito fue investigar la percepción de los residentes sobre los impactos del turismo y las relaciones existentes entre esas percepciones y las variables predictoras, incluyendo como variables el rol del turismo en la economía local, los beneficios personales que se pueden obtener, y su incorporación y vinculación con la actividad turística.

Por otra parte existe un grupo de autores que centraron su trabajo en medir actitudes y evaluar sus relaciones con los impactos percibidos. En esta línea los investigadores han llegado a un cierto consenso, que agrupa los impactos, beneficios y costes, en tres categorías: económicos, socio-culturales y medioambientales (Murphy, 1985; Haralambopulus y Pizam, 1996; Peristianis, y Warner, 1996; Lindberg y Jonson, 1997; Faulkner y Tideswell, 1997; Andereck y Vogt, 2000; Gursoy, *et al.*, 2002; Yoon, 2002; Andriotis y Vaughan, 2003; Bramwell, 2003; Andereck *et al.*, 2005).

Quizás los dos trabajos más conocidos y de referencia obligada en el estudio de la actitud de los residentes en el desarrollo del turismo son el de Perdue *et al.* (1990) y el de Jurowsky *et al.* (1997). El primero, utilizando la teoría del intercambio social, se centra en la determinación de los factores que inciden en las percepciones y actitudes sobre los impactos del turismo, a partir del análisis de las influencias existentes entre el apoyo institucional complementario al desarrollo del turismo y dichas percepciones. Los resultados se obtuvieron de un estudio longitudinal aplicado a una población australiana, cuyo objetivo era indagar sobre los impactos producidos por un evento deportivo internacional. Una de las variables de influencia identificada fueron los beneficios: cuando las ventajas personales obtenidas del turismo son controladas, los residentes con opiniones positivas apoyan al desarrollo adicional y específico del turismo.

Madrigal (1993) también destaca que esta teoría está relacionada con el análisis económico de la interacción que se centra en el intercambio de beneficios y costes entre los distintos agentes implicados. Señala que la asunción que subyace en este

intercambio es la disposición para maximizar los beneficios y minimizar los costes por parte de los residentes. Éstos estarán dispuestos al intercambio siempre que puedan obtener beneficios sin incurrir en costes inaceptables.

El segundo de los trabajos mencionados, desarrollado por Jurowsky *et al.* (1997), expresan que la comunidad participará, de manera activa y positiva, en un intercambio con el turista si considera que los beneficios superan los costes. El residente participará del desarrollo turístico siempre y cuando perciba un balance positivo de su relación con la actividad turística (Allen *et al.*, 1993). Beneficios y costes que se derivan de las dimensiones económica, social-cultural y medioambiental, y que estarán condicionados por los factores internos y externos al residente, los cuales abordaremos más adelante.

Jurowski *et al.* (1997) identifican siete componentes que miden y comparan por qué los residentes de una comunidad tienen diferentes percepciones de los mismos utilizando la teoría del intercambio social. En el modelo propuesto se plantea como los potenciales beneficios económicos, el uso de los recursos turísticos, la actitud medioambiental y el apego a la comunidad, así como los factores de intercambio afectan a las percepciones de los impactos del turismo y cómo ambos afectan directa o indirectamente al apoyo por parte de los mismos al desarrollo turístico.

Como conclusión podemos ver, que de entre las diferentes teorías que se han aplicado al estudio las actitudes de los residentes respecto al turismo se ha demostrado que la teoría del intercambio social, facilita el estudio y una explicación lógica de los impactos, tanto positivos como negativos, del turismo, así como permite explicar la relaciones entre los factores que influyen en el intercambio y sus consecuencias. La base que sustenta esta teoría permite explicar el proceso que implica el intercambio entre el turismo y los residentes. Desde que los residentes han sido considerados como una pieza fundamental que influye en el éxito o fracaso de la actividad turística en una región, su participación y grado de implicación es considerado, dentro de la planificación y desarrollo turístico, como crucial. La teoría del intercambio social proporciona una base teórica para identificar los impactos percibidos del turismo y la actitud de los residentes hacia el mismo.

2.3. Los impactos del turismo

2.3.1. Introducción

Es evidente, que los residentes de una localidad ven, en el desarrollo turístico, una serie de beneficios pero también de costes. El conocer la percepción que de éstos tienen los anfitriones, es fundamental a la hora de planificar e impulsar el desarrollo o crecimiento turístico de una determinada localidad. De la revisión de la literatura, se hace evidente que, el turismo tiene impactos económicos, socio-culturales y medioambientales para la sociedad.

Entre los impactos económicos asociados al turismo podemos señalar, entre otros, el incremento de la oferta de empleo, la mejora del nivel de vida, el incremento de impuestos o incluso el incremento del coste de la vida. Los impactos socio-culturales hacen referencia a aspectos tales como incremento de la oferta cultural, mejora de los servicios públicos e incluso incremento de la delincuencia entre otros. Respecto a los impactos medioambientales, nos encontramos que el desarrollo turístico ayuda a preservar los recursos naturales que suponen atractivo turístico, incremento de la oferta de zonas de recreo, pero por otro lado también se piensa que provoca incremento del tráfico, del ruido o de la contaminación, entre otros.

En el presente epígrafe nos adentraremos más detalladamente en el desarrollo de los mencionados impactos, así como en los factores que influyen en que estos impactos se perciban de manera distinta por los habitantes de una localidad, tales como el apego que se tiene a la zona o la concienciación medioambiental que tiene cada uno de sus residentes.

2.3.2. Visión General de los Impactos del Turismo

Metodológicamente, las percepciones de los impactos han sido medidas usando un número de ítems medidos por lo general con una escala de Likert de 5 puntos. Estos ítems han sido agrupados en distintas escalas, por ejemplo a través del análisis factorial, (Liu *et al.*, 1987; Long, Perdue y Allen, 1990; Lankford 1994; McCool y Martin, 1994; Andereck y Vogt, 2000). Aunque los factores que han surgido de cada estudio son significativamente diferentes, también existe similitud en muchos de ellos, de tal forma que en todos ellos se ha llegado a la conclusión de que los impactos percibidos del turismo tienen dimensiones tanto positivas como negativas.

Entre los factores encontrados están por ejemplo: factores relacionados con el desarrollo (Liu *et al.*, 1987; Long *et al.*, 1990; McCool y Martin, 1994; Andereck y Vogt, 2000;), factores relacionados con los impuestos (Perdue *et al.*, 1990; McCool y Martin, 1994), factores de interacción social (Sirakaya, Teye y Sonmez, 2002) y factores de calidad de vida (Liu *et al.*, 1987; Andereck y Vogt, 2000).

En resumen podemos concluir que, en la mayoría de los casos, los residentes han tenido una actitud positiva hacia el desarrollo del turismo, aunque si bien hemos de señalar que existen algunas excepciones como por ejemplo la investigación de Johnson, Snepenger y Akis (1994) donde se puso de manifiesto que los residentes de tres comunidades mostraron rechazo al desarrollo del turismo ya que se percibían los impactos negativos por encima de los positivos.

De todos los estudios revisados se tienen claro tres bloques de efectos del turismo sobre los residentes y las comunidades receptoras: efectos económicos, efectos socio-culturales y efectos medioambientales. Los impactos económicos incluyen elementos tales como incremento de la oferta laboral, ingresos adicionales, reactivación de la economía, inflación y deuda local. Entre los impactos socioculturales se incluyen elementos como el resurgimiento de las festividades tradicionales, incremento de la comunicación y el entendimiento intercultural, incremento de la delincuencia y cambios en las costumbres y tradiciones culturales, entre otros. Y por último los impactos medioambientales, en el cual se incluyen elementos como

protección de los parques, la flora y la fauna, contaminación del aire, agua y acústica, destrucción del ecosistema, vandalismo, congestión y muchos desperdicios.

A continuación expondremos con más detalle cada uno de los impactos mencionados en el presente epígrafe.

2.3.2.1. Impactos económicos

La percepción de los residentes de los impactos económicos del turismo, ha sido tratada ampliamente en la literatura. Las investigaciones han puesto de manifiesto que los residentes valoran la actividad turística como beneficiosa para la economía (Ritchie, 1988). En esta línea, diversos estudios, afirman que la actividad turística contribuye a incrementar el nivel de vida de la población anfitriona (Perdue *et al.*, 1990; McCool y Martin, 1994), más oportunidades de empleo e incremento de la calidad de vida (Johnson *et al.*, 1994; Gilbert y Clark, 1997), así como un incremento de la entrada de divisa en el país (Var y Kim, 1989 o Ahmed y Kronh, 1992). Además la actividad turística incrementa el empleo, las inversiones y la rentabilidad de las empresas locales (Var y Kim, 1990; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Silverberg, Backman y Backman, 1996)

Mientras algunos estudios se han centrado en los impactos económicos positivos del turismo sobre la comunidad receptora, otros han subrayado las consecuencias negativas. Entre los efectos económicos Liu y Var (1986) observaron que la percepción entre los residentes es que el turismo incrementa el empleo, las inversiones y la rentabilidad de las empresas locales. También determinaron que entre los efectos negativos se encuentra el incremento en el coste de la vida. Haralambopoulos y Pizam (1996) hallaron gran apoyo para los beneficios económicos como incremento del nivel de vida, disposición a trabajar en el turismo. Igualmente en el estudio muchos residentes percibían que con el turismo se incrementaban los precios de los servicios públicos.

En la medida que la actividad turística de un destino se incrementa, se generan nuevas oportunidades para el desarrollo, la inversión y el gasto en infraestructuras. El desarrollo de la actividad turística a menudo, conlleva mejoras tanto en los servicios

públicos (aceras, alcantarillados, alumbrado, ajardinamiento), como en las infraestructuras destinadas al transporte (mejora de la calidad de las carreteras, aeropuertos y/o transporte público) las cuales favorecen tanto a turistas como a residentes.

En el otro extremo nos encontramos con los impactos económicos negativos que se perciben del turismo, esto es, incremento del coste de la vivienda, del suelo, del precio de bienes y servicios, así como escasez de ciertos artículos (Perdue *et al.*, 1990; Jonhson *et al.*, 1994; Lankford, 1994; McCool y Martin, 1994; Brunt y Courtney, 1999; Tosun, 2002).

Entre los impactos turísticos positivos, cabe destacar el incremento de las oportunidades de empleo, generando ingresos y aumentando el nivel de vida. Tyrrell y Spaulding (1984), señalan que la creación de empleo es uno de los cuatro beneficios principales mencionados de la actividad turística. Por otro lado, la actividad turística, a veces, conlleva un importante número de empleos con remuneración baja, al mismo tiempo que hay que tener en cuenta que estos empleos suelen ser estacionales, creando situaciones de desempleo en la época de “temporada baja”.

Son numerosos los estudios que han constatado la identificación por parte de los anfitriones de un aumento del número de empleos a partir del desarrollo de la actividad turística, pero que al mismo tiempo han señalado las consecuencias negativas de una acelerada actividad dedicada a la construcción que podría conducir a una situación grave de desempleo a su finalización (Pizam, 1978; Liu y Var, 1986; Davis *et al.*, 1988; Keogh, 1990a; Soutar y McLead, 1993; Weaver y Lawton, 2001; Tosun, 2002)

Además de los estudios reseñados, existen otros que han analizado si el turismo ha originado una mejora en el nivel de vida, aumento de la inversión o generación de una mayor actividad en los negocios locales (Belisle y Holy, 1980; Liu *et al.*, 1987; Um y Crompon, 1987; Prentice, 1993; Tosun, 2002). Los resultados alcanzados ponen de manifiesto la percepción de una mejora en los ingresos, nivel de vida, inversiones y actividades de negocios relacionados con la actividad turística.

A la par que se perciben los impactos positivos mencionados hasta ahora, el turismo también se dice incrementa el coste de la vida, vía incremento de precios a raíz del incremento de demanda de bienes, servicios, suelo y vivienda. Estos impactos se han percibido por los residentes en varios estudios (Pizam, 1978; Belisle y Hoy, 1980; Keogh, 1990a; Weaver y Lawton, 2001; Tosun, 2002).

Si bien es cierto, que la actividad turística implica impactos económicos negativos y positivos derivados de la actividad turística, también lo que la mayoría de los estudios concluyen que los beneficios económicos derivados de la actividad turística son mayores que los costes que se le imputan (Sheldon y Var, 1984; Liu y Var, 1986; Weaver y Lawton, 2001)

2.3.2.2. Impactos Socioculturales

Si el turismo se percibe como un medio para el desarrollo (Gee, Makens y Choi, 1989) y muchos de sus beneficios económicos derivados pueden medirse objetivamente y servir como base para futuros desarrollos (Cohen, 1972), los efectos socio-culturales parecen ser algo más subjetivos e intangibles.

Así como desde la perspectiva económica su percepción es en general positiva (Perdue *et al.*, 1990; Johnson *et al.*, 1994; McCool y Martin, 1994; Gilbert y Clark, 1997), los factores socioculturales no siempre son positivos. A lo largo de los años, los investigadores han abordado muchos y variados aspectos relativos a las percepciones de los residentes sobre el desarrollo turístico. Pizam (1978) señala que la elevada concentración ha provocado la aparición de actitudes negativas por parte de los anfitriones. Rothman (1978) ha puesto de relieve las percepciones negativas de los ruidos, basura, tráfico, delincuencia, saturación e inflación turística.

Gursoy, Chi y Dyer (2009) concluyó en su investigación que el desarrollo del turismo afecta las características socioculturales de los residentes tales como su hábitat, sus rutinas diarias, su vida social, sus creencias y valores. Estos factores pueden generar tensión psicosocial como criminalidad, conflictos sociales y

congestión. Igualmente, en áreas con altos niveles de turismo, hay un incremento de la población producto de la relocalización de los nuevos residentes en las áreas foráneas (Perdue, Long y Gustke, 1991), la alta tasa de desarrollo viene acompañada por la falta de planificación y administración de la pobreza y puede en consecuencia perderse la identidad y cultura local y las tradiciones (Rosenow y Pulsiper, 1979; Gursoy *et al.*, 2009).

Igualmente, son varios los estudios que han identificado efectos hacia los valores y tradiciones familiares (Kousis, 1989), comercialización cultural (Cohen, 1988b), vandalismo (Brunt y Courtney, 1999; Tosun, 2002), drogas (Mok, Slater y Cheung, 1991; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Tosun, 2002), degradación moral (Mok *et al.*, 1991), alcohol y promiscuidad (King, Pizam y Milman, 1991), incremento de la prostitución (Cohen, 1988b; Mok *et al.*, 1991; Lankford, 1994; Lindberg y Johnson, 1997), juego (Pizam y Pokela, 1985), colapso de los servicios públicos (McCool y Martin, 1994; Lindberg y Johnson, 1997; Brunt y Courtney, 1999) y disminución en la hospitalidad de los residentes (Liu y Var, 1986).

No obstante, algunas investigaciones también revelan la percepción de aspectos positivos, figurando entre ellos la mejora de las infraestructuras locales (Belisle y Hoy, 1980) y mayor oferta de ocio (Davis *et al.*, 1988). Otros hallazgos significativos incluyen factores personales y demográficos que se sabe que influyen en las actitudes y percepciones, tales como la distancia entre la residencia y la zona turística central (Belisle y Hoy, 1980), la influencia de la antigüedad de la residencia en la comunidad (Liu y Var, 1986) y la edad, como en el caso del estudio de Bastias-Perez y Var (1996). El turismo puede ocasionar mejoras en los servicios de la comunidad, facilidades para la recreación y la cultura y un reencuentro con las actividades culturales (Gursoy *et al.*, 2009).

Liu y Var (1986), en su estudio realizado en Hawaïi, hallaron un fuerte soporte al turismo asociado con los beneficios culturales que puede generar en la población. Incorporaron variables como entretenimiento, exhibiciones culturales e históricas como una manera de fomentar intercambios culturales, las tradiciones y la reafirmación de la identidad. La mayoría de los residentes del estudio mencionado al comienzo de este párrafo, no le atribuyen costos sociales al turismo y afirmaron que

el turismo no afecta la tasa de criminalidad. Otros estudios se manifiestan de forma parecida al concluir que los residentes señalan que el turismo mejora la herencia cultural y fomenta las actividades culturales (Gilbert y Clark, 1997), el desarrollo de los parques naturales (McCool y Martin, 1994) y más oportunidades de recreación (Perdue *et al.*, 1990).

2.3.2.3. Impactos Medioambientales

A pesar de ser el turismo considerado una actividad que cuida el medioambiente, la realidad es que no siempre es así. En algunos casos pueden causar significativos daños medioambientales porque muchas veces se desarrollan en ambientes muy frágiles. A esto se suma el hecho de que las políticas de desarrollo local se centran en cubrir las necesidades de los turistas, sin estimar el ambiente.

Las consecuencias ambientales pueden ser de distinto tipo: contaminación del aire producto de las emisiones de gases de los vehículos y aviones, contaminación de las aguas por la descarga de las aguas servidas, descarga en los mares y ríos de fertilizantes y aceites, destrucción de la flora y la fauna producto de la tala, la caza y la pesca, destrucción o modificación del hábitat natural, destrucción de las plantas y deforestación y destrucción de las playas. También señala las consecuencias ambientales por el incremento de la población: destrucción de las vistas producto de las grandes construcciones, estilos arquitectónicos impropios para la zona, exceso de polución de aviones, coches y turistas, daños a las formaciones geológicas como erosión, líneas de pesca, etc. (Andereck, 1995).

Si en los aspectos culturales ya existe una controversia, en los medioambientales la discusión es aún mayor. Así, autores como Liu y Var (1986); Cohen (1988b); Kousis (1989); Perdue *et al.* (1990); Mok *et al.* (1991); King *et al.* (1993); Haralambopoulos y Pizam (1996); Gilbert y Clark (1997); Lindberg y Johnson (1997); Brunt y Courtney (1999) y Tosun (2002) han puesto de manifiesto contradicciones con respecto a la opinión de los residentes respecto de los impactos ambientales.

Liu y Var (1986) encontraron que los residentes perciben que con el turismo se incrementan el número de parques y áreas de recreación, se mejora la calidad de los caminos y las facilidades públicas y no se deteriora el ambiente. Igualmente, los residentes señalaban que no estaban de acuerdo con que el turismo fuese la causa del tráfico, sobrepoblación de las áreas de recreación o de la destrucción de la paz y la tranquilidad de los parques. Otros estudios hallaron actitudes hacia los impactos positivos del turismo como mejora de la apariencia de la comunidad (Perdue *et al.* 1990).

Por el lado negativo, uno de los factores que emerge de los estudios es el impacto del turismo en el tráfico, los desperdicios, el vandalismo medioambiental, congestión en la áreas de recreación y en los parques (Liu *et al.*, 1987; Perdue *et al.*, 1990; King *et al.*, 1993; Johnson *et al.*, 1994; Lankford, 1994; McCool y Martin, 1994; Gilbert y Clark, 1997; Brunt y Courtney, 1999).

2.3.3. Predictores de la Actitud hacia el Turismo

El beneficio personal percibido del turismo de manera individual o su dependencia y las relaciones de las actitudes han sido investigados ampliamente en la literatura turística (Liu y Var, 1986; Perdue *et al.*, 1990; Lankford y Howard, 1994; Jurowski *et al.*, 1997; Mcgehee y Andereck, 2004). Bajo el paraguas de la teoría del intercambio social, la mayoría de los estudios muestran que los residentes que son dependientes de la industria o los que perciben grandes ganancias y beneficios de él, tienden a tener una percepción más positiva que los que no (Lankford y Howard, 1994; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Jurowski *et al.*, 1997; Brunt y Courtney, 1999; Sirakaya *et al.*, 2002; Mcgehee y Andereck, 2004).

Otros estudios han considerado el empleo como una variable dependiente. En un estudio conducido por Haralambopoulos y Pizam (1996), los residentes fueron categorizados y se puso de manifiesto la dependencia directa con la variable empleo. El residente antiguo percibe el turismo de manera positiva en términos de las

oportunidades de empleo, renovación de los ingresos personales y mejoras en el estándar de vida.

En esta línea los trabajos de Hernández *et al.* (1996) y de Lindberg y Johnson (1997) son prueba de ello. En ambos se evalúan las actitudes de los residentes hacia el turismo introduciendo un modelo conceptual sistémico y general denominado ‘valor – actitud’ conforme al cual los valores económicos de los habitantes determinan las actitudes mejor que otros.

En general los estudios relacionados con las actitudes de los residentes determinan dos dimensiones de análisis, una interna o intrínseca, y otra externa o extrínseca (Fredline y Faulkner, 2000). En la dimensión interna, los estudios tienen en cuenta variables como la proximidad geográfica a la actividad turística o la implicación en la actividad turística e incluso las características demográficas y se ha llegado a la conclusión de que la comunidad es diversa y heterogénea y por tanto, los impactos pueden variar según las características y circunstancias de los individuos. Mientras que la dimensión externa se centra en las reacciones del residente a nivel macro, de forma que generan un impacto homogéneo en la comunidad. También, se consideran aspectos como la etapa de desarrollo del destino, la estacionalidad y las diferencias culturales entre residente y turista (Fredline y Faulkner, 2000; Jurowsky y Gursoy, 2004).

Dentro de los factores extrínsecos se incluyen aquellas variables que tendrían un impacto homogéneo en la comunidad analizada, afectando a un nivel macro en la reacción de los residentes. En este sentido hay estudios que señalan que la etapa de desarrollo en la que se encuentra un destino, la estacionalidad del mismo, o el tipo de turista son factores que influyen en las actitudes de los residentes (Doxey, 1975; Belisle y Hoy, 1980; Butler, 1980; Dogan, 1989).

Uno de los factores extrínsecos más analizados en la bibliografía al respecto es el estado de la economía local. Estos estudios ponen de manifiesto que en aquellas comunidades que tienen dificultades económicas, los residentes suelen ver en el turismo como una fuente de ingresos que puede mejorar su situación, lo cual lleva a que se valoren más positivamente los impactos positivos y se infravaloren los

negativos, (Sheldon y Var, 1984; Var, y Tarakcoglu, 1985; Liu y Var, 1986; Keogh, 1990a; Allen *et al.*, 1993; Akis *et al.*, 1996)

Otros autores como Gursoy y Rutherford (2004) se manifiestan en el mismo sentido, llegando a la conclusión de que si la economía de un destino se encuentra en recesión, lo residentes suelen dar una mayor importancia a los beneficios del turismo, apoyado por lo tanto su desarrollo o impulso. En definitiva los residentes son conscientes de los efectos negativos del turismo, pero apoyan su desarrollo (Andereck y Vogt, 2000; Vargas, Plaza y Porras, 2009).

La preocupación de los residentes por aspectos tales como el medioambiente de la localidad, la educación, los delitos, la oferta de ocio, etc. Pueden afectar también a la forma en la que los residentes perciben los beneficios y los costes derivados de la actividad turística.

Por otra parte, y haciendo referencia a la dimensión interna, anteriormente mencionada, podemos señalar las características personales de los residentes, como el tiempo de residencia, la edad o el contacto con los visitantes (Brougham y Butler, 1981; Sheldon y Var, 1984; Um y Crompton, 1987).

De los posibles factores mencionados vamos a destacar dos de ellos por ser los utilizados en nuestra investigación, el apego a la comunidad y la actitud medioambiental de los residentes.

2.3.3.1. Apego a un lugar: “Place’s Attachment”

Además de los factores ya señalados, como el lugar de nacimiento, o los años viviendo en un determinado lugar, uno de los factores que afectan a la percepción de los impactos del turismo es el denominado “apego” y que tal y como han señalado numerosos estudios afecta a la convivencia entre visitantes y residentes (Um y Crompton, 1987; McCool y Martin, 1994; Sheldon y Var, 1994;; Williams, McDonal, Riden, y Uysal, 1995; Yoon, 1998; Yoon *et al.*, 1999). Estos estudios han puesto de

manifiesto que los “*sentimientos*” que los residentes tienen hacia su comunidad afectan en el apoyo o no que éstos manifiestan hacia al desarrollo de la actividad turística.

Es evidente que las personas pueden desarrollar sentimientos afectivos hacia los lugares donde nacen y viven, el cual ocupa un lugar muy importante en sus vidas.

Los primeros trabajos relacionados con el apego se llevan a cabo desde el campo de la Sociología, más concretamente de la mano de los sociólogos urbanos. Son precisamente los sociólogos Kasarda y Janowitz, continuando con el debate inicial planteado por Wirth (1938) los que desarrollaron el concepto de apego a la comunidad identificando dos modelos explicativos (Kasarda y Janowitz, 1974).

El primero de los modelos, considera que la vida en las grandes ciudades a menudo conlleva una disminución en la frecuencia de interacciones sociales dentro de la propia comunidad, y, como consecuencia de ello, una pérdida de las relaciones afectivas entre sus miembros. Para este modelo, llamado modelo lineal, la formación de lazos de apego está en función principalmente de factores como el tamaño, la densidad y la heterogeneidad (Hidalgo, 1998).

El segundo modelo, busca las causas del desarrollo de sentimientos de apego hacia la comunidad en factores tales como el tiempo de residencia, la posición en la estructura social y el estado del ciclo vital (Park y Burgess, 1925; Kasarda y Janowitz, 1974). Este modelo ha sido conocido como modelo sistémico (Hidalgo, 1998).

A lo largo de los años ambos modelos han encontrado apoyo empírico, sin embargo han sido las variables recogidas en el modelo sistémico, las que se han mostrado como más relevantes en la formación de los lazos de apego. Podemos señalar también, que una característica común a todos estos trabajos realizados desde la perspectiva de la sociología, es que hablan de apego a la comunidad, es decir, a las demás personas que residen en la misma área, sin hacer referencia a los lugares en los que esas personas viven. Es por tanto un tipo de apego que podríamos denominar social, ya que va dirigido únicamente a personas (Hidalgo, 1998).

No es hasta finales de los años setenta, donde aparece por primera vez el término “Place’s Attachment”, apego al lugar, en un trabajo de Gerson, Stueve y Fischer (1977), ampliándose el concepto, ya que se define como “compromiso de los individuos con sus barrios y vecinos”, donde ya se empieza a vislumbrar que ya no solo se tiene en cuenta al resto de personas sino también el lugar físico en el que se habita. No obstante, a pesar del cambio de nombre el interés sigue focalizándose en la dimensión social de estos lugares.

A partir de este momento, la proliferación de términos o conceptos que surgen cercanos al de apego al lugar es notable: dependencia de lugar, identidad de lugar, identidad urbana, sentido de comunidad, sentido de lugar, arraigo, topofilia, etc., así como su confusión con otros ya existentes como satisfacción residencial o territorialidad. Son muchos los autores que han identificado a éste como uno de los principales obstáculos para el avance del tema. Actualmente parece haber una aceptación global del término apego al lugar (Altman y Low, 1992; Fuhrer y Kaiser, 1993; Sundstrom, Bell, Busby y Asmus, 1996; Giuliani, 2002)

En el estudio de la percepción de los impactos del turismo, ocupa un lugar destacado el concepto de apego al lugar. Davis *et al.* (1988) afirman que los nativos de una comunidad tienen una visión más positiva del turismo que aquellos residentes que no son nativos. Um y Crompton (1987) afirman que cuanto mayor es el apego de los residentes a su comunidad, peor se perciben los impactos del turismo.

Por su parte Jurowski *et al.* (1997) señalan que los anfitriones que más “apego” tienen hacia su localidad, tienden a valorar de forma más positiva los impactos económicos y socio-culturales y de forma más negativa los impactos medioambientales. Hay autores que, sin embargo, se muestran incapaces de identificar una relación clara entre el apego y los impactos del turismo (Lankford y Howard, 1994 y Gursoy *et al.*, 2002)

En un estudio realizado por Gursoy y Rutherford (2004) indican que los residentes que se muestran “más apegados” a sus comunidades, son más propensos a pensar que el turismo implica beneficios tanto económicos como socio-culturales. Por su parte Gu y Ryan (2008) ponen de manifiesto la existencia de actitudes

negativas hacia la actividad turística e zonas donde existe un fuerte apego por parte de la comunidad.

En definitiva, el apego a un lugar, es un concepto importante para identificar la relación de los residentes con su entorno. En función del grado de apego, los habitantes de una zona pueden mostrar actitudes distintas hacia su entorno. Por lo tanto consideramos que el apego a un lugar es un factor fundamental a la hora de percibir los impactos del turismo, así como del grado de apoyo al desarrollo de acciones que impulsen el crecimiento de una determinada zona turística, como el caso de estudio en la presente investigación.

2.3.3.2. Actitud Medioambiental

En la revisión realizada de la literatura, se ha puesto de manifiesto que, el apoyo de una comunidad para el desarrollo del turismo puede variar en función de la preocupación de los mismos por el medioambiente (Jurowski *et al.*, 1997; Yoon *et al.*, 2000). En concreto las valoraciones y preferencias de los encuestados hacia la preservación de los recursos turísticos naturales, varían dependiendo de la importancia que cada uno de ellos le otorga al cuidado medioambiental (Gursoy *et al.*, 2002).

Gagnon-Thompson y Barton (1994) plantean diferenciar dos actitudes medioambientales distintas el ecocentrismo y el antropocentrismo. El “ecocentrismo” considera que el medioambiente tiene valor en sí mismo, mientras que el “antropocentrismo” considera que el medioambiente tiene valor en tanto que posee efectos positivos en las vidas humanas.

Estas actitudes han sido aplicadas en estudios como el de Jurowski, Uysal, Williams y Noe (1995) donde analizan la relación entre las actitudes medioambientales y el apoyo a las políticas de conservación para parques naturales como atractivo turístico, en el cual se detectaron dos grupos distintos. Los ecocéntricos que incluye a un segmento de residentes que piensan que la humanidad debe vivir en armonía con

la naturaleza y los antropocéntricos aquel segmento de la población que opina que la naturaleza existe para servir a las necesidades de los seres humanos.

Jackson (1987) señala que uno de los principales problemas en la gestión de los recursos naturales es encontrar un equilibrio entre la creación de espacios turísticos y la preservación de los mismos por razones medioambientales, culturales, histórica y estéticas. Sin embargo, hay estudios que ponen de manifiesto que aquellos residentes con valores ecocéntricos prefieren que se asignen recursos para proteger y preservar el medioambiente, y aquellos con inclinaciones antropocéntricas están a favor de del uso del medioambiente para satisfacer las necesidades humanas (Uysal Fesenmaier y O'Leary, 1994; Jurowski *et al.*, 1995; Crick-Furman y Prentice, 2000).

Otros estudios como los de Jurowski *et al.* (1997) y Gursoy *et al.* (2002), que estudiaron las actitudes de los residentes en función de sus actitudes medioambientales, llegan a la conclusión de que las actitudes medioambientales de la población tienen un impacto directo en el apoyo al desarrollo turístico. Además los resultados pusieron de manifiesto que existe una relación inversa entre la actitud medioambiental de los residentes y los beneficios y los costes percibidos del turismo.

Por lo tanto, hay que tener en cuenta que incluso los residentes con una actitud ecocéntrica pueden influir positivamente en el desarrollo turístico de una localidad, de tal forma que aquellos residentes que tienen una actitud ecocéntrica más fuerte son más propensos a apoyar el desarrollo turístico basado en atractivos culturales o de eventos, en vez del turismo basado en recursos o atractivos naturales (Jurowski, 1994).

Los valores y actitudes medioambientales también han sido evaluadas por el "Nuevo Paradigma Medioambiental" (NEP, por sus siglas en inglés - New Ecological Paradigm), desarrollado en sus orígenes por Dunlap y Van Liere (1978), el cual plantea la imposibilidad de poner límites al crecimiento humano, la importancia de conservar el equilibrio de la naturaleza, la necesidad de desarrollar economías sostenibles o la revisión de la creencia de que la naturaleza existe solamente para satisfacer las necesidades humanas. En otras palabras el NEP se centra en la capacidad que tiene el ser humano para alterar el equilibrio de la naturaleza, la

existencia de límites al crecimiento de la humanidad y el derecho de los humanos para dominar el resto de la naturaleza (Kaiser, Wolfing y Fuhrer 1999; Crick-Furman y Prentice, 2000; Dunlap, Van Liere, Mertig y Jones, 2000).

Hay que señalar también que la forma en la que se perciben los impactos medioambientales es distinta en función de que se sea residente o se sea visitante. Son distintos estudios los que concluyen, que los visitantes tienen una visión muy mermada del desgaste y el deterioro medioambiental que provoca la actividad turística, sin embargo son más conscientes de otro tipo de impactos como los socioculturales y son más conscientes de la suciedad, la delincuencia o el vandalismo entre otros (Lucas, 1979; Marion y Lime, 1986; Hammitt, Bixler y Noe, 1996).

Por otro lado los residentes suelen ser más sensibles a los impactos turísticos medioambientales que los visitantes del destino, ya que estos últimos tienen a hacer una valoración más global, del todo el destino, mientras que los residentes la realizan de una forma más individualizada (Holdnak, Drogin, Graefe y Falk, 1993; Hillery, Nancarrow, Griffin y Syme, 2001).

Estas diferencias en cómo perciben estos impactos visitantes y residentes hacen que la población local se muestre antes preocupada por el deterioro medioambiental que los visitantes. El incremento de la concienciación hacia los impactos medioambientales que se ha producido en los últimos años, ha puesto de manifiesto la importancia de tener en cuenta los impactos ecológicos en la planificación y desarrollo turístico (Hammitt *et al.*, 1996), debido a que este incremento en la sensibilidad medioambiental ha propiciado que la población tenga una actitud más ecocéntrica.

Podemos concluir diciendo que la concreción de los impactos debidos al turismo no resulta fácil ya que con frecuencia los efectos sobre el medioambiente son producto de un conjunto de causas que se interrelacionan y que pueden no venir exclusivamente determinadas por el turismo (Aguiló, Barros, García y Roselló, 2004).



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

CAPÍTULO 3

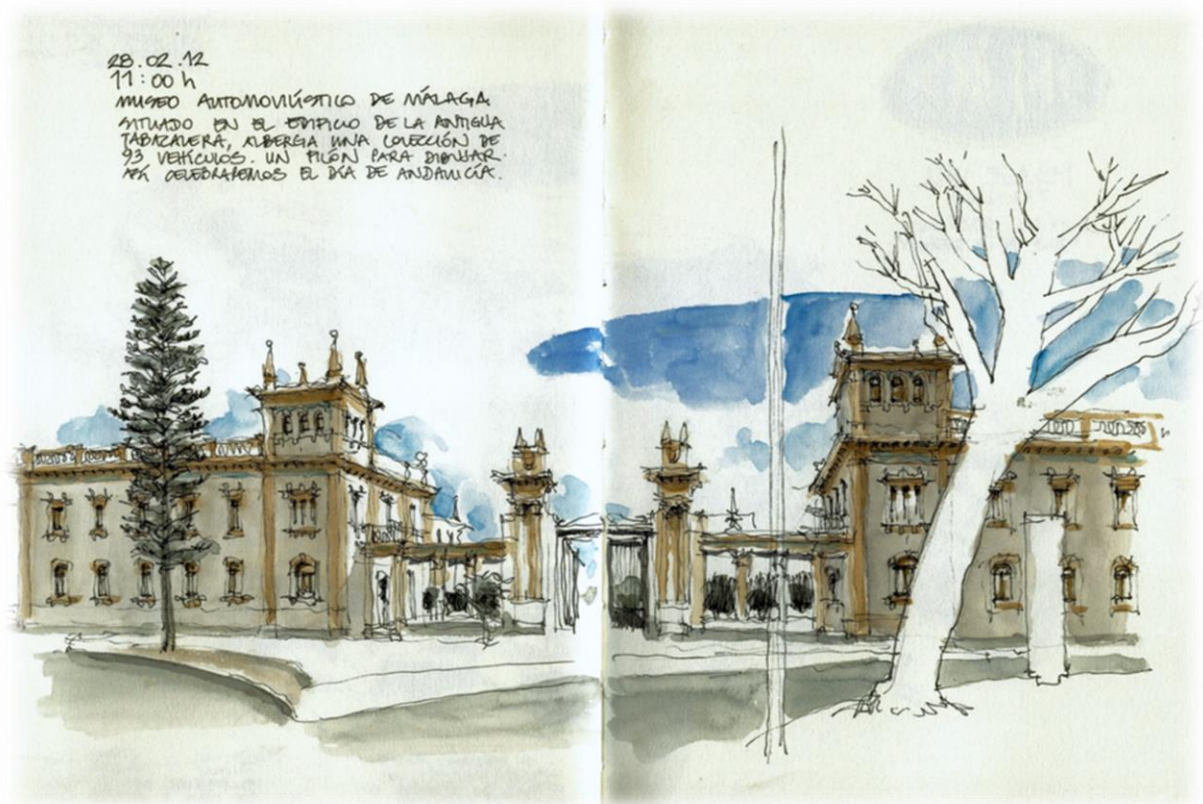
OBJETIVOS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Objetivos de la investigación

3.2. Diseño de la investigación

3.3. Análisis descriptivo de la muestra

3.4. Metodología de la investigación



Capítulo 3: OBJETIVOS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Objetivos de la investigación

Una investigación tiene como objetivo reducir la incertidumbre en torno a un fenómeno concreto sobre el que se necesita información para comprender su naturaleza (Hurtado, 2000). Una vez realizada la revisión de la literatura relevante, en el segundo capítulo, que establece las bases teóricas en las que se sustenta la investigación, en el presente capítulo trataremos de explicar la realidad objeto de estudio a través de un modelo conceptual conformado por constructos e interrelaciones. Una vez justificado el modelo a seguir, sobre él plantearemos las hipótesis de nuestro trabajo.

El objetivo principal que pretendemos abordar en esta tesis doctoral se centra en los efectos que las actitudes de los residentes de un destino, como parte del producto turístico, tienen en el crecimiento del mismo. El análisis de todo lo expuesto anteriormente sugiere el planteamiento de un modelo basado en la teoría del intercambio social, de tal forma que apoyándonos en ello podemos plantear que el objetivo general de esta tesis es determinar la influencia que, la percepción de los impactos del turismo por parte de los residentes, el apego a la comunidad y la actitud medioambiental de los mismos, tienen en el apoyo al desarrollo de una estrategia competitiva para el impulso de Málaga capital como destino cultural.

En concreto el propósito del presente trabajo consiste en ampliar el campo de aplicación de los modelos que estudian el grado de apoyo al turismo, contrastando un modelo cuyo pilar fundamental es la teoría del intercambio social. Como consecuencia de este objetivo general, nos planteamos además los siguientes objetivos específicos:

Objetivos teóricos:

Profundizar en el estudio de los factores que influyen en las actitudes de los residentes, sus interrelaciones, así como su influencia en el desarrollo turístico de una determinada zona.

Desarrollar un marco teórico basado en la actitud de los residentes hacia el turismo, que contemple tanto efectos directos como indirectos, tanto de las percepciones como de ciertos factores que son susceptibles de influir en las mismas y en consecuencia en el apoyo al desarrollo de la actividad turística de la zona.

Objetivos empíricos:

Concretar los factores explicativos de la actitud de los residentes hacia los impactos y los factores que influyen en la percepción de los mismos.

Evaluar la fuerza y dirección de los distintos factores que pueden afectar al apoyo de la actividad turística, así como validar el modelo teórico propuesto.

3.1.1. Objetivos teóricos

Con el objetivo de alcanzar los objetivos propuestos en el epígrafe anterior y tras realizar una amplia revisión de la literatura existente, se ha planteado un modelo teórico donde se recogen los conceptos de impactos del turismo, apego a localidad y actitud medioambiental, así como los de planificación y desarrollo de un destino. El modelo planteado, tal y como se muestra en la figura 3.1, incluye los constructos incluidos en el estudio (impactos del turismo, apego a la comunidad, actitud medioambiental, preferencias hacia el desarrollo acciones que mejoren el atractivo turístico de la localidad y apoyo a la creación de estrategias competitivas).

Desde que la implicación de los residentes es considerada un pilar básico en la planificación y desarrollo de un destino, el conocimiento de sus percepciones y actitudes se ha vuelto un factor fundamental en la planificación turística. La literatura

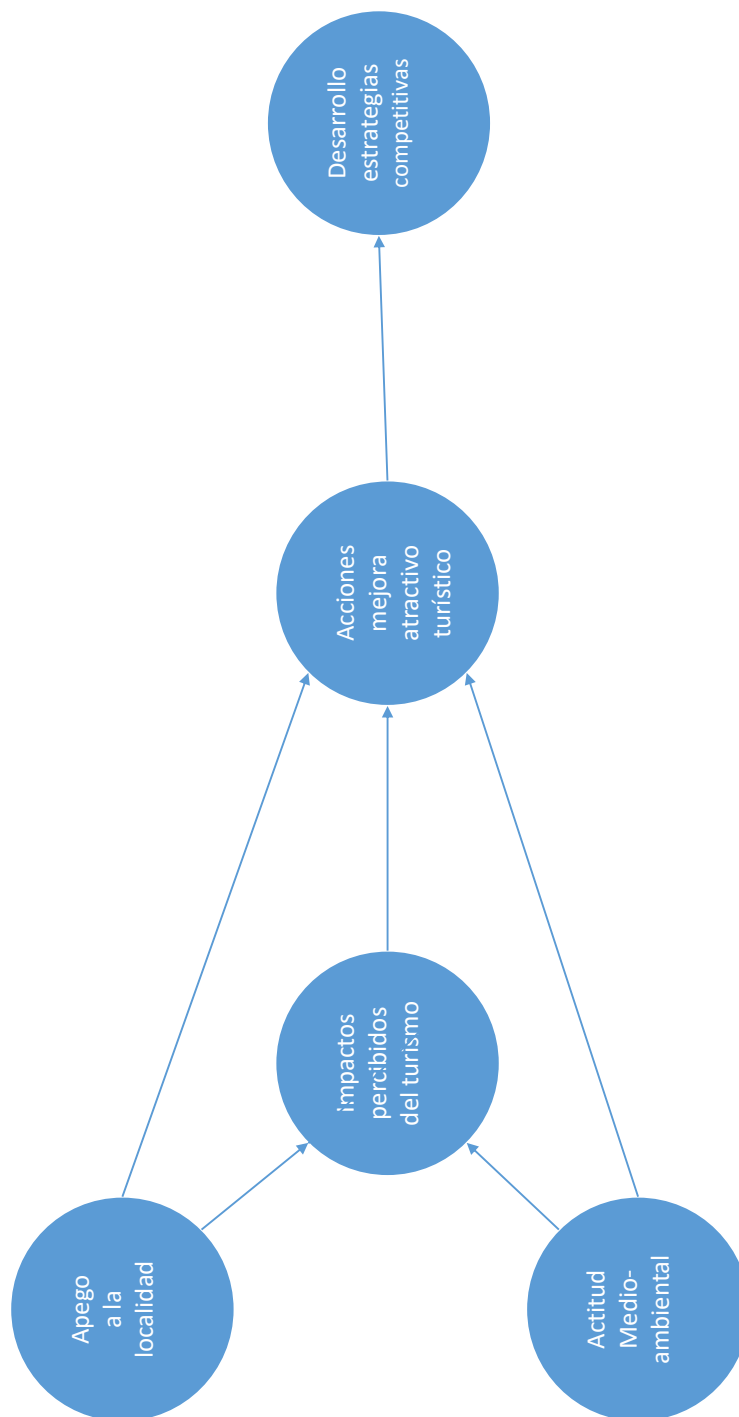
al respecto señala que las preferencias de los residentes hacia el desarrollo turístico, se ven afectadas por una serie de factores. Por ejemplo si los residentes tienen una percepción positiva de los impactos del turismo, éstos se mostrarán a favor del desarrollo e impulso turístico. Por otra parte si los residentes muestran un gran apego a la comunidad, se mostrarán más propensos a apoyar el desarrollo turístico.

Podemos decir que, la literatura existente respalda el modelo propuesto, el cual plantea la interacción de distintos factores que pueden afectar directa o indirectamente, a las preferencias de los residentes sobre el desarrollo del turismo y de las estrategias que permitan la competitividad del destino. Además queda patente la importancia que tiene la interacción entre los residentes de una comunidad y los turistas que la visitan, y que el desarrollo del turismo tiene una fuerte dependencia del apoyo que recibe por parte de los anfitriones.

Cuando no existe ese apoyo, los residentes se mostrarán reacios a trabajar en el sector turístico, las autoridades locales serán menos proclives a la hora de promover la actividad turística y la interacción entre visitantes y residentes tienen muchas probabilidades de ser negativas, y todo ello se traducirá en una disminución del número de visitantes (Pearce, 1997).

Partiendo del enfoque de la teoría del intercambio social, consideramos que se ha alcanzado el primero de los objetivos teóricos propuestos en el epígrafe anterior. Respecto al segundo de ellos, consideramos alcanzado el mismo a través de la revisión de la literatura realizada y recogida en el capítulo 2 de este trabajo de investigación. En ella hemos abordado los aspectos teóricos de las variables utilizadas en el estudio y las relaciones objeto de análisis, aunando distintas perspectivas que nos han permitido delimitar el modelo de investigación que hemos considerado más adecuado para los fines del trabajo, planteando una exposición de los constructos principales del análisis, de acuerdo con los planteamientos teóricos más aceptados.

Gráfico 3.1: Modelo propuesto



Fuente: Elaboración propia

3.1.2. Objetivos empíricos e hipótesis de la investigación

Respecto a los objetivos empíricos, con esta investigación pretendemos ampliar el cuerpo de conocimientos aplicados que existen respecto a la relación entre la percepción de los impactos del turismo y la actitud de los residentes hacia el apoyo del desarrollo de dicha actividad, aportando una evidencia empírica referida a la creación e impulso de un destino turístico cultural, de una zona que tradicionalmente ha estado asociada al turismo de sol y playa.

Con ello tratamos de profundizar en el conocimiento de las relaciones entre constructos propuestas en el análisis, así como en la intensidad y el sentido de las mismas. Para ello a través de análisis de la información recogida durante el trabajo de campo, vamos de tratar de alcanzar los objetivos empíricos que nos hemos planteado.

En primer lugar para concretar los factores explicativos de la actitud de los residentes hacia los impactos y los factores que influyen en la percepción de los mismos, se definieron las dimensiones y las variables que integran cada uno de los constructos del modelo analizado. Una vez definidas cada una de ellas, las escalas de medida utilizadas para cada una de las dimensiones se han sometido a la valoración de una serie de expertos en la materia, previo a la etapa del trabajo de campo. Una vez recopilados los datos se ha utilizado el análisis factorial confirmatorio.

Una vez cubierto este primer objetivo empírico se procede a evaluar la fuerza y dirección de los distintos factores que pueden afectar al apoyo de la actividad turística, Para ello hemos definido una serie de relaciones de causalidad que se ven reflejadas en la figura 3.1 y se pretende contrastar que efectivamente existen las relaciones planteadas, así como analizar las relaciones y sentido de las mismas. Para contrastar la existencia de las relaciones, así como la intensidad y el sentido de las mismas, nos hemos planteado una serie de hipótesis que detallamos a continuación:

Hipótesis 1: Existe una relación positiva y directa entre el apego a la comunidad de los residentes la percepción de los impactos del turismo.

Hipótesis 2: Existe una relación positiva y directa entre la actitud medioambiental y la percepción de los impactos del turismo por parte de los residentes.

Hipótesis 3: Existe una relación positiva entre el apego a la comunidad de los residentes y su disposición a participar, apoyar e incluso invertir en actividades que potencien el desarrollo turístico de Málaga capital.

Hipótesis 4: Existe una relación positiva entre la actitud medioambiental de los residentes de Málaga y su disposición a participar, apoyar e incluso invertir en actividades que potencien el desarrollo turístico de la misma.

Hipótesis 5: Existe una relación positiva entre los impactos percibidos del turismo y la disposición de los residentes a participar, apoyar e incluso invertir en actividades que potencien el desarrollo turístico

Hipótesis 6: Existe una relación directa y positiva entre la disposición de los residentes a apoyar y/o participar en actividades que potencien el desarrollo turístico y el apoyo a una planificación estratégica del mismo.

3.2. Diseño de la investigación

En este epígrafe exponemos las cuestiones relacionadas con el diseño de la investigación empírica, lo cual supone el seguimiento de una serie de etapas que nos permiten operativizar los conceptos teóricos de la investigación, así como contrastar las hipótesis propuestas en los capítulos anteriores.

Para el diseño de una investigación empírica se deben seguir distintos pasos, tal y como se señalan a continuación: en primer lugar debemos argumentar la

elaboración del cuestionario, incluyendo las escalas o ítems que componen el mismo; en segundo lugar se debe explicar cómo se ha llevado a cabo la recogida de los datos y por último presentar y argumentar las técnicas utilizadas para el análisis de los datos que nos conducirán a la contrastación de las distintas hipótesis planteadas en la presente investigación

En un primer apartado, del presente epígrafe, describiremos el diseño de la muestra, lo que supone identificar la unidad objeto de análisis, así como las características de los mismos. En un segundo apartado, se hará referencia al proceso de recogida de datos, al mismo tiempo que se expondrá la ficha técnica de la investigación. En los siguientes apartados se hará un análisis descriptivo de la muestra, la exposición y justificación de la metodología utilizada para la investigación.

3.2.1. Diseño del cuestionario

El objetivo en la elaboración de un cuestionario es obtener, una forma ordenada y sistemática, información de la población estudiada sobre las variables incluidas en la investigación. Las características de un cuestionario dependen en gran medida de la investigación así como de la población objeto de estudio.

En este sentido se trata de “traducir” los objetivos planteados en la investigación en preguntas concretas, al mismo tiempo que hay que ser capaz de motivar a los encuestados a participar, y que estimule la sinceridad de los encuestados con el objetivo de obtener una información clara y fiable y en la medida de las posibilidades libre de sesgos.

En la presente investigación se ha utilizado la encuesta personal para recoger la información primaria necesaria para el contraste de hipótesis. Para el diseño del mismo se ha tomado como punto de partida la revisión de la literatura existente, añadiendo las modificaciones necesarias para poder adaptarlo al objetivo de la investigación.

Para la elaboración de los ítems que fueron finalmente incluidos en el cuestionario, además de la revisión de la literatura, se ha tenido en cuenta las aportaciones realizadas por distintos expertos en la materia, que nos permitió ir depurando el cuestionario, hasta llegar al modelo final que se utilizó en la recopilación de datos de la presente investigación.

El cuestionario final se divide, a rasgos generales en dos partes, en la primera de ellas se incluyen una serie de ítems medidos en una escala de Likert de 5 puntos, ya que se trata de una escala que se adapta mejor a la estructura mental de los encuestados, discriminando con mayor exactitud entre las diversas posiciones, a la vez que le resulta más sencillo a la hora de evaluar cada ítem.

La escala de Likert se ha convertido en una de las técnicas psicométricas más populares para generar escalas, utilizada por economistas, sociólogos y psicólogos en el desarrollo de cuestionarios. El método es relativamente rápido y permite que el sujeto establezca un estimado cuestionario cuantitativo de la magnitud (Roberts, Laughlin y Wedell, 1999). En la segunda parte del cuestionario, recogemos distintos aspectos sociodemográficos, como nivel de ingresos, edad, género, nivel de estudios o profesión.

Tal y como se recomienda en la elaboración de un cuestionario, fue sometido a un pretest por parte de tres investigadores expertos en la materia, con la finalidad de detectar posible mejoras en la formulación de las preguntas, sugiriendo la modificación de aquellas que planteaban problemas de interpretación a los encuestados, o no respondían a las métricas y especificación de los objetivos de la investigación.

Una vez realizado esta primera revisión del cuestionario se procedió a seleccionar una muestra de conveniencia de unas 20 personas pertenecientes al público objetivo de la investigación, con la intención de realizar un segundo pretest para ver si el mismo era comprensible por el público al cual iba a ir destinado. Asimismo, los diferentes aspectos tratados en la investigación están agrupados en el cuestionario en cinco bloques, los cuales detallamos a continuación.

Impactos del turismo: la revisión de numerosas investigaciones relacionadas con los impactos del turismo, nos ha permitido desarrollar la escala utilizada para la medición de los impactos percibidos del turismo. De esta forma se han utilizado aquellos impactos que aparecen con mayor frecuencia en las investigaciones sobre la materia y utilizada en destinos similares al analizado en el presente trabajo (Liu y Var, 1986; Milman y Pizam, 1988; Lankford y Howard, 1994; Akis *et al.*, 1996; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Ap y Crompton, 1998; Ko y Steward, 2002; Andiotris y Vaughan, 2003; Terzidou *et al.*, 2008; Vargas-Sánchez *et al.*, 2009). En concreto para medir los impactos económicos, socio-culturales y medioambientales del turismo se ha utilizado una escala de 15 ítems, medidos en una escala de Likert de 5 puntos donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. En la tabla 3.1 se recogen los mencionados ítems.

Tabla 3.1: Escala de los impactos del turismo

IMPACTOS DEL TURISMO
El turismo crea empleo
El turismo atrae inversiones
El turismo mejora el nivel de vida de los residentes
El turismo implica beneficios económicos tanto para los residentes como para el comercio
El turismo de alto poder adquisitivo afectan de forma negativa a nuestra forma de vida
El turismo cambia los hábitos culturales de una localidad
Los residentes se ven afectados por vivir en zonas turísticas
El turismo ha propiciado el incremento de la oferta cultural para los residentes
El turismo propicia el intercambio cultural entre residentes y visitantes
El turismo mejora la identidad cultural del destino
El turismo incrementa la congestión del tráfico, el ruido y la contaminación
La construcción de hoteles y otras infraestructuras ha propiciado la destrucción de entornos naturales
El turismo consume en exceso recursos naturales
El turismo ha propiciado la creación de parques y áreas recreativas
Gracias al turismo se protegen recursos naturales que son atractivos turísticos

Apego a la comunidad: la escala de apego a la comunidad se ha medido teniendo en cuenta la identidad con el lugar y la dependencia del mismo (Williams y Roggenbuck, 1989; Proshansky, Fabian y Kaminof, 1993; Williams *et al.*, 1995; Bricker y Kerstetter, 2000). La identidad se ha medido de acuerdo con la creencia de que puede haber una asociación emocional sobre un lugar y la dependencia puede ser medida por el nivel que se ven a ellas mismas asociadas a un determinado lugar (Proshansky *et al.*, 1983; Shumaker & Taylor, 1983; Moore y Graefe, 1994). El apego a la comunidad ha sido medido teniendo en cuenta tanto la identidad como la dependencia y la escala ha sido adaptada de Moore and Graefe (1994), Warzecha and Lime (2001), y Williams, Patterson, Roggenbuck y Watson (1992). Los ítems han sido medidos en una escala Likert de 5 puntos donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Tabla 3.2: Escala apego a la comunidad

APEGO A LA COMUNIDAD
Me gusta pasar el mayor tiempo posible en Málaga
Me siento muy unido a Málaga
Me identifico fuertemente con mi ciudad
Málaga es muy especial para mí; siento que Málaga es una parte de mí
El tiempo que he pasado aquí difícilmente podría haberlo pasado en otro lugar
Me siento más satisfecho estando en Málaga que visitando cualquier otro lugar
Málaga es la mejor ciudad para lo que me gusta hacer
Málaga me hace sentir como ningún otro lugar puede hacerlo

Actitud medioambiental: la actitud medioambiental afecta a las percepciones de los impactos del turismo, como afirman Jurowski *et al.* (1997). De esta forma para medir la actitud medioambiental se han utilizado 4 ítems medidos en un escala de Likert de 5 puntos donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Tabla 3.3: Escala actitud medioambiental

ACTITUD MEDIOAMBIENTAL
La humanidad está abusando seriamente del medioambiente debido al desarrollo económico
Tiene que haber una mayor conciencia por parte de los gobiernos en proteger el medioambiente
El equilibrio de la naturaleza es delicado y fácilmente alterable
Si las cosas continúan su curso actual, pronto experimentaremos una importante catástrofe ecológica

Apoyo al desarrollo de acciones que incrementen el atractivo del destino. Para la medición de la creación, impulso o desarrollo de nuevos atractivos turísticos del destino se utilizaron 9 ítems adaptados de investigaciones anteriores como son las de Jurowski (1994); Yoon (1998) y Yoon *et al.* (2000). De nuevo se vuelve a utilizar una escala de Likert de 5 puntos donde 1 significa no lo apoyo en absoluto y 5 lo apoyo totalmente.

Tabla 3.4: Apoyo acciones que incrementen el atractivo turístico

ACCIONES PARA EL IMPULSO DE DESTINO CULTURAL
Crear más atractivos culturales (por ejemplo: Museo de Bellas Artes)
Peatonalización del centro de la ciudad
Liberalización de los horarios comerciales
Embellecimiento general de la ciudad (flores, parques, zonas de descanso...)
Soterramiento de las basuras
Incrementar el número de líneas de autobuses turísticos
Incremento de la oferta hotelera y de restauración
Mejora de los servicios de apoyo al turista (información turística, guías, paneles explicativos, etc.)
Mayor desarrollo del turismo basado en recursos culturales e históricos (Ciudad natal de Picasso, Alcazaba, Teatro Romano, Museos...)

Apoyo a la planificación estratégica para mejorar la competitividad del destino. En este caso se ha desarrollado una escala de 9 ítems utilizando para ello la revisión de la literatura existente y adaptándola al caso de nuestra ciudad (Ritchie y Crouch, 1993; Crouch y Ritchie, 1999; Frauman, 1999; Hassan, 2000; Mihalic, 2000; Ritchie, Crouch y Hudson, 2000; Kaae, 2001). Para ello se ha utilizado una escala de Likert de 5 puntos donde 1 nada importante y 5 muy importante. Los distintos ítems que componen cada una de las escalas se muestran en la tabla 3.5.

Tabla 3.5: Apoyo planificación estratégica mejora competitividad

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA
Apoyo económico al desarrollo Málaga capital como destino turístico
Actividades de promoción de Málaga capital como destino turístico
Apoyo al desarrollo de planes y estrategias para el desarrollo del turismo
Creación de una marca sólida del destino turístico
Selección de los mercados objetivos de mayor potencial y adecuada estrategia de promoción en los mismos
Seguridad, salud e integridad medioambiental requeridos para el desarrollo del turismo
Tener en cuenta distintas opiniones y criterios a la hora de tomar decisiones referentes al turismo (gobiernos, empresarios, residentes,...)
Cambios en las infraestructuras para mejorar las experiencias de los turistas
Crear planes urbanísticos que permitan espacios abiertos o de recreo

3.2.2. Trabajo de campo y ficha técnica del estudio

Con el fin de lograr los objetivos propuestos y poder contrastar las hipótesis de la investigación, una vez que se ha definido la población objeto de estudio (malagueños residentes en Málaga capital) y una vez concluido el diseño del cuestionario, se procedió a la recogida de los datos. Un ejemplar del cuestionario

utilizado se recoge en el anexo del presente trabajo. La recogida de los datos se realizó a pie de calle a través de un muestro probabilístico de ruta aleatoria, se instruyó adecuadamente a los encuestadores, con el objetivo de que en la muestra estuvieran representadas las distintas zonas que forman Málaga capital.

La recogida de información se realizó entre los meses de marzo y junio (ambos inclusive) del 2014, obteniendo, una vez explorados los mismos, un total de 231 cuestionarios válidos para su explotación y posterior tratamiento estadístico, los cuáles en el supuesto un muestreo aleatorio simple (m.a.s), para una población infinita, con $P=Q=0,5$ y con un nivel de confianza del 95% ($Z=1,96$) arroja un error muestral de $\pm 6,45\%$, tal y como se recoge de forma resumida en la ficha técnica de la investigación (tabla 3.6)

Tabla 3.6: Ficha técnica de la investigación empírica

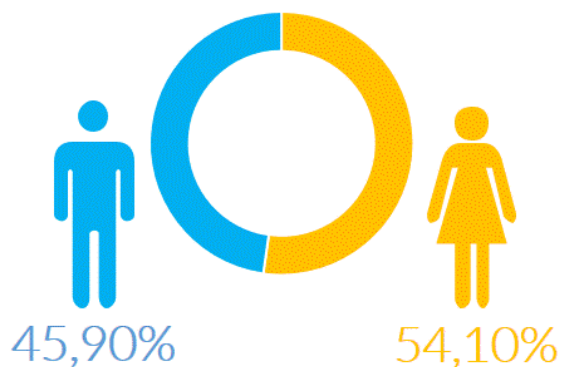
Universo	Malagueños residentes en Málaga
Tamaño de la muestra	231 encuestas
Nivel de confianza	95% ($Z=1,96$ y $P=Q=0,5$)
Error muestral	$\pm 6,45\%$ (en el supuesto de un m.a.s)
Procedimiento de muestreo	Muestreo por ruta aleatoria
Fecha de trabajo de campo	1 de marzo – 30 de junio de 2015

3.3. Análisis descriptivo de la muestra

En el presente epígrafe procedemos a realizar una descripción de la muestra utilizada en el presente trabajo de investigación, en la que describiremos su distribución por género, intervalos de edad, nivel de estudios y nivel de ingresos.

En relación al género la muestra se divide tal y como se muestra en el gráfico en un 45,9% de hombres y un 54,1% de mujeres.

Gráfico 3.2: Distribución de la muestra por género



Por su parte la edad de los encuestados se distribuye de la siguiente forma, el 32,2% tienen menos de 26 años, el 28,8% tiene entre 26 y 40 años: el 26,4% entre 41 y 55 años y el 12,6% tienen más de 55 años (Gráfico 3.3).

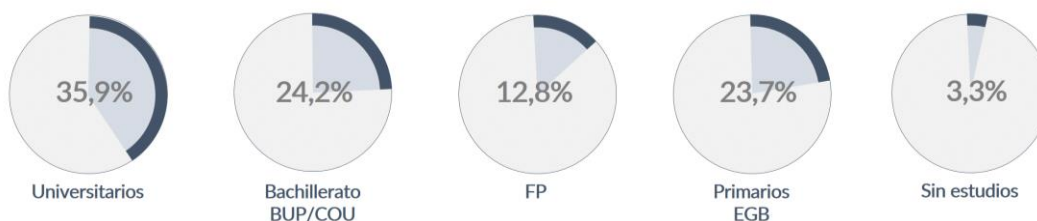
Gráfico 3.3: Distribución de la muestra por edad



En cuanto al nivel de estudios se manifiestan sin estudios un 3,3% de los consultados, con estudios primarios un 23,7%, bachillerato (COU/BUP) un 24,2% de

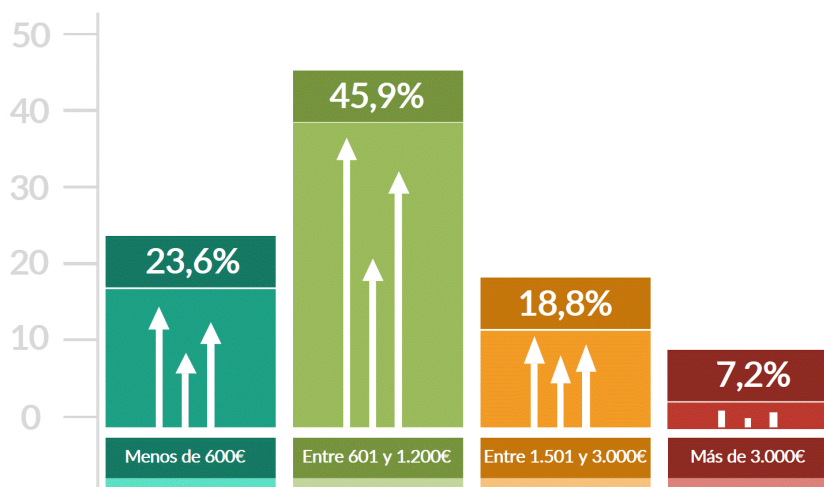
los mismos; con Formación Profesional o Grados Medios un 12,8% y con estudios universitarios un 35,9% de los mismos.

Gráfico 3.4: Distribución de muestra por nivel de estudios



Con relación a los niveles de ingresos netos mensuales, se puede observar en el gráfico 3.5, que el 23,6% afirma tener unos ingresos inferiores a 600€, entre 600 y 1.200€ un 45,9%, entre 1.200 y 3.000€ un 18,8% y más de 3.000€ un 7,2% (un 4,5% de la muestra declina contestar a la pregunta relativa al nivel de ingresos).

Gráfico 3.5: Distribución de la muestra por ingresos mensuales



Si observamos el gráfico 3.6, en él se recogen los ítems que conforman la escala de los impactos del turismo. De todos ellos con el que se muestran más de acuerdo es que “el turismo crea empleo”, donde prácticamente el 75% de los malagueños encuestados se muestra totalmente de acuerdo con esta afirmación. El 56% de los encuestados se manifiesta totalmente de acuerdo con que “la actividad turística atrae más inversiones”. Y un 67% de los mismos se muestra de acuerdo o totalmente de acuerdo con que “el turismo proporciona beneficios económicos tanto para los residentes como para el comercio”.

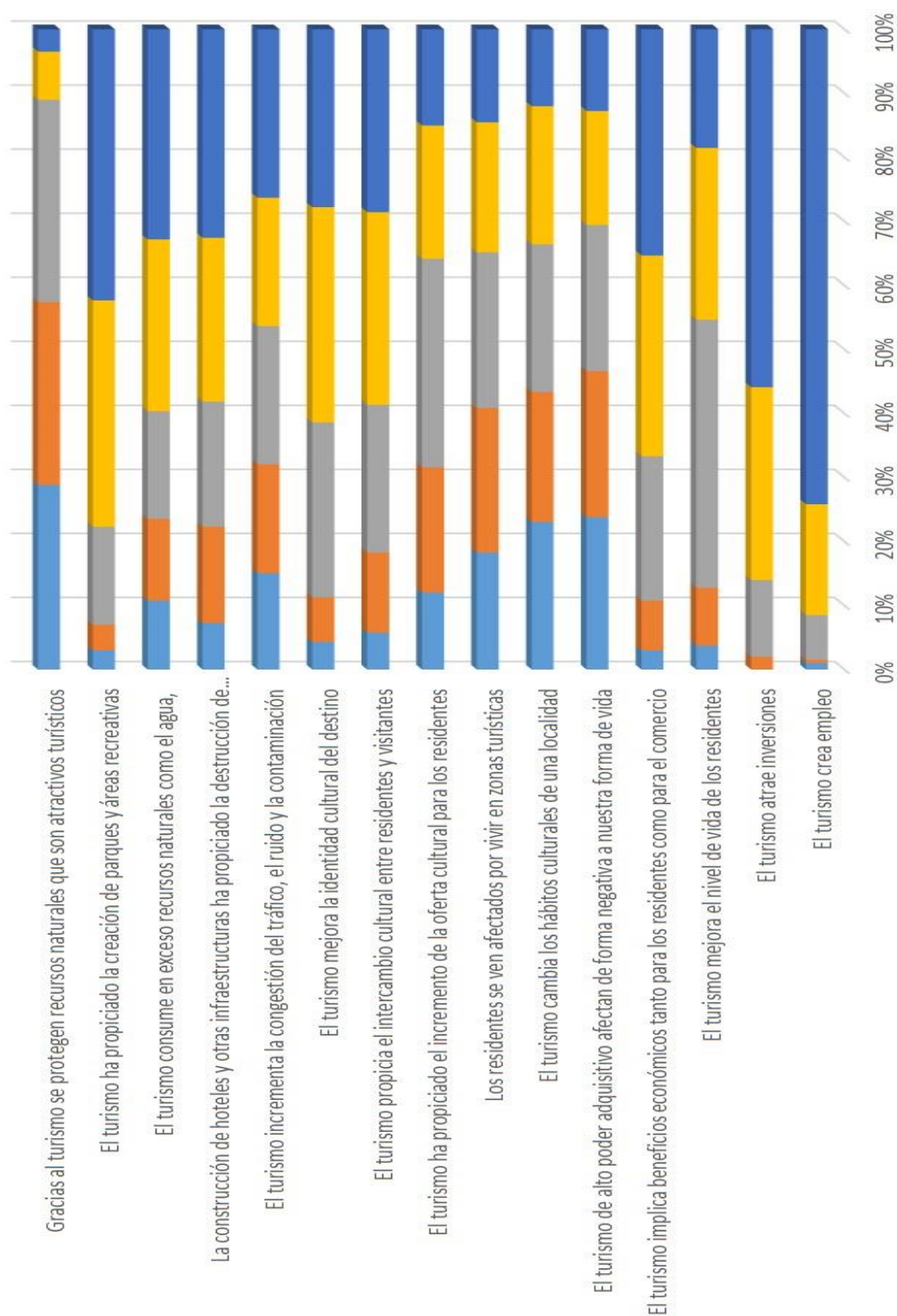
Al mismo tiempo también se atribuye a la actividad turística la “creación de parques y áreas recreativas”, siendo un 42,5% de los encuestados los que se muestran totalmente de acuerdo con la afirmación.

Más de la mitad de los encuestados (61,5%) se muestran de acuerdo o totalmente de acuerdo con que “el turismo mejora la identidad cultural del destino”.

En el lado negativo de la actividad turística nos encontramos que se muestran de acuerdo o totalmente de acuerdo casi el 60% con la afirmación de que “el turismo consume en exceso recursos naturales”; un 58% con la afirmación de que “la construcción de hoteles y otras infraestructuras ha propiciado la destrucción de entornos naturales”; y un 46,5% con el ítem que afirma que “el turismo incrementa la congestión del tráfico, el ruido y la contaminación”.

Es evidente que la herencia que vive Málaga del turismo de sol y playa, afecta a las percepciones de los impactos del turismo lo que se pone de manifiesto en los resultados que acabamos de comentar y en todos los que se relejan en el gráfico 3.6, en el que se recogen todos los ítems de la escala de los impactos del turismo.

Gráfico 3.6: Escala de los impactos del turismo



Respecto a la escala de apego a la comunidad, en general podemos afirmar que entre las personas consultadas existe un importante apego a la ciudad de Málaga, a la luz de los resultados descriptivos mostrados en el gráfico 3.7.

Como podemos observar prácticamente el 54% se muestra totalmente de acuerdo con la afirmación que dice “me siento muy unido a Málaga”, y el 53% lo hace respecto a la afirmación que declara “me identifico fuertemente con mi ciudad”.

Prácticamente la mitad de los consultados (47%) afirma estar totalmente de acuerdo con la frase “Málaga es muy especial para mí, siento que Málaga es una parte de mí”, y el 44% también se muestra totalmente de acuerdo con la afirmación “me gusta pasar el mayor tiempo posible en Málaga”

Sin embargo, aunque el sentimiento de apego, por los datos observados en el gráfico, se puede decir que es fuerte, existe un 30,6% de las personas consultas que señalan estar totalmente en desacuerdo con la afirmación que dice “el tiempo que he pasado aquí difícilmente podría haberlo pasado en otro lugar” poniendo de manifiesto que aunque Málaga es una ciudad que despierta un fuerte sentimiento de apego, un gran porcentaje de malagueños podrían haber pasado el tiempo que han pasado en Málaga en cualquier otro lugar.

Si observamos los resultados del gráfico 3.8 podemos señalar que parece existir una alta concienciación medioambiental entre las personas encuestadas.

Los consultados se muestran totalmente de acuerdo (76%) con que “tiene que haber una mayor conciencia por parte de los gobiernos para proteger el medioambiente”. Un 56% manifiesta estar totalmente de acuerdo con que “la humanidad está abusando seriamente del medioambiente debido al desarrollo económico”.

Gráfico 3.7: Escala apego a la comunidad

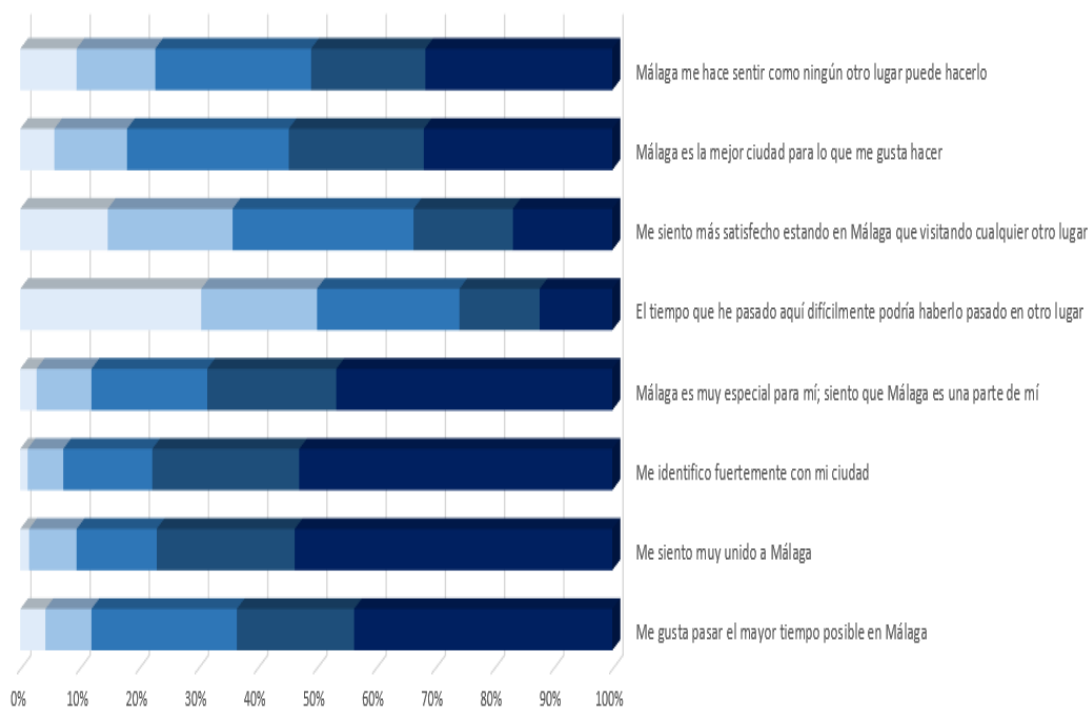
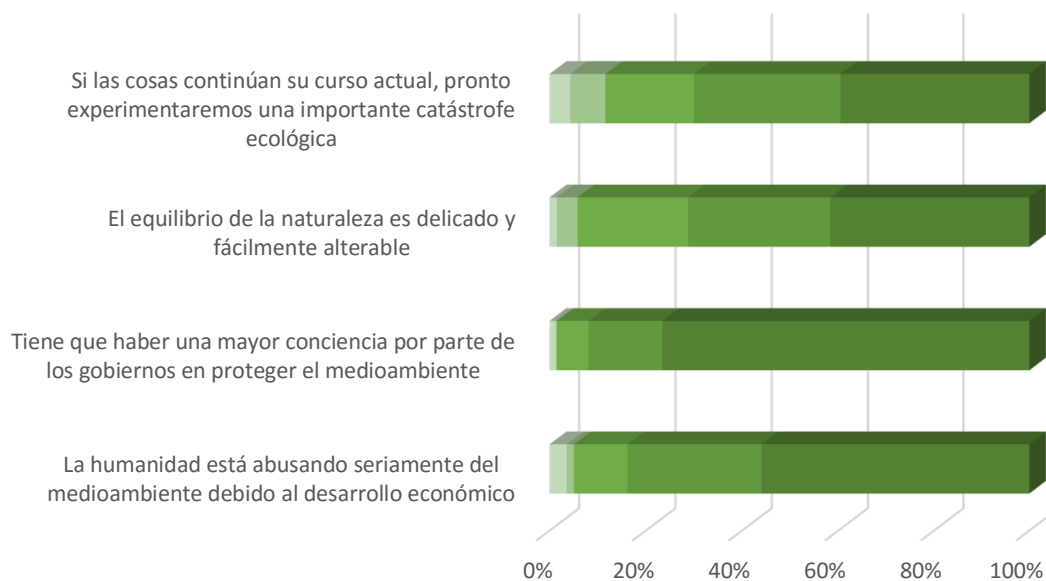


Gráfico 3.8: escala actitud medioambiental



Respecto al apoyo al desarrollo de acciones que mejoren el atractivo de Málaga capital como destino turístico cultural, podemos encontrar un fuerte apoyo al “embellecimiento general de la ciudad”, “mayor desarrollo del turismo basado en atractivos culturales o históricos” y “creación de más atractivos culturales” con un 78,7%, 68,2% y 67,7% respectivamente. Los ítems que cuentan con un menor respaldo por parte de los residentes son la “liberación de los horarios comerciales” y el “incremento de la oferta hotelera y de restauración”, donde sólo un 30,8% y un 40,5% respectivamente lo apoyan totalmente.

En cuanto al apoyo a una planificación estratégica adecuada, que ayude a desarrollar y fortalecer la imagen de Málaga capital como destino turístico cultural, los residentes se encuentran totalmente de acuerdo con la realización de “actividades de promoción de Málaga capital como destino turístico” (56,6%), “creación de planes urbanísticos que permitan espacios abiertos o de recreo” (56,4%), “seguridad, salud e integridad medioambiental requeridos para el desarrollo del turismo” (56,2%) y el “apoyo económico al desarrollo de Málaga capital como destino turístico” (55,9%). Por el contrario, los ítems que cuentan con un menor apoyo son los de “cambio en las infraestructuras para mejorar la experiencia de los turistas” y la “selección de los mercados objetivos de mayor potencial y adecuada estrategia de promoción de los mismos” con un 37,9% y un 35,8% respectivamente.

Gráfico 3.9: Apoyo al desarrollo de acciones

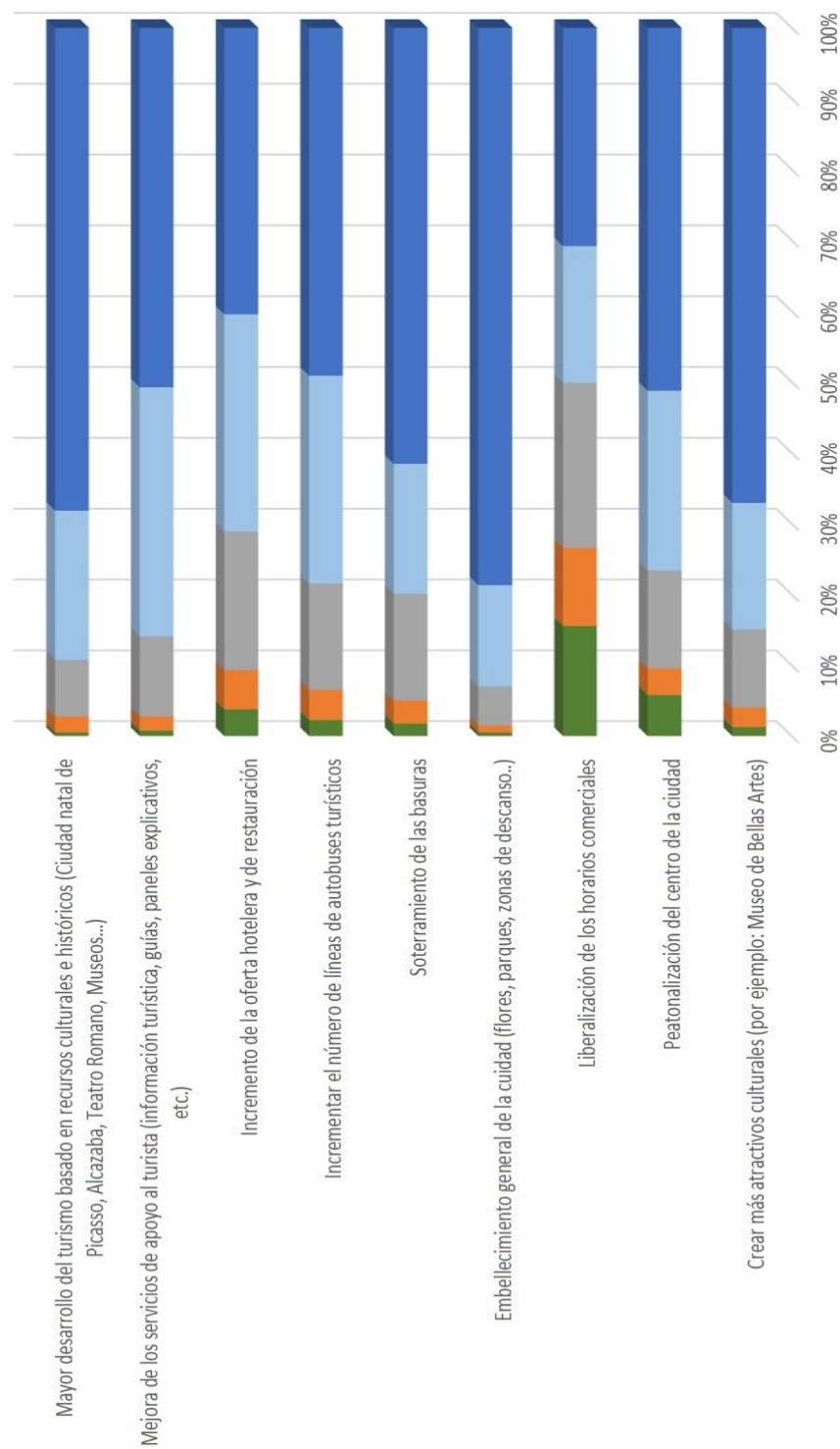
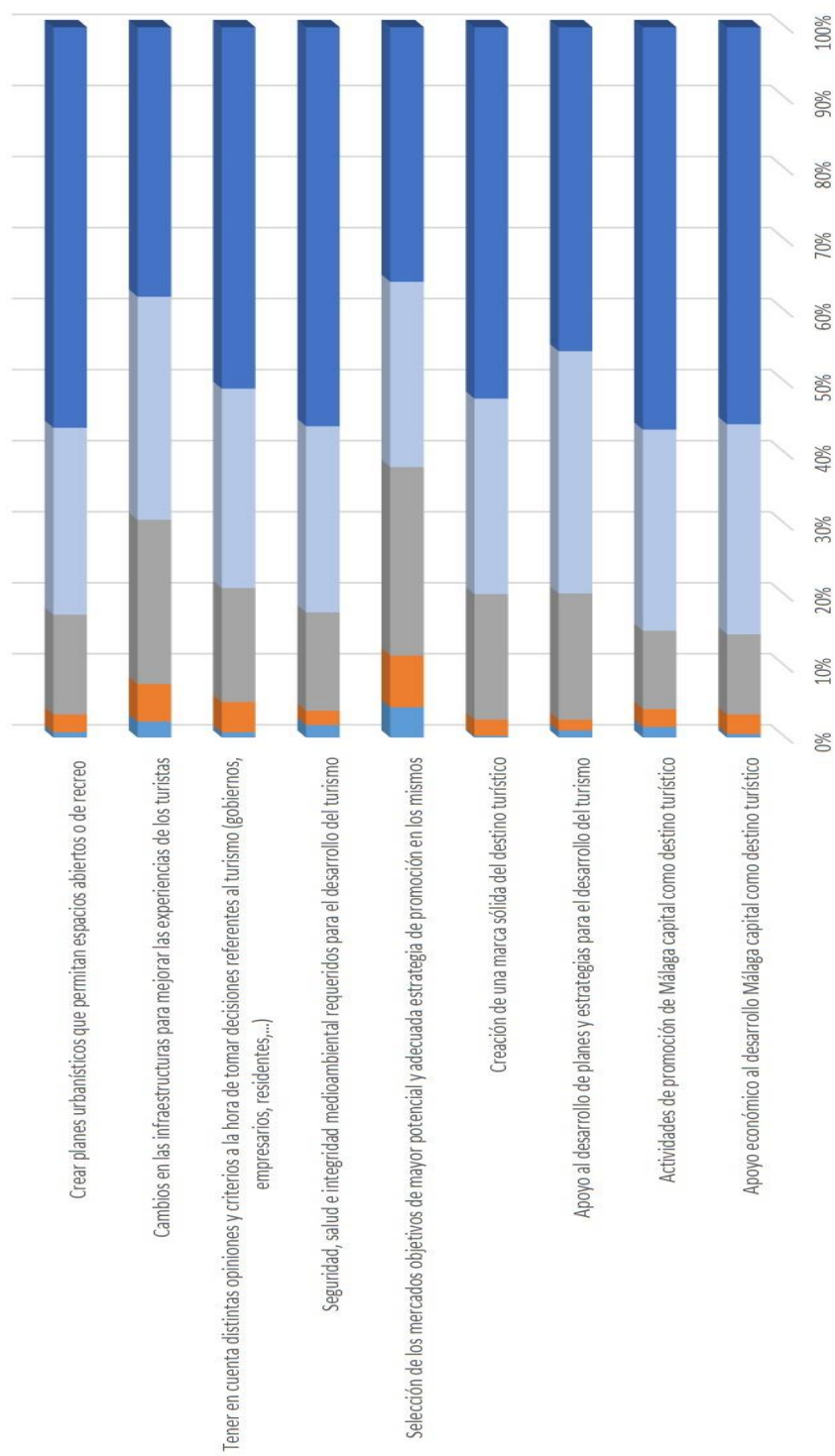


Gráfico 3.10: Apoyo a la planificación estratégica



3.4. Metodología de la investigación y su justificación

En el presente epígrafe trataremos de justificar las decisiones tomadas en relación a la metodología de análisis de los datos que hemos utilizado, al mismo tiempo que justificaremos la adecuación de las mismas al objetivo de la investigación, con el fin de poder contrastar las hipótesis planteadas con anterioridad.

La metodología SEM (Structural Equation Modeling) es la técnica que utilizaremos en el presente trabajo de investigación, ya que consideramos que es la más adecuada para estimaciones de modelos que incluyen variables complejas y abstractas, que no sean directamente observables, así como para aquellos modelos en los que se plantean múltiples relaciones causales, entre una o más variables independientes y una o más variables dependientes (Rodríguez-Pinto, Rodríguez-Escudero y Gutiérrez-Cillán, 2008).

No obstante, consideramos importante resaltar las virtudes de esta metodología, en las que destacan su capacidad para tratar de manera integrada y sistemática los problemas de medición de conceptos teóricos que se hacen operativos a través de variables complejas y abstractas, que con reiteración no son fácilmente observables. Asimismo, recalcar que los modelos SEM permiten analizar de forma conjunta la totalidad de las relaciones existentes entre múltiples variables teóricas independientes y dependientes, teniendo en cuenta explícitamente los posibles errores de medición de estas variables que no siempre pueden ser observadas de manera directa (Bagozzi, 1994; Rodríguez-Pinto, 2008).

Hemos de señalar que existe una amplia aceptación de los modelos SEM dentro del área de conocimiento de economía de la empresa. El principal motivo, es que se trata de modelos que combinan tanto una perspectiva econométrica así como psicométrica. En palabras de Chin (1998a), la perspectiva econométrica se centra en la predicción a partir de los modelos de análisis de las variables latentes, mientras que la psicométrica aborda conceptos como variables latentes, que son inferidas de manera indirecta a partir de múltiples medidas observadas.

En términos más generales los modelos SEM son técnicas multivariantes que combinan aspectos tanto de la regresión múltiple, como del análisis factorial para estimar un conjunto de relaciones de dependencia que se interrelacionan simultáneamente. Estos modelos son capaces de calcular en un análisis único, sistemático e integrador tanto el modelo de medida, como el modelo estructural (Cepeda y Roldán, 2004).

En relación a las técnicas basadas en la metodología SEM, podemos identificar dos enfoques complementarios. Por un lado el análisis de la estructura de covarianzas, en la adelante CBSEM (Covariance Based Structural Equation Modeling) (Jöreskog, 1970; Bollen, 1989), el cual ha gozado de una amplia aceptación y ha sido aplicado en el área de conocimiento de las ciencias sociales debido al desarrollo de multitud de programas informáticos que permiten la estimación de este tipo de modelos (AMOS, EQS, LISREL, MX, ramona y SEpath entre otros). Y por otro, el análisis por mínimos cuadrados parciales, en adelante PLS, en alusión a su nomenclatura en inglés, (Partial Least Squares) (Fornell y Cha, 1994; Chin, 1998a; Hulland, 1999) que es una técnica menos extendida que la anteriormente mencionada, debido a que su desarrollo es bastante reciente.

El enfoque del modelo CBSEM precisa un análisis donde las variables observadas tengan una distribución multivariante concreta, esto es, que sigan una distribución normal en el caso de máxima probabilidad, además de necesitar de un gran tamaño muestral, que con asiduidad puede estar más allá del alcance de los investigadores, sobre todo si los modelos son muy complejos (Hair, Anderson, Latham y Black, 1999). Con el fin de solucionar estos “inconvenientes”, se recurre a métodos alternativos de la estimación por máxima verosimilitud que permiten trabajar con datos de muestras que no cumplan el requisito de la normalidad, y en consecuencia se requieren muestras aún mayores (Rodríguez-Pinto *et al.*, 2008).

Otras posibles soluciones para obtener la estimación de estos modelos de forma viable pueden ser: la imposición de restricciones a los parámetros, no tener en cuenta determinadas variables del modelo o disminuir el número de indicadores para algunas variables latentes, pero ninguna de ellas resulta muy aconsejable (Raykov & Widman, 1995). Siguiendo a Rodríguez-Pinto (2008) existen diferencias sustanciales entre

estas dos metodologías, las cuales exponemos de forma resumida en la siguiente tabla:

Tabla 3.7: Diferencias entre el modelo estructural *CBSEM* y *PLS*

CRITERIOS	<i>CBSEM</i>	<i>P L S</i>
Objetivo	<i>Enfoque orientado a la estimación de los parámetros del modelo, basado en las covarianzas entre las variables observadas.</i>	<i>Enfoque orientado a la predicción, basado en la varianza de las variables dependientes.</i>
Requisitos de las variables	<i>Normalmente se requiere trabajar con datos medidos con escalas continuas y que sigan una distribución multivariante.</i>	<i>Admite cualquier tipo de escalas y no asume ninguna distribución concreta.</i>
Tipos de constructos	<i>En general solo admite constructos medidos con indicadores reflexivos.</i>	<i>Admite constructos medidos tanto con indicadores reflexivos como formativos.</i>
Puntuaciones de las variables latentes	<i>Indeterminadas.</i>	<i>Se estiman explícitamente.</i>
Estimación de los parámetros	<i>Énfasis en la precisión de los parámetros estimados, que son consistentes.</i>	<i>Escaso énfasis en los parámetros individuales. Su consistencia aumenta a medida que se incrementan el número de indicadores y el tamaño de la muestra. La estabilidad de los parámetros se determina mediante procedimientos de remuestreo.</i>
Tamaño muestral	<i>La estimación con muestras pequeñas es problemática. El tamaño muestral necesario aumenta con la complejidad del modelo y si los datos no se distribuyen normalmente.</i>	<i>Puede estimar modelos con muestras muy pequeñas. El tamaño mínimo depende del número de variables que contenga la ecuación de medida o la ecuación estructural más compleja.</i>
Complejidad del modelo	<i>La estimación de modelos muy complejos plantea problemas por la ausencia de grados de libertad y por su posible sobreajuste.</i>	<i>Por definición, no hay índices de ajuste. La bondad del modelo se determina en función de su capacidad para explicar las variables dependientes.</i>

Fuente: Rodríguez-Pinto (2008)

Además de lo expuesto hasta ahora, los análisis basados en PLS presentan una serie de ventajas prácticas al contemplar unos requerimientos mínimos en lo referente a las escalas de medidas de las variables, el tamaño muestral y la distribución que han de presentar las variables (Chin et. al, 1996).

Por estas características, a la modelización basada en estructuras de covarianza se le denomina modelización flexible, mientras que a la basada en máxima verosimilitud, se le denomina modelización firme o rígida. La modelización flexible está orientada hacia la predicción, más que hacia la causalidad (Chin, 1998a). Más en concreto, con PLS, las variables pueden ser medidas a través de escalas categóricas, ordinales de intervalo o ratios, ya que la estimación no implica ningún tipo de modelo estadístico. De esta forma, es posible operar con muestras más pequeñas, al mismo tiempo no precisa que los datos presenten distribuciones normales o conocidas.

3.4.1. Objetivos de la metodología utilizada

Los modelos de ecuaciones estructurales basados en *PLS* y *CBSEM* una vez que son analizados, tienen diferente finalidad. El objetivo de los modelos basados en *PLS*, está orientado a la predicción más que a la causalidad, tratando de maximizar la capacidad para explicar la varianza de las variables dependientes o endógenas del modelo, como si de una regresión lineal se tratara, lo que equivaldría a minimizar el error de predicción de estas variables, razón por la que esta metodología aplica una estimación por mínimos cuadrados ordinarios (Rodríguez-Pinto, 2008).

Es por ello, que este enfoque orientado a la predicción, está siendo muy útil para el desarrollo de nuevas teorías en las que no se conocen con exactitud todas las variables relevantes y sus interpelaciones, ya que nos permite identificar la existencia de relaciones aún no incluidas. Otra característica del enfoque *PLS*, es que no le afecta notablemente el problema de falta de especificación o de omisión de alguna variable relevante, ya que tiene una menor influencia en los parámetros estimados en

otras partes del modelo (Chin, 1998; Chin y Newsted, 1999; Gefen, Straub y Boudreau., 2000).

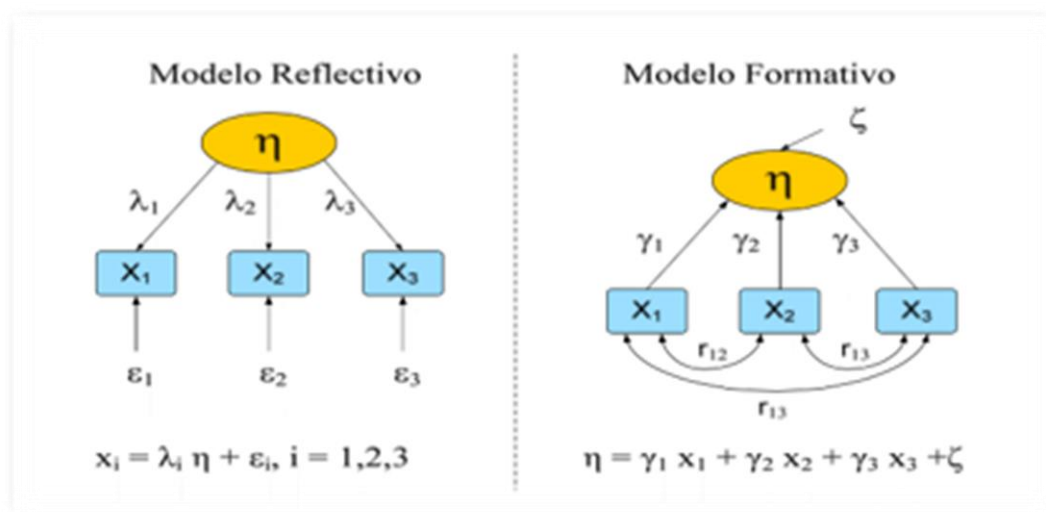
Respecto a los modelos *CBSEM*, su objetivo está orientado a explicar causas, lo que nos permite contrastar si un modelo teórico especificado a priori puede reproducir con la máxima convergencia posible la estructura real de varianzas-covarianza, en base a los datos de que se disponga. Al mismo tiempo, este enfoque permite confirmar teorías examinando si el modelo propuesto se ajusta estadísticamente a lo que ocurre en la realidad (Hair *et al.*, 1999; Byrne, 2001).

Para finalizar, hay que señalar que en ambos enfoques existe una gran diferencia en las escalas, en concreto, las exigencias de normalidad que *CBSEM* impone a las variables observadas, hace que éstas deban ser medidas mediante escalas continuas. En el caso de *PLS*, las escalas de medición permitidas son más flexibles, ya que se pueden utilizar variables medidas con escalas ordinales e incluso categóricas (Falk y Miller, 1992).

3.4.2. Relaciones entre variables y modelos de medida

De la revisión de la literatura que aborda los dos modelos estructurales señalados en los epígrafes anteriores, hemos de destacar una de las grandes diferencias que existe entre los mismos, siendo ésta la posibilidad o imposibilidad de incluir en el modelo indicadores tanto reflectivos (siendo las variables observadas con la que se trata de medir cada concepto teórico una manifestación o efecto del mismo, lo que explica su interrelación) como formativos (son determinantes exógenos del constructo, no requiriendo compartir ningún concepto en común, por lo que pueden capturar aspecto únicos del domino conceptual de la variable latente).

Gráfico 3.11: Modelo reflectivo vs modelo formativo

Fuente: Diamantopoulos *et al.* (2008)

En este sentido, muchos de los investigadores en ciencias sociales asumen que los indicadores de una escala miden el efecto del constructo medido, por lo que los ítems que componen la escala son percibidos como indicadores reflectivos de los constructos subyacentes (Blesa, Ripollés y Monferrer, 2008).

Bollen y Lenox (1991) señalan que los indicadores formativos parecen más apropiados cuando éstos pueden ser considerados más como la causa que como el efecto de la variable latente medida, esta perspectiva de medida alternativa implica la creación de un índice más bien que de una escala. A continuación, recogemos de forma resumida los principales criterios que caracterizan y diferencian a los constructos formativos y reflexivos (tabla 3.8)

Tabla 3.8: Comparación entre constructos reflectivos y formativos

COMPARACIÓN ENTRE CONSTRUCTOS REFLECTIVOS Y FORMATIVOS	
REFLECTIVOS	La dirección de la causalidad va del constructo a sus indicadores. Los indicadores son manifestaciones del concepto que se quiere medir. Los indicadores covarían entre sí. La eliminación de un indicador no altera el significado conceptual del constructo. Los indicadores son intercambiables, es decir, manifiesta lo mismo de forma diferente. El error de medida se produce en los indicadores.
FORMATIVOS	La dirección de la causalidad va de los indicadores al constructo. Son la causa del constructo. Los indicadores constituyen dimensiones del concepto en cuestión. Los indicadores no están necesariamente correlacionados. La eliminación de un indicador supone modificar la definición del constructo. Los indicadores no son intercambiables, aportan diferente contenido al constructo. Error de medida se produce en el constructo.

Fuente: Jarvis, Mackenzie y Podsakoff (2003) y Rodríguez-Pinto (2008)

Por lo tanto, en el proceso de medición, una alternativa es el uso de indicadores causales o formativos, lo que supone la creación de índices compuestos, más que el desarrollo de escalas (Edwards y Bagozzi, 2000; Diamantopoulus y Winklhofer, 2001; Jarvis, MacKenzie y Podsakoff, 2003; Diamantopoulus, Riefler y Roth, 2008). En otras palabras, el indicador es una de las causas o antecedentes de la variable latente con la que se relaciona.

Desde este punto de vista, el significado conceptual y empírico de una variable latente formativa queda determinado por el conjunto de variables observadas empleadas, que no tienen que estar necesariamente correlacionadas entre sí (Jarvis *et al.*, 2003; Diamantopoulus *et al.*, 2008).

Rodríguez-Pinto (2008) alerta sobre el incremento de voces que destacan los riesgos de aceptar el procedimiento convencional de medición de variables latentes automáticamente como indicadores reflectivos, sin tener en cuenta la verdadera naturaleza de la relación entre los conceptos que se tratan de medir y sus variables observadas.

Edwards y Bagozzi (2000), consideran que los investigadores parecen haber puesto mucho énfasis en explicar las relaciones causales entre constructos, pero no han prestado la misma atención a la identificación del tipo de relaciones que se dan

entre estos constructos y sus medidas. El estudio de Jarvis *et al.* (2003) así lo pone de manifiesto, señalando que numerosos constructos fueron erróneamente tratados como reflectivos, cuando en realidad, los indicadores correspondientes eran formativos.

Una de las diferencias más importantes de los modelos *CBSEM* y *PLS*, estriba en el conjunto de estadísticos que las distintas aplicaciones ofrecen para poder efectuar el diagnóstico sobre la bondad del modelo contrastado (Gefen *et al.*, 2000; Martín, 2011). Los programas estadísticos de ecuaciones estructurales basados en covarianzas *CBSEM* más destacados, aportan tres tipos de estadísticos: 1) los que obtienen las estimaciones de todos los parámetros individuales de los modelos estructurales y medición; 2) los que aportan una batería de estadísticos para evaluar el ajuste global del modelo (Baumgarther y Homburg, 1996), y 3) los denominados índices de modificación, que facilitan la tarea del investigador en la identificación de las posibles causas de desajustes en el modelo y la reespecificación del mismo.

Los modelos basados en *PLS* no aportan estadísticos sobre el grado de ajuste del modelo (Chin, 1998a) dado que no trata de reproducir la matriz de datos primarios, sino de maximizar la varianza explicada de los constructos endógenos. Aunque Tenenhaus Vinzi, Chatelin y Lauro (2005) proponen una solución operativa que sirva como índice para evaluar globalmente un modelo *PLS*, denominado "criterio global de bondad del ajuste" (Goodness-of-fit, de ahora en adelante GoF), faltan referencias sobre qué valores puedan ser considerados aceptables para este índice

En este trabajo de investigación, solo uno de los constructos del modelo propuesto es una escala formativa. Se trata de la escala "impactos del turismo" en la que se recogen impactos económicos, socio-culturales y medioambientales, del turismo. En esta escala la dirección causal va de los indicadores al constructo, y se considera que cada indicador constituye una dimensión diferente de tal forma que si eliminamos uno de ellos, se pierde parte del contenido conceptual definido para dicha variable. Cada uno de los ítems aporta un significado conceptual diferente y en ningún caso son intercambiables entre sí. Los ítems que forman esta escala se muestran a continuación:

Impactos del turismo
El turismo crea empleo
El turismo atrae inversiones
El turismo mejora el nivel de vida de los residentes
El turismo implica beneficios económicos tanto para los residentes como para el comercio
El turismo de alto poder adquisitivo afectan de forma negativa a nuestra forma de vida
El turismo cambia los hábitos culturales de una localidad
Los residentes se ven afectados por vivir en zonas turísticas
El turismo ha propiciado el incremento de la oferta cultural para los residentes
El turismo propicia el intercambio cultural entre residentes y visitantes
El turismo mejora la identidad cultural del destino
El turismo incrementa la congestión del tráfico, el ruido y la contaminación
La construcción de hoteles y otras infraestructuras ha propiciado la destrucción de entornos naturales
El turismo consume en exceso recursos naturales
El turismo ha propiciado la creación de parques y áreas recreativas
Gracias al turismo se protegen recursos naturales que son atractivos turísticos

Junto con la escala de impactos del turismo, el modelo propuesto incluye cuatro escalas reflectivas, apego a la comunidad, actitud medioambiental apoyo al desarrollo de acciones, apoyo a una planificación estratégica; en dichos constructos los indicadores que los forman son consecuencia de las variables que miden, reflejan comportamientos, ratios o actitudes consecuencia de la existencia de dicho constructo. Asimismo, los ítems de estas variables son intercambiables entre sí, están fuertemente correlacionados en la mayoría de los casos y la pérdida o eliminación de algunos de ellos no afecta a la variable seleccionada. Los ítems que forman las cuatro escalas reflectivas son:

Apego a la comunidad
Me gusta pasar el mayor tiempo posible en Málaga
Me siento muy unido a Málaga
Me identifico fuertemente con mi ciudad
Málaga es muy especial para mí; siento que Málaga es una parte de mí
El tiempo que he pasado aquí difícilmente podría haberlo pasado en otro lugar
Me siento más satisfecho estando en Málaga que visitando cualquier otro lugar
Málaga es la mejor ciudad para lo que me gusta hacer
Málaga me hace sentir como ningún otro lugar puede hacerlo

Actitud medioambiental
La humanidad está abusando seriamente del medioambiente debido al desarrollo económico
Tiene que haber una mayor conciencia por parte de los gobiernos en proteger el medioambiente
El equilibrio de la naturaleza es delicado y fácilmente alterable
Si las cosas continúan su curso actual, pronto experimentaremos una importante catástrofe ecológica
Apoyo a acciones que mejoran la competitividad del destino
Crear más atractivos culturales (por ejemplo: Museo de Bellas Artes)
Peatonalización del centro de la ciudad
Liberalización de los horarios comerciales
Embelllecimiento general de la ciudad (flores, parques, zonas de descanso...)
Soterramiento de las basuras
Incrementar el número de líneas de autobuses turísticos
Incremento de la oferta hotelera y de restauración
Mejora de los servicios de apoyo al turista (información turística, guías, paneles explicativos, etc.)
Mayor desarrollo del turismo basado en recursos culturales e históricos (Ciudad natal de Picasso, Alcazaba, Teatro Romano, Museos...)
Apoyo a la planificación estratégica para impulso del destino
Apoyo económico al desarrollo Málaga capital como destino turístico
Actividades de promoción de Málaga capital como destino turístico
Apoyo al desarrollo de planes y estrategias para el desarrollo del turismo
Creación de una marca sólida del destino turístico
Selección de los mercados objetivos de mayor potencial y adecuada estrategia de promoción en los mismos
Seguridad, salud e integridad medioambiental requeridos para el desarrollo del turismo
Tener en cuenta distintas opiniones y criterios a la hora de tomar decisiones referentes al turismo (gobiernos, empresarios, residentes,...)
Cambios en las infraestructuras para mejorar las experiencias de los turistas
Crear planes urbanísticos que permitan espacios abiertos o de recreo

3.4.3 Selección de la metodología

Así pues, de lo expuesto con anterioridad se deduce que hemos optado por el uso de PLS o mínimos cuadrados parciales para el contraste de las hipótesis planteadas, debido a diversas razones.

En primer lugar los modelos *PLS* tienen como objetivo fundamental minimizar el error de predicción, es decir, maximizar la varianza explicada de las variables dependientes del modelo, aplicando una estimación iterativa mediante mínimos

cuadrados ordinarios de los distintos parámetros agrupados en bloques (Chin y Newsted, 1999; Tenenhaus *et al.*, 2005; Martín, 2011).

En segundo lugar por la utilidad operativa del modelo PLS, ya que aporta una flexibilidad a la métrica de las variables recogidas y no presupone una distribución de frecuencias delimitada. Prácticamente la totalidad de las variables de este estudio, excepto las sociodemográficas, están medidas usando una escala de Likert de cinco puntos, y por lo tanto no pueden ser consideradas en sentido estricto como continuas, así como no contemplan que todos los datos superen las pruebas de normalidad multivariante.

En este trabajo de investigación, la elección del modelo PLS también está basada en su capacidad para incluir constructos tanto formativos como reflectivos, ya que en nuestro modelo final contemplamos ambos tipos.

Al mismo tiempo debemos señalar que la metodología PLS no está exenta de inconvenientes (Chin y Newsted, 1999), El primero de ellos está relacionado con la imposibilidad de tener en cuenta el posible error de medida de los indicadores. Desde un punto de vista global, en la estimación a través de mínimos cuadrados parciales, se agregan variables observadas que pueden contener errores de medida, lo que puede producir estimadores inconsistentes. El sesgo suele manifestarse en unas cargas factoriales estimadas más altas en el modelo de medida y en unos coeficientes estructurales relativamente más bajos. No obstante, los valores estimados tienden acercarse a su “verdadero” valor en la medida que aumenten el número de indicadores utilizados para cada variable latente y el tamaño muestral.

En la actualidad, no existen demasiadas aplicaciones informáticas que permitan estimar los modelos a través de mínimos cuadrados parciales y aunque cada vez existen un mayor número de ellas hay que señalar que son bastante recientes, por lo que están en pleno desarrollo y proceso de mejora.

El programa conocido como *LVPLS (Latent variables Path Analysis with Partial Least Squares)*, fue uno de los primeros que se desarrolló para trabajar con la metodología PLS (Lohmoller, 1984). Actualmente existen aplicaciones basadas en

LVPLS que la mejoran sensiblemente incorporando una interfaz gráfica que facilita las tareas de especificación de las ecuaciones del modelo. Esto puede ser interpretado como una prueba del creciente interés que los investigadores en el ámbito de las ciencias sociales están demostrando por este tipo de metodología.

De acuerdo con Temme, Kreis y Hildebrandt (2006), en la actualidad, además de *LVPLS*, se puede recurrir a programas como *PLS-GUI*, *VisualPLS*, *PLS-Graph*, *SPAD-PLS* o *SmartPLS*. El software *PLS-Graph 3.00* (Chin *et al.*, 2003) ha desarrollado una interfaz gráfica que facilita su utilización y se ha difundido bastante hasta el momento y, además, según comprueban Temme *et al.* (2006) incorporan de manera correcta los procesos de remuestreo y tratamiento de los valores perdidos. A partir de *PLS-Graph 3.00*, se ha desarrollado *Smart-PLS*.

Para el análisis de datos mínimos cuadrados parciales (*PLS*) en este estudio hemos utilizado el software *Smart-PLS* versión_2.0 M3 desarrollado por Ringle, Wende y Will (2005). Como señalan Barclay, Higgins y Thompson (1995), el uso de la metodología *PLS* implica un enfoque desarrollado en dos etapas; en primer lugar, se aborda el modelo de medida y, en segundo lugar, el modelo estructural, como analizamos con detalle en el siguiente capítulo de esta tesis doctoral.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

CAPÍTULO 4

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Introducción

4.2. Estimación del modelo de medida

4.3. Análisis y evaluación del modelo estructural



Capítulo 4: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Introducción

Una vez detallados en el capítulo anterior aquellos aspectos que consideramos más importantes de la metodología utilizada, en el presente capítulo abordaremos el análisis estadístico de nuestra investigación con el propósito de validar las medidas utilizadas, así como las hipótesis planteadas en los capítulos anteriores. Esto implica el seguimiento de una serie de etapas que permiten operativizar los conceptos teóricos de la investigación al mismo tiempo que permiten contrastar las hipótesis planteadas.

Hemos empleado la metodología de mínimos cuadrados parciales (PLS- Partial Least Squares). Anderson y Gerbing (1988) recomiendan que, aunque PLS estime en el mismo proceso los parámetros tanto del modelo de medida como del modelo estructural, los resultados de esta tipología de modelos se analicen en dos etapas. Una primera etapa donde debemos analizar la fiabilidad de las escalas de medida y una segunda etapa donde evaluemos el modelo estructural, por lo tanto en el presente capítulo estructuraremos el análisis en dos etapas tal y como recomiendan estos autores.

En relación a las escalas de medida, nuestro estudio plantea dos tipos de modelos de medida: formativos y reflectivos. Consideramos importante hacer esta distinción ya que los procesos de validación de ambas tipologías de modelos presentan características diferentes. Hay que señalar que los métodos que se utilizan tradicionalmente para evaluar las escalas de tipo reflectivo no son válidos para evaluar índices formativos y viceversa (Dimantopoulus *et al.*, 2008).

En el presente capítulo, por lo tanto, comenzaremos examinando las cuestiones relativas a la evaluación del modelo de medida, a continuación describiremos los resultados del análisis así como la evaluación del modelo estructural, llevaremos a cabo una evaluación global del mismo planteado, lo que nos va a permitir evaluar la capacidad predictora del modelo y por último se identificarán las hipótesis planteadas que se verifican.

4.2. Estimación del modelo de medida

En el modelo de medida se trata de analizar si los componentes teóricos están medidos correctamente a través de sus indicadores o variables observables. Para este análisis abordaremos los atributos de validez (si la variable observable mide realmente lo que desea medir) y fiabilidad (que hace referencia a si la medición se hace de una forma estable y consistente).

Tabla 4.1: Criterios para la validación de escalas de medida

ESCALAS FORMATIVAS	
Indicadores y análisis	- Validez de contenido (validez conceptual) y especificidad de indicadores - Analizar los pesos (weights) y su nivel de contribución al índice - Multicolinealidad: revisar la correlación entre pares indicadores. Se desea que el estadístico Factor de Inflación de la Varianza (FIV<5) y Tolerancia > 0,2. También que el Índice de Condición no sea superior a 30, a 15 siendo más restrictivos (entre 5 y 10 ya indica posible multicolinealidad).
ESCALAS REFLECTIVAS	
Indicadores y análisis	- Fiabilidad: Signo, magnitud y significación de las cargas (loadings >0,7). - Validez convergente: Fiabilidad Compuesta (Pc >0,7) y Varianza Extraída media (AVE >0,5): $\rho_c = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum Var(\varepsilon_i)} \quad AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum Var(\varepsilon_i)}$ - Validez discriminante: $\sqrt{AVE}$>Correlaciones con otros constructos y análisis de las correlaciones cruzadas (cross-loadings).

Fuente: Martín (2011)

En el presente capítulo, por lo tanto, comenzaremos examinando las cuestiones relativas a la evaluación del modelo de medida, a continuación describiremos los resultados del análisis así como la evaluación del modelo estructural. Para finalizar llevaremos a cabo una evaluación global del modelo planteado, lo que nos va a permitir evaluar la capacidad predictora del modelo y por último se identificarán las hipótesis planteadas que se verifican.

El modelo final planteado en la presente investigación consta de 5 constructos: impactos percibidos del turismo, apego al lugar, actitud medioambiental, apoyo al desarrollo de acciones que mejoren el atractivo turístico de Málaga capital y apoyo a una planificación estratégica turística. Al mismo tiempo hemos de señalar que todos los mencionados constructos se han medido con indicadores reflectivos, excepto el que hace referencia a los impactos del turismo que ha sido especificado como formativo. En tabla 4.1 exponemos brevemente las principales diferencias entre los criterios de validación entre ambos tipos de escalas.

4.2.1. Validación de los índices formativos

Para la validación de los constructos formativos, Diamantopoulos *et al.* (2001, 2008) sugieren analizar la validez de contenido, la especificidad de los indicadores y la colinealidad de los indicadores.

El análisis de la validez de contenido asegura que el índice formativo recoge todo el dominio conceptual de la variable latente. Éste debe incluir todas las dimensiones que lo forman. El análisis de la especificidad de los indicadores supone identificar un conjunto de indicadores que recojan todo el significado del concepto en los términos descritos en la validez de contenido. Ambas quedan justificadas con la revisión de los estudios y la literatura analizada, y con el examen de los pesos, pues lo que se trata de interpretar es la contribución que cada indicador tiene en la formación de la correspondiente variable (Chin, 1998a).

En este sentido, se debe tener en cuenta el tipo de relación epistemológica entre las variables latentes y las observadas, pues ello afecta a la validación del índice. Puesto que en la definición de los constructos formativos no se requiere que la escala sea internamente consistente, los procedimientos tradicionales de análisis de la fiabilidad y validez de las escalas reflectivas no son adecuados (Bagozzi, 1994).

Los pesos no necesitan superar ningún punto de referencia determinado, por este motivo unos pesos reducidos no son motivo suficiente para depurar un ítem formativo, pues no se espera que todas las causas o posibles medidas empleadas para construir un índice tengan la misma importancia ni que sean internamente consistentes (Law y Wong, 1999).

Es más, bajo este esquema de medición, la eliminación de un indicador de esta clase supone alterar el dominio conceptual de la variable en cuestión (Bollen y Lennox, 1991) y, por tanto, su validez de contenido; por lo que siempre habrá que tratar de no alterar el dominio conceptual del índice. Cepeda y Roldán (2014) por su parte afirman que el máximo valor que puede alcanzar un peso de un conjunto de indicadores formativos no correlacionados es de $1/n^{1/2}$, siendo “n” el número de indicadores.

Además de la validez de contenido y la especificidad de los indicadores, también se debe tener en cuenta la *multicolinealidad* entre los indicadores, un rasgo deseable en un modelo de medición reflectivo que, sin embargo, se convierte en un problema en un modelo formativo (Bollen y Lennox, 1991; Diamantopoulos y Winklhofer, 2001; Diamantopoulos et al., 2008), ya que podrá generar problemas en los cálculos posteriores.

En consecuencia, para los índices formativos se debe llevar a cabo un diagnóstico de multicolinealidad, que realizaremos, primero, mediante el examen de la correlación entre cada par de indicadores y, segundo, mediante el análisis de los estadísticos de colinealidad, Tolerancia (T), su inverso (el Factor de Inflación de la Varianza, FIV o VIF) y el Índice de Condición (IC). Estas medidas nos dan el grado en que cada variable independiente se explica por otras variables independientes del modelo propuesto (Hair et al., 1999).

La Tolerancia (T) refleja el porcentaje de la variación de una variable que no puede ser explicada por las otras variables. Por tanto, una Tolerancia baja (y elevados valores de FIV) significa que esa variable queda muy explicada por las demás, denotando la existencia de colinealidad y, por ende, contribuyendo poco a la explicación de la variable dependiente. Se asume que ratios de Tolerancia menores de 0.1, que corresponden con valores de FIV mayores de 10 y $R^2 = 0.9$, son muy problemáticos y evidencian la existencia de multicolinealidad. Valores de FIV por encima del 5 y de Tolerancia menores de 0,2 ó 0,3 comienzan a ser problemáticos (Kleinbaum, Kupper y Muller, 1988) e indican que puede empezar a haber problemas de multicolinealidad.

Además, también se recomienda revisar el índice de condición (Hair *et al.*, 1999). Valores del número o índice de condición (IC) entre 5 y 10 están asociados con colinealidad débil, mientras que índices de condición superiores a 30 señalan una colinealidad de moderada a fuerte (Belsey, 1991). Este autor propone utilizar de forma conjunta los FIV y los índices de condición. Dichos índices indican el número de colinealidades y la magnitud de los mismos, midiendo su importancia relativa y la *proporción de descomposición de varianza* (PDV). El criterio sería: si un componente tiene un índice de condición mayor que 30, y dos o más variables tienen una proporción de varianza mayor que 0,5, esas variables son colineales.

Teniendo en cuenta los tres aspectos revisados: la lógica conceptual del constructo, los pesos y los indicadores de colinealidad, ya estaremos en disposición de abordar la validación de los índices formativos del modelo de investigación.

Así pues, para llevar a cabo la validación de los índices formativos analizaremos los pesos, completando nuestro análisis con el estudio de la multicolinealidad de las variables de cada índice y buscando, en todo momento, asegurar la validez de contenido. Ello permite mantener el dominio conceptual de los índices correspondientes a las variables de este trabajo.

En la tabla 4.2 se muestran los pesos de los indicadores formativos así como su significación. La significación de los indicadores formativos se obtiene a través de un proceso de remuestreo o bootstrapping. En los constructos formativos los pesos

indican la contribución de cada indicador individual en la configuración del constructo. La significación de los mismos es estimada a través del estadístico t , calculado tal y como acabamos de mencionar a través de un proceso de remuestreo (Chin, 1998b).

Al mismo tiempo también se recoge la máxima correlación alcanzada entre ítems de la escala (0,435), el máximo valor de FIV (1,717) y el mínimo valor de tolerancia (0,582). También se recoge el índice de condición, que en nuestro caso supera el límite establecido de 30. En este caso y siguiendo a Belsley (1991) solo una variable muestra un valor de proporción de descomposición de la varianza por encima de 0,5 (en concreto de 0,54), motivo por el cual se decide mantener el ítem, ya que no cumple los requisitos para su eliminación del modelo.

Tabla 4.2: Pesos de los indicadores formativos

VALIDACIÓN DE ÍNDICES FORMATIVOS		PESOS	t-student
IMPACTOS (máx_corr.= 0,435; máx FIV= 1,717 mín.T=0,582; máx CN=32)			
IMP01	El turismo crea empleo	0,144584	0,6816
IMP02	El turismo atrae inversiones	0,37399	1,8638
IMP03	El turismo mejora el nivel de vida de los residentes	0,106729	0,542
IMP04	El turismo implica beneficios económicos tanto para los residentes como para el comercio	0,222201	1,2869
IMP05	El turismo de alto poder adquisitivo afectan de forma negativa a nuestra forma de vida	-0,244687	1,6305
IMP06	El turismo cambia los hábitos culturales de una localidad	-0,074609	0,4328
IMP07	Los residentes se ven afectados por vivir en zonas turísticas	-0,080465	0,4107
IMP08	El turismo ha propiciado el incremento de la oferta cultural para los residentes	0,134259	0,8455
IMP09	El turismo propicia el intercambio cultural entre residentes y visitantes	0,413312	1,7179
IMP10	El turismo mejora la identidad cultural del destino	0,178763	0,85
IMP11	El turismo incrementa la congestión del tráfico, el ruido y la contaminación	-0,207	1,2267

IMP12	La construcción de hoteles y otras infraestructuras ha propiciado la destrucción de entornos naturales	-0,012012	0,0515
IMP013	El turismo consume en exceso recursos naturales	-0,066448	0,39
IMP14	El turismo ha propiciado la creación de parques y áreas recreativas	0,072681	0,3583
IMP15	Gracias al turismo se protegen recursos naturales que son atractivos turísticos	0,248183	1,2764

Junto a los pesos de los indicadores formativos en la tabla 4.2 también se recoge su significación estadística (valor de t), como podemos observar alguno de ellos no son significativos. Siguiendo a Cepeda y Roldán (2014), si la significación del ítem es mayor que 0,05, esa medida formativa es relevante para la construcción del constructo.

Existen dos alternativas para la eliminación o no de los ítems que no son significativos, una de ellas, la más estricta, es la propuesta por Roberts y Thatcher (2009) y otra más flexible propuesta por Hair, Hult, Ringle y Sarsted (2014). Las alternativas son en función de si la eliminación del mencionado ítem, implica o no una pérdida de información útil y necesaria para la definición de los componentes. En general, la mayoría de investigadores sugieren no eliminar indicadores a partir únicamente de los resultados estadísticos.

Si la justificación conceptual lo aprueba, deben conservarse indicadores significativos y no significativos, ya que se corre el riesgo de perder información útil, así como de modificar la naturaleza del constructo (Chin, 1998a). Además la inclusión de indicadores no significativos difícilmente altera las estimaciones, sin embargo, un número excesivo de indicadores es indeseable porque incrementa el número de parámetros a estimar (Gómez Cruz, 2011). En nuestro caso, siguiendo las recomendaciones de los autores mencionados, hemos decidido mantener todos los indicadores del constructo, a pesar de que algunos no sean estadísticamente significativos.

Conviene destacar que los resultados recogidos en la tabla 4.2 nos permiten reafirmar la naturaleza formativa del constructo de dependencia, por cuanto, no sólo

las correlaciones son bajas como ya se señaló, sino que incluso algunas de las dimensiones tienen signo contrario frente a las demás en la conformación de la dependencia, hecho que se ajusta a la lógica en los constructos formativos, pero que carece de sentido teórico en los reflectivos.

4.2.2. Validación de los índices reflectivos

Siguiendo la metodología propuesta por Anderson y Gerbing (1988), de análisis en dos etapas, comenzaremos por la evaluación del modelo de medida. Cuando se trata de escalas reflectivas, la evaluación implica el análisis de la fiabilidad de los ítems que componen dichas escalas y de sus correspondientes constructos, así como también la validez convergente y discriminante de las medidas planteadas.

El análisis de la fiabilidad de la escala implica la observación de la fiabilidad de cada uno de los ítems que la componen. SmartPLS permite comprobarla mediante el análisis de las cargas, atendiendo a su signo, magnitud y significación.

Para ello es necesario analizar si cada uno de los indicadores reflectivos mide la variable latente a la que ha sido ligado. Si esto ocurre, la varianza que comparten el constructo y el indicador que estamos analizando debe ser alta. Para que este criterio se cumpla la carga del indicador analizado debe ser mayor o igual a 0,7 (Chin, 1998a), lo cual implica que la varianza compartida entre el constructo y sus indicadores es mayor que la varianza del error.

En este sentido, diversos investigadores estiman que esta regla no debería ser tan estricta, así cargas factoriales de 0,5 ó 0,6 podrían ser aceptables en determinadas situaciones (Falk y Miller, 1992), por ejemplo en el caso de fases iniciales en el desarrollo de escalas (Chin, 1998b), o cuando las escalas se aplican en diferentes contextos (Barclay *et al.*, 1995).

Además de la fiabilidad individual, también es necesario comprobar la fiabilidad del constructo, la cual tiene como objetivo comprobar la consistencia interna de todos los indicadores que lo miden, dicho de otro modo, se trata de evaluar con qué rigurosidad están midiendo las variables manifiestas las variables latentes. Para medir

la fiabilidad del constructo se utilizan tanto el alpha de Cronbach como la fiabilidad compuesta, sin embargo se considera que la fiabilidad compuesta presenta una serie de ventajas respecto al alpha de Cronbach (Calvo de Mora y Criado, 2005).

Fornell y Larcker (1981) señalan que la fiabilidad compuesta puede ser un criterio más completo, pues parte de las cargas factoriales reales de los ítems que han sido utilizadas en el modelo causal, mientras que el coeficiente alpha de Cronbach hace la suposición de que todas las cargas son iguales a la unidad (Barclay *et al.*, 1995). Por otra parte, la fiabilidad compuesta no se ve influenciada por el número de ítems de la variable latente. No obstante, utilicemos un criterio u otro, la regla mínima de aceptación según Nunnally (1978) está en una fiabilidad de 0,7 en etapas tempranas de investigación y en un más estricto 0,8 en investigación básica.

El análisis de la validez convergente trata de evaluar si un conjunto de indicadores miden realmente un constructo determinado. Para analizar este tipo de validez se utiliza la varianza extraída media (AVE). El criterio de aceptación consiste en que la varianza extraída media (AVE) de un constructo ha de ser mayor a 0,5, significando esto que el constructo comparte más de la mitad de su varianza con sus indicadores, siendo el resto de la varianza debida al error de medida (Fornell y Larcker, 1981). Este criterio solo es de aplicación para las variables latentes con indicadores reflectivos o para constructos de segundo orden moleculares.

Respecto a la escala de apego a la comunidad, podemos observar como todas las cargas factoriales superan los límites establecidos, siendo en todos los ítems superiores a 0,7. El valor de alpha supera el límite de 0,7 y la fiabilidad compuesta alcanza un valor de 0,95 muy superior al límite establecido de 0,7 e incluso 0,8 (tabla 4.3).

Tabla 4.3: Validación de escalas con indicadores reflectivos:
Escala Apego

ITEM	Carga	
Me gusta pasar el mayor tiempo posible en Málaga	0,733839	AVE = 0,69 Pc = 0,95 Alpha = 0,93
Me siento muy unido a Málaga	0,893955	
Me identifico fuertemente con mi ciudad	0,888244	
Málaga es muy especial para mí; siento que Málaga es una parte de mí	0,883681	
El tiempo que he pasado aquí difícilmente podría haberlo pasado en otro lugar	0,901906	
Me siento más satisfecho estando en Málaga que visitando cualquier otro lugar	0,728907	
Málaga es la mejor ciudad para lo que me gusta hacer	0,72422	
Málaga me hace sentir como ningún otro lugar puede hacerlo	0,845971	

Como podemos observar en la tabla 4.4, la escala que mide la actitud medioambiental podemos corroborar la fiabilidad del constructo ya que tanto el alpha de Cronbach, como la fiabilidad compuesta superan los límites establecidos. Respecto a la validez convergente, siguiendo el criterio de la varianza extraída, podemos comprobar de nuevo como se cumple el criterio de aceptación establecido que consiste en que la varianza extraída media del constructo debe superar el valor de 0,5.

Tabla 4.4: Validación de escalas con indicadores reflectivos:
Escala Actitud medioambiental

ITEM	Carga	
La humanidad está abusando seriamente del medioambiente debido al desarrollo económico	0,562777	AVE = 0,54 Pc = 0,82 Alpha = 0,70
Tiene que haber una mayor conciencia por parte de los gobiernos en proteger el medioambiente	0,827961	
El equilibrio de la naturaleza es delicado y fácilmente alterable	0,756713	
Si las cosas continúan su curso actual, pronto experimentaremos una importante catástrofe ecológica	0,753773	

Respecto a las escala de apoyo al desarrollo de acciones que incrementen el atractivo del destino podemos afirmar de nuevo que queda validada ya que se cumplen todos los requisitos necesarios, esto es, todas las cargas factoriales superan los límites establecidos, superando todas ellas el valor mínimo establecido de 0,5. El valor de alpha de Cronbach supera el límite mínimo de 0,7 y la fiabilidad compuesta

alcanza un valor de 0,89 y la varianza extraída media alcanza el valor de 0,5, (tabla 4.5).

Tabla 4.5: Validación de escalas con indicadores reflectivos:
Escala Apoyo al desarrollo de acciones que incrementen el atractivo del destino

ITEM	Carga	
Crear más atractivos culturales (por ejemplo: Museo de Bellas Artes)	0,68379	AVE = 0,50 Pc = 0,89 Alpha = 0,86
Peatonalización del centro de la ciudad	0,515417	
Liberalización de los horarios comerciales	0,667151	
Embelllecimiento general de la ciudad (flores, parques, zonas de descanso...)	0,77266	
Soterramiento de las basuras	0,746239	
Incrementar el número de líneas de autobuses turísticos	0,703177	
Incremento de la oferta hotelera y de restauración	0,670835	
Mejora de los servicios de apoyo al turista (información turística, guías, paneles explicativos, etc.)	0,729895	
Mayor desarrollo del turismo basado en recursos culturales e históricos (Ciudad natal de Picasso, Alcazaba, Teatro Romano, Museos...)	0,792224	

De igual forma, la escala que mide el apoyo de los ciudadanos a una planificación estratégica que mejore la competitividad del destino, queda validada ya que tanto el alpha de Cronbach, como la fiabilidad compuesta superan los límites establecidos, lo que confirma la validez del constructo. Respecto a la validez convergente, podemos comprobar de nuevo como se cumple el criterio de aceptación establecido que consiste en que la varianza extraída media del constructo debe superar el valor de 0,5, en este caso es igual a 0,5 (tabla 4.6).

Tabla 4.6: Validación de escalas con indicadores reflectivos:
Escala Apoyo planificación estratégica que mejore la competitividad del destino

ITEM	Carga	
Apoyo económico al desarrollo Málaga capital como destino turístico	0,68609	AVE = 0,50 Pc = 0,90 Alpha = 0,87
Actividades de promoción de Málaga capital como destino turístico	0,751904	
Apoyo al desarrollo de planes y estrategias para el desarrollo del turismo	0,786551	
Creación de una marca sólida del destino turístico	0,574762	
Selección de los mercados objetivos de mayor potencial y adecuada estrategia de promoción en los mismos	0,726303	
Seguridad, salud e integridad medioambiental requeridos para el desarrollo del turismo	0,765288	

Tener en cuenta distintas opiniones y criterios a la hora de tomar decisiones referentes al turismo (gobiernos, empresarios, residentes,...)	0,689775	
Cambios en las infraestructuras para mejorar las experiencias de los turistas	0,693779	
Crear planes urbanísticos que permitan espacios abiertos o de recreo	0,661378	

El último paso para la validación de los constructos reflectivos consiste en comprobar la validez convergente de los mismos, con ello se trata de comprobar que un constructo determinado es diferente de otros. Para llevar a cabo esta comprobación tiene que cumplirse que la varianza que un constructo comparta con sus indicadores sea mayor que la que pueda compartir con otros constructos incluidos en el modelo (Barclay *et al.*, 1995).

Por tanto, para que se cumpla la validez discriminante Fornell y Larcker (1981) recomiendan comprobar que la varianza extraída media (AVE) de cada constructo sea mayor al cuadrado de las correlaciones ente el constructo y otras variables latentes del modelo. De otra forma, sería comprobar que las correlaciones entre los constructos son más bajas que la raíz cuadrada de la varianza extraída media (AVE). Como podemos comprobar en la tabla 4.7, podemos afirmar que se cumple la validez discriminante.

Tabla 4.7: Análisis de la validez discriminante

	Acciones	Apego	Act. Medio.	Estrategias
Acciones	0,7021424			
Apego	0,299381	0,8285867		
Act. Medio.	0,654158	0,320276	0,7319542	
Estrategias	0,629787	0,404886	0,444266	0,7065416

Una forma complementaria de comprobar la validez discriminante, se logra a través del cálculo de las cargas cruzadas, que son los coeficientes de correlación entre cada constructo y los ítems correspondientes al resto de variables latentes. La carga estandarizada de cada indicador reflectivo, en el constructo que pretende medir, debe ser superior a la carga cruzada con el resto de constructos. Igualmente, debe cumplirse que cada variable latente se relacione más con sus propios indicadores que

con las variables observadas que miden otros constructos (para ello hay que comparar cada elemento de la diagonal de la con todos los elementos que están en la misma fila y en la misma columna, (tabla 4.8).

Tabla 4.8: Correlaciones cruzadas

	Apego	Act. Medioa.	Acciones	Estrategias
AC1	0,733839	0,175017	0,153843	0,256845
AC2	0,893955	0,344948	0,264447	0,343412
AC3	0,888244	0,284765	0,266728	0,353504
AC4	0,883681	0,334967	0,266553	0,346693
AC5	0,901906	0,284852	0,295263	0,40488
AC6	0,728907	0,156488	0,183051	0,250659
AC7	0,72422	0,212226	0,206758	0,288326
AC8	0,845971	0,276128	0,302492	0,395399
AM1	0,227593	0,562777	0,360816	0,266304
AM2	0,238252	0,827961	0,526818	0,360126
AM3	0,228653	0,756713	0,475865	0,291712
AM4	0,248212	0,753773	0,530956	0,372238
DA1	0,245023	0,400915	0,68379	0,416977
DA2	0,273419	0,274858	0,515417	0,388446
DA3	0,27026	0,373222	0,667151	0,528565
DA4	0,222362	0,510052	0,77266	0,464179
DA5	0,178434	0,499799	0,746239	0,484187
DA6	0,128488	0,620907	0,703177	0,314199
DA7	0,288716	0,373603	0,670835	0,463506
DA8	0,136871	0,507133	0,729895	0,400405
DA9	0,181798	0,52666	0,792224	0,507568
PE1	0,437828	0,310956	0,412786	0,68609
PE2	0,398238	0,324339	0,40866	0,751904
PE3	0,359128	0,330328	0,505638	0,786551
PE4	0,162499	0,356991	0,35419	0,574762
PE5	0,24029	0,409095	0,564514	0,726303
PE6	0,214054	0,307287	0,503062	0,765288
PE7	0,259413	0,265957	0,366142	0,689775
PE8	0,246574	0,232554	0,407326	0,693779
PE9	0,267105	0,265654	0,411741	0,661378

Como observamos en la tabla 4.8, donde se muestran las correlaciones cruzadas de los constructos reflectivos, podemos comprobar que la carga estandarizada de cada indicador reflectivo en el constructo que debe medir, es superior a la carga cruzada con el resto de constructos. Al mismo tiempo podemos comprobar que cada una de las variables se relaciona más con sus propios indicadores que con las variables observadas que miden otros constructos.

4.3. Análisis y evaluación del modelo estructural

Para finalizar con el análisis del modelo propuesto, se debe, en último lugar, evaluar el modelo estructural. Con esta evaluación se pretende dar respuesta a dos cuestiones: en qué medida las variables predictoras contribuyen a la varianza de las variables endógenas y, qué cantidad de la varianza de las variables endógenas se explica por los constructos que las predicen (Luna Reyes *et al.*, 2009).

Para conocer en qué medida las variables predictoras contribuyen a la varianza explicada de las variables endógenas, debemos contrastar las relaciones causales entre los constructos del modelo, lo que nos va a permitir contrastar las hipótesis planteadas. Para ello, se examinarán el signo, el tamaño y la significación de los valores β o coeficientes path estandarizados que resultan de la estimación del modelo.

Los coeficientes path se encuentran asociados a cada una de las relaciones causales y representan el mayor o menor efecto de cada una de las variables independientes sobre las variables dependientes. Los coeficientes path estandarizados, miden la fortaleza de cada camino (β) o relación entre constructos.

Los valores deseables para esta medida se sitúan por encima de 0,3, tomándose 0,2 como límite mínimo. Algunos autores afirman que los coeficientes deben ser mayores de 0,1 para que la relación entre los dos dominios se considere relevante (Huber, Herrmann, Frederik, Vogel y Vollhardt, 2007). Sin embargo, Chin

(1998b) defiende que deberían alcanzar al menos un valor de 0,2, y preferiblemente situarse por encima de 0,3. Además de estas dos medidas, también es común el uso de técnicas no paramétricas de remuestreo como Bootstrap y Jackknife para examinar la estabilidad de las estimaciones realizadas por el modelo (Chin, 1998b).

De este proceso de remuestreo, (que nos permite calcular el software Smart-PLS 2.0, por el cual se generan aleatoriamente una serie de submuestras -500 en nuestra investigación- a partir de la muestra original para, a continuación, estimar el modelo con cada una de ellas), obtenemos el nivel de significación, a partir del valor de la *t* de Student. De esta forma, es posible calcular la media y el error estándar de cada parámetro del modelo en cada submuestra, además de obtener una distribución empírica de frecuencias que permite evaluar si los parámetros resultantes son o no significativamente distintos de cero.

Atendiendo a las recomendaciones de Chin (1998b) y Tenenhaus *et al.* (2005), dentro de las opciones del proceso de remuestreo del programa Smart-PLS, se escogió la opción “*construct level change*”, que tiene en cuenta los posibles cambios de signo que ocurran al nivel de constructo. Es recomendable realizarlo así, ya que durante el proceso de estimación es posible que en alguna de las muestras se inviertan los signos de los pesos de todos los indicadores asociados a un determinado constructo, lo que afectaría a las relaciones estructurales en las que dicho constructo está incluido. Si estos posibles cambios de signo no fueran tenidos en cuenta, se estarían inflando los errores estándar de los parámetros que miden las correspondientes relaciones estructurales (Rodríguez-Pinto, 2008).

Ante todo lo expuesto, es evidente que se hace necesario evaluar la significación de los coeficientes path, a través de la técnica anteriormente mencionada de remuestreo o Bootstrap que es una técnica no paramétrica utilizada para examinar la estabilidad de los parámetros, ofrecida por el modelo *PLS*. Como acabamos de mencionar, esta técnica nos va a permitir conocer el error estándar de los parámetros así como los valores *t de Student* que nos informaran de la significatividad de los parámetros.

En la tabla 4.9 se muestran los coeficientes β , la significación de los mismos, así como la varianza explicada, obtenida del producto entre el coeficiente β y la correlación entre sus correspondientes constructos. Observando los datos contenidos en la misma, vemos que el coeficiente β , entre apego y apoyo de acciones, no es significativo, no cumpliendo ninguno de los criterios mencionados anteriormente (varianza explicada < 1,5% y valor $\beta > 0,1$).

Tabla 4.9: Coeficientes β y su significación

	coeficientes β	Correlación	Varianza explicada %	T Statistics
Apego -> Impactos	0,2921	0,386893	11,3011445	2,302
Enviromental -> Impactos	0,2954	0,389178	11,4963181	2,4839
Apego -> Acciones	0,0348	0,299076	1,04078448	0,3843
Enviromental -> Acciones	0,5578	0,654698	36,5190544	5,939
Impactos -> Acciones	0,2202	0,450786	9,92630772	1,9571
Acciones -> Estrategias	0,6298	0,629786	39,6639223	7,3282

Para dar respuesta al segundo de los interrogantes planteados al comienzo del epígrafe, esto es, conocer qué cantidad de la varianza de las variables endógenas se explica por los constructos que las predicen debemos analizar el coeficiente de determinación R^2 , que ha de ser interpretado de la misma forma que los R^2 en un análisis de regresión múltiple. Igualmente, se evalúa la capacidad de predicción, teniendo en cuenta el coeficiente de relevancia de Q^2 , tal y como sugiere Chin (1998b).

A continuación exponemos los resultados obtenidos de la evaluación y análisis del modelo estructural, que se revelan del contraste a través de los mínimos cuadrados parciales teóricos, para una justificación más explícita.

Para dominios dependientes se valora examinando el coeficiente de determinación o R^2 . El coeficiente de determinación R^2 , muestra la cantidad de varianza del constructo que es explicada por el modelo. Mide la predictibilidad de los constructos dependientes o endógenos. En palabras de Chin (1998b) los valores de

R^2 mayores de 0,33 pueden ser considerados como sustanciales, valores entre 0,33 y 0,19 están en la media y finalmente, valores menores de 0,19 indican que el dominio proporciona muy poca información al modelo. Falk y Miller (1992) señalan que la varianza explicada de las variables internas R^2 deber ser ($\geq 0,19$).

Observando la tabla 4.10, podemos comprobar como todos los coeficientes de determinación del modelo propuesto alcanzan valores muy por encima del valor mínimo recomendado de 0,19. En este sentido, encontramos que de las variables más significativas incluidas en esta investigación, el modelo logra explicar el 47,5% de la varianza de la variable apoyo al desarrollo de acciones, un 39,6% del variable apoyo a una planificación estratégica, y un 22,8% de la variable impactos del turismo. Estos ratios de referencia porcentual están por encima del 20% que exigen los autores Shaw, Delery, Jenkins y Gupta (1998). Atendiendo a Falk y Miller (1992), se corrobora que el coeficiente de determinación de las variables latentes es superior a 0,19 antes de aceptar o rechazar las hipótesis propuestas.

Tabla 4.10: Coeficiente de determinación R^2

	R^2
Acciones	0,474887
Estrategias	0,396631
Impactos	0,227968

Por otro lado, puesto que el objetivo fundamental de *PLS* es la predicción, se ha usado el test de Stone-Geisser Q^2 para confirmar la relevancia pronosticada de los constructos. Se considera que si Q^2 es positivo existe relevancia predictiva, es decir, que el valor del constructo dependiente se puede predecir a partir de las variables independientes consideradas en el modelo (Chin, 1998b).

En este caso de estudio se puede confirmar que los valores de Q^2 para todos los constructos son positivos y que el modelo tiene relevancia predictiva. El cálculo de este índice *Smart-PLS* permite calcularlo a través del procedimiento denominado *Blindfolding* que, en este caso, hemos realizado de forma individual para cada una de las variables dependientes del modelo.

Geisser (1975) expone que al igual que hemos analizado el valor R^2 , y dado que la metodología *PLS* no proporciona medidas de bondad del ajuste, el modelo es evaluado mediante el test estadístico Q^2 “*cross-validated redundancy index*”. Representa una medida de lo bien que los valores observados son reproducidos por el modelo y sus parámetros estimados (Chin, 1998b). Para medir la relevancia predictiva del modelo estructural, un valor mayor que 0 implica que el modelo tiene dicha relevancia mientras que un valor inferior a 0 sugiere que el modelo carece de la misma. Los resultados mostrados en la tabla 4.11 confirman que el modelo estructural tiene una relevancia predictiva satisfactoria, ya que sus coeficientes son superiores a cero, lo que implica que estas variables quedan bien explicadas por el modelo propuesto, así como su relevancia predictiva (Henseler, Ringleand y Sinkovics, 2009).

Tabla 4.11: Q^2 de las variables

	Q^2
Acciones	0,2134
Estrategias	0,0021
Impactos	0,0216

Respecto al cálculo del criterio global de bondad del ajuste, *PLS* no puede suministrar estadísticos sobre el grado de ajuste del modelo (Chin, 1998b) dado que no trata de reproducir la matriz de datos original sino de maximizar la varianza explicada de los constructos endógenos. Tenenhaus *et al.* (2005) propone una solución operativa que sirve de índice para evaluar globalmente un modelo *PLS*. Sin embargo, faltan referencias sobre qué valores puedan ser considerados aceptables para este índice, denominado “criterio global de bondad del ajuste”.

Sin embargo, recientemente como consecuencia de la comparación entre la técnica *PLS* y otros métodos de ecuaciones estructurales, Tenenhausm *et al.* (2005) han desarrollado un índice de bondad de ajuste “GoF”.

A través de este índice, se puede valorar la calidad del modelo de medida, por medio de la media de las *AVE* de las variables latentes con indicadores reflexivos y la

calidad del modelo estructural por medio de la media de las R^2 de las variables endógenas. El índice GoF, al igual que ocurre con el R^2 , varía entre 0 y 1. Aunque no existen umbrales de calidad para este índice, se recomienda que mayor que 0,31. Aunque de acuerdo con los criterios propuestos por Wetzels, Odekerken-Schöder y Van Oppen (2009) los niveles de adecuación del índice GoF serían: 0,10; 0,25 y 0,36 para efectos bajos, medios y fuertes respectivamente. Como podemos observar, en nuestro modelo, el índice GoF, supera el nivel recomendado de 0,36 alcanzando un valor de 0,452 (tabla 4.12).

Tabla 4.12: Criterios global de la bondad de ajuste del modelo

	R^2	AVE
Acciones	0,475	0,50
Estrategias	0,396	0,50
Impactos	0,228	
Apego		0,69
Act. medio		0,54
	0,366	0,557
GoF	0,452	

Una vez calculado e interpretado el índice GoF, debemos estudiar la significación de los coeficientes path. Ésta se obtiene a través de un proceso de Bootstrapping, que es una técnica no paramétrica de remuestreo para examinar la estabilidad de los parámetros y que ofrece el modelo *PLS*. Esta técnica nos permite calcular el error estándar de los parámetros así como los valores *t de Student* que nos informaran de la significatividad de los parámetros.

Tabla 4.13: Coeficientes path estandarizados

RELACION	β
Apego -> Impactos	0,2921
Act. Medioamb. -> Impactos	0,2954
Apego -> Acciones	0,0348
Act. Medioamb. -> Acciones	0,5578
Impactos -> Acciones	0,2202
Acciones -> Estrategias	0,6298

Si seguimos las recomendaciones de Chin (1998a) y Tenenhaus *et al.* (2005), dentro de las opciones del Bootstrapping que nos ofrece el programa Smart-PLS, se debe escoger la opción “construct level change”, ya que ésta es la que tiene en cuenta los posibles cambios de signo que puedan ocurrir a nivel de constructo. Es recomendable realizarlo así, ya que durante el proceso de estimación es posible que en alguna de las muestras se inviertan los signos de los pesos de todos los indicadores asociados a un determinado constructo, lo que afectaría a las relaciones estructurales en las que dicho constructo está incluido.

Tabla 4.14: Relaciones Path Diagrama (contrastación de hipótesis)

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	Standard Error	T Statistics
Acciones -> Estrategias	0,6298	0,6543	0,088	0,088	7,1575
Apego -> Acciones	0,0348	0,0228	0,0933	0,0933	0,3732
Apego -> Impactos	0,2921	0,302	0,1321	0,1321	2,2112
Act. Medioamb.-> Acciones	0,5578	0,524	0,094	0,094	5,9344
Act. Medioamb. -> Impactos	0,2954	0,3958	0,1169	0,1169	2,5267
Impactos -> Acciones	0,2202	0,2733	0,1085	0,1085	2,0304

Si estos posibles cambios de signo no fueran tenidos en cuenta, se estarían inflando los errores estándar de los parámetros que miden las correspondientes relaciones estructurales (Rodríguez-Pinto, 2008). A modo de resumen en la tabla 4.14, se recogen la contrastación de las hipótesis planteadas a través de las relaciones path diagrama y a continuación, mostramos la tabla 4.15, el resumen del contraste empírico de las hipótesis del modelo con *Smart PLS*.

Tabla 4.15: Contrastación de la hipótesis

HIPOTESIS	RELACION	β	T-statistic	Resultado
H1	Apego -> Impactos	0,2921	2,302	Validada
H2	Enviromental -> Impactos	0,2954	2,4839	Validada
H3	Apego -> Acciones	0,0348	0,3843	Rechazada
H4	Enviromental -> Acciones	0,5578	5,939	Validada
H5	Impactos -> Acciones	0,2202	1,9571	Validada
H6	Acciones -> Estrategias	0,6298	7,3282	Validada

De igual forma en el gráfico 4.1, hemos representado gráficamente las distintas relaciones e hipótesis que hemos contrastado en esta investigación.

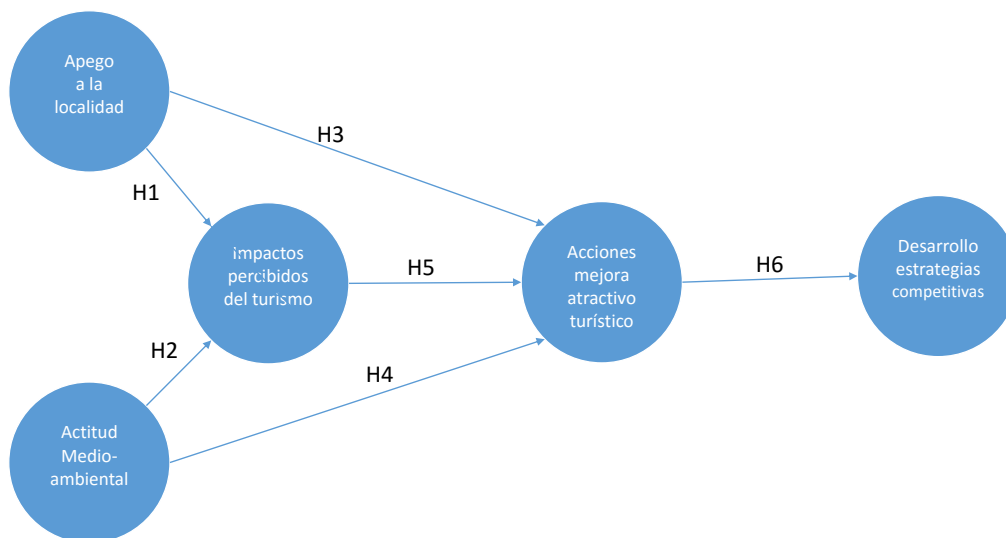


Gráfico 4.1: Representación gráfica del contraste de hipótesis

1. El análisis de los resultados conducen a aceptar la *hipótesis 1*, efectivamente el apego que los residentes sienten hacia su localidad de origen afecta de una manera positiva y directa a la percepción que los residentes tienen de los impactos de turismo ($\beta = 0,2921$; $t = 2,302$). Estos datos están en consonancia con los estudios de Jurowski *et al.* (1997) y Gursoy y Rutherford (2004), en los que se concluye que efectivamente el apego a la comunidad influye de manera directa y positiva en la percepción de los impactos del turismo. En las mencionadas investigaciones, se hace un análisis individualizado de la influencia del apego en los impactos económicos, socio-culturales y medioambientales, llegando a la conclusión en ambos casos que los residentes que tiene un mayor apego a la localidad tienden a valorar más positivamente los impactos económicos y socio-culturales. En definitiva, cuanto más

apego siente el residente hacia “su localidad” el resultado de la valoración de beneficio-coste, sobre la que se sustenta la teoría del intercambio social, será positiva ya que se tiende a valorar en mayor medida los beneficios tanto económicos como socio-culturales, lo que se considera un beneficio global para la comunidad. Por ende, esta valoración positiva llevará a apoyar el desarrollo turístico de la comunidad.

2. En base a los resultados obtenidos también aceptamos la hipótesis 2, efectivamente la actitud medioambiental influye en la percepción de los impactos del turismo de forma directa y positiva ($\beta=0,2954$; $t=2,4839$). Jurowski (1994) afirma que incluso los residentes con una actitud más ecocéntrica pueden tener una percepción conjunta positiva de los impactos globales del turismo, cuando se trata de apoyar el desarrollo turístico basado en atractivos culturales o de eventos.

3. En lo referente a la hipótesis 3 no podemos afirmar que exista una relación directa entre el apego a la comunidad y el apoyo a la puesta en de actuaciones que incrementen al atractivo turístico del destino ($\beta=0,0348$; $t=0,3843$). En este sentido solo podemos afirmar que la relación entre estos dos constructos se produce de una forma indirecta a través de la percepción de los impactos del turismo.

4. Observando los resultados arrojados por el análisis podemos aceptar la hipótesis 4, ($\beta=0,5578$; $t=5,939$), pudiendo afirmar que existe una relación directa y positiva entre la actitud medioambiental de los residentes y el apoyo a la puesta en marcha de acciones que permitan incrementar el atractivo turístico de Málaga capital. Podemos afirmar por tanto que la actitud medioambiental de los residentes influye en las preferencias de éstos en el apoyo o no, a la puesta en marcha de acciones que tienen como objetivo mejorar el atractivo turístico de la zona y hacer más placentera la estancia del turista en Málaga capital. Esto está en consonancia con las conclusiones de los estudio desarrollados por Jurowski *et al.* (1997) y Gursoy *et al.* (2002) donde se pone de manifiesto que las actitudes medioambientales de una

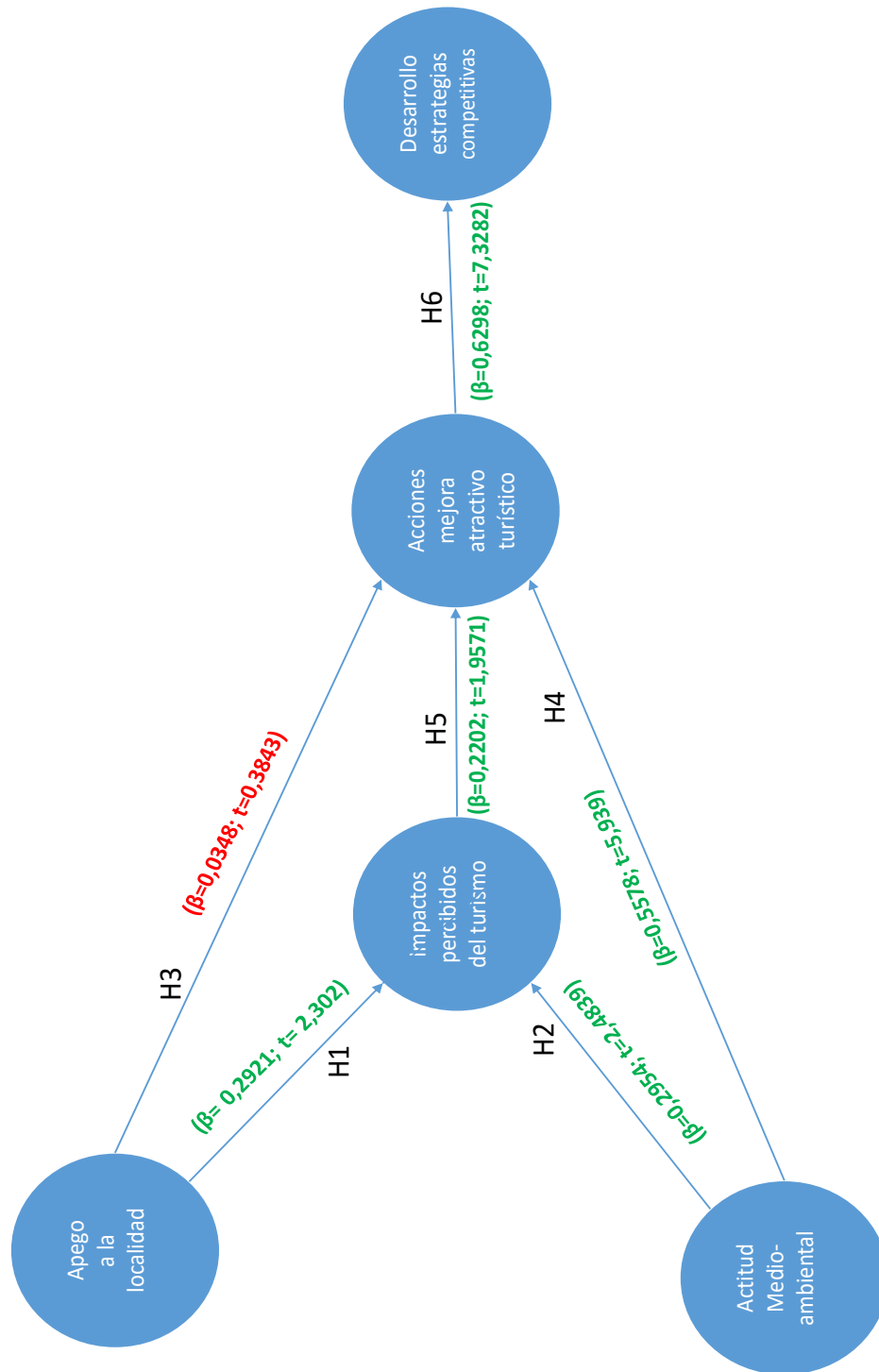
población tienen un impacto directo en el apoyo al desarrollo turístico de la zona. Al mismo tiempo, refuerza las conclusiones obtenidas por Jurowski (1994), donde el autor llega a la conclusión de que cuanto mayor es la sensibilidad hacia el deterioro del medioambiente más propensión existe a apoyar el desarrollo turístico basado en atractivos culturales o de eventos.

5. La hipótesis 5 también queda corroborada con los resultados arrojados por el análisis ($\beta=0,2202$; $t=1,9571$), quedando conformado el hecho de que la percepción que de los impactos del turismo tienen los residentes, afecta de manera directa y positiva al apoyo de la puesta en marcha de acciones que tienen como objetivo mejorar el atractivo turístico de la zona y hacer más placentera la estancia del turista en Málaga capital. En este sentido podemos deducir, basándonos en la teoría del intercambio social, que los beneficios del turismo superan a los costes percibidos del mismo, ya que los residentes se muestran dispuestos a apoyar el desarrollo del mismo. Efectivamente, como hemos podido comprobar en el análisis descriptivo de la escala de impactos percibidos, los residentes muestran un mayor acuerdo con los aspectos positivos del turismo que con los negativos, como es el caso de la creación de empleo, los beneficios económicos para comercios y los propios residentes o por ejemplo que el turismo atrae inversiones. Esta contrastación coincide con otras realizadas por estudios destacados en la literatura como por ejemplo los de Jurowski *et al.* (1997), Perdue *et al.* (1987) y Yoon *et al.* (2001).

6. Por último podemos afirmar que se verifica la hipótesis 6 ($\beta=0,6298$; $t=7,3282$), y concluir que existe una relación directa entre el apoyo al desarrollo de puesta en marcha de acciones que tienen como objetivo mejorar el atractivo turístico de la zona y hacer más placentera la estancia del turista en Málaga capital y el puesta en marcha de una planificación estratégica que permita mejorar la competitividad del destino. Efectivamente los residentes apoyan la puesta en marcha de una serie de acciones que faciliten la estancia del turista en Málaga capital, pero apoyando una planificación estratégica del destino que al mismo tiempo permitan mejorar la

competitividad del mismo. De esta forma se apoya la creación de una marca sólida para el destino, incremento de fondos que refuercen la promoción del mismo, entre otros.

Gráfico 4.2: Representación gráfica de la hipótesis contrastadas





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

5.1. Conclusiones de la investigación

5.2. Limitaciones de la investigación

5.3. Futuras líneas de investigación



CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

5.1. Conclusiones de la investigación

En un mercado cada vez más competitivo y en el que aumenta la complejidad del producto turístico cada día, la actitud de los residentes hacia el turismo es un factor que cobra mayor relevancia, y que sin lugar a dudas influye en la competitividad del destino y en el éxito de los proyectos de desarrollos turísticos. Es por ello, que desde los inicios del desarrollo del turismo se ha mostrado un interés, por parte de los profesionales del sector así como de las administraciones responsables del mismo, por conocer la actitud de los residentes y poder comprender los factores que inciden en la misma.

El turismo es un pilar en la evolución de la economía y sociedad malagueña, y su desarrollo sostenible debe potenciar los beneficios económicos y sociales, y a su vez mitigar los impactos negativos del mismo. Uno de los debates actuales más interesantes en turismo, se centra en conocer cómo el desarrollo de una actividad turística debe saber conjugar el poder ofrecer una experiencia que satisfaga al turista, mientras mantiene la forma de vida de los residentes.

En el presente trabajo se ha establecido como objetivo general determinar la influencia que, la percepción de los impactos del turismo por parte de los residentes, el apego a la comunidad y la actitud medioambiental de los mismos, tienen en el apoyo al desarrollo de una estrategia competitiva para el impulso de Málaga capital como destino cultural en sí mismo. Dado que en el presente trabajo nos hemos apoyado en la teoría del intercambio social, nuestra investigación se basa en la relación entre los beneficios y los costes percibidos por los residentes y su incidencia en su disposición

al apoyo a una planificación estratégica que mejore la posición competitiva de Málaga capital como destino cultural, independiente de la Costa del Sol.

En este último capítulo de la tesis doctoral, en un primer apartado, resaltaremos las principales conclusiones alcanzadas con nuestra investigación, tanto desde el punto de vista teórico como empírico, para continuar con la exposición de las limitaciones del estudio realizado y concluiremos con las futuras líneas de investigación que nos planteamos.

5.1.1. Conclusiones teóricas:

Los objetivos teóricos que nos hemos planteado en nuestra investigación han sido los siguientes:

Profundizar en el estudio de los factores que influyen en las actitudes de los residentes, sus interrelaciones, así como su influencia en el desarrollo turístico de una determinada zona.

Desarrollar un marco teórico basado en la actitud de los residentes hacia el turismo, que contemple tanto efectos directos como indirectos, tanto de las percepciones como de ciertos factores que son susceptibles de influir en las mismas y en consecuencia en el apoyo al desarrollo de la actividad turística de la zona.

En el estudio de las actitudes de los residentes, encontramos numerosos estudios que se han elaborado en relación a este tema, abordando la cuestión desde distintas perspectivas y analizando la actitud de los residentes en numerosos destinos. Ya en 2003, Andriotis y Vaughan señalaban la existencia de 83 artículos, publicados en revistas académicas, relacionados con este tema. Estos estudios han profundizado en el estudio de las actitudes de los residentes desde diversas ópticas, analizando, muchos de ellos, los impactos que el turismo provoca en el destino y la influencia que tienen sobre la percepción de los mismos y sobre las actitudes de los residentes.

De la revisión de la literatura al respecto, podemos encontrar 3 líneas principales de estudio:

- Una primera donde se analiza la importancia de la actitud de los residentes en la satisfacción o experiencia del turista.
- Una segunda línea, que se ha centrado en la determinación de los factores que llevan a una actitud positiva o negativa en los residentes, así como su importancia en la actitud global del residente, de manera que pueda ser abordado por los responsables del sector turístico.
- Y una tercera línea, en la que los autores se centran en la medición tanto descriptiva como causal de los impactos del turismo y que ha permitido determinar qué factores o dimensiones influyen sobre la actitud o el concepto de apoyo al turismo, según diferentes situaciones vinculadas con el destino o con el residente.

En relación al estudio de las actitudes, podemos afirmar que la actitud es un concepto en el que se combinan una serie de variables y cuyo resultado es un estado de ánimo de la persona. Las variables que interviene en la misma (motivaciones, percepciones, conocimiento, valores) están interrelacionadas y el cambio en una de ellas, influye sobre las demás. También podemos concluir que las actitudes son el resultado de un proceso organizado y que se desarrollan a partir de experiencias adquiridas, al mismo tiempo que son predictoras de la conducta.

Distintas teorías han sido propuestas a lo largo de los años para explicar la formación de las actitudes, así como el papel predictivo de las mismas. De entre todas ellas, dentro del ámbito conductista, son cuatro las que destacan y sobre las que se fundamentan la mayoría de los trabajos de investigación existentes sobre el estudio de las actitudes:

- Teoría de las Representaciones Sociales
- Teoría de la Acción Razonada

- Teoría de la Disonancia Cognoscitiva
- Teoría del Intercambio Social

Del análisis de las distintas teorías aplicadas al estudio de las actitudes de los residentes hacia los impactos del turismo, la teoría del intercambio social es la más utilizada en el ámbito del marketing, y es considerada como el marco más apropiado para ofrecer una explicación de las principales causas implícitas en el proceso de percepción de los impactos producidos por el contacto directo de los flujos turísticos y sus efectos sobre los residentes. Desde este enfoque, los residentes evaluarán el turismo en términos de intercambio social, es decir, en términos de beneficios y costes.

Los resultados del presente trabajo de investigación refuerzan la utilidad de los principios de la teoría del intercambio social a la hora de explicar las actitudes de las comunidades anfitrionas hacia el turismo. Se han identificado factores importantes para los residentes como determinantes de los impactos y, consecuentemente, del apoyo al desarrollo turístico.

Pensamos que una de las aportaciones que hacemos con el presente trabajo consiste en analizar el apoyo al desarrollo a un destino turístico diferenciado, dentro de una localidad que es la capital de una provincia con gran trayectoria turística. En definitiva se trata de analizar cómo los impactos percibidos de un turismo de sol y playa, como es el de la Costa del Sol, influye en el apoyo a la creación de un destino competitivo cultural, desligado de la Costa del Sol. No se trata de la creación de un nuevo destino propiamente dicho, ya que la ciudad de Málaga ha sido siempre un complemento a la actividad turística de sol y playa de la provincia de Málaga, se trata de crear un destino cultural, con identidad propia, desligado en la medida de lo posible del turismo de sol y playa. Evidentemente no podemos evitar que la imagen de la percepción que se tiene de los impactos del turismo esté fuertemente ligados al desarrollo de la Costa del Sol como destino consolidado, pero es interesante conocer, cómo éstos afectan en el apoyo al desarrollo de Málaga capital a un destino cultural.

Las comunidades y organizaciones que pretendan desarrollar un destino turístico, deben tener en cuenta que el apoyo brindando por los residentes es no sólo

básico sino también de gran complejidad. Las conclusiones de este estudio sugieren que los líderes comunitarios y los promotores empresariales que planean llevar a cabo proyectos turísticos necesitan tomar en consideración las percepciones y actitudes de los residentes antes de invertir sus recursos, si desean acometer con éxito el desarrollo del mismo. En consecuencia, los resultados de este estudio pueden ser de gran valor para promotores locales, políticos y empresarios que han de decidir sobre el tipo, dimensión y complejidad del desarrollo turístico.

Los resultados de este estudio señalan que las percepciones sobre los beneficios y costes de los residentes inciden en su disposición a participar e invertir en desarrollos turísticos, y éstos a su vez el apoyo que pudieran brindar en el desarrollo de un “nuevo” destino turístico. Igualmente las percepciones de los residentes inciden de manera directa en el apoyo que éstos pudieran brindar. Estos resultados sugieren que antes de emprender un desarrollo turístico, los promotores deberían recabar información sobre los residentes que perciben de manera positiva el turismo y que están dispuestos a invertir y participar en actividades turísticas. Una vez identificados esos grupos, los promotores y planificadores están en condiciones de idear estrategias para afrontar las cuestiones planteadas individualmente.

Desde un punto de vista general, se pone de manifiesto que la población residente percibe de manera positiva los beneficios económicos. También se perciben aunque con menor grado los beneficios socio-culturales. Al mismo tiempo, se reconocen aspectos negativos de la actividad turística, sobre todo en el ámbito medioambiental. Tiene sentido debido a que el desarrollo turístico experimentado en la Costa del Sol tuvo un elevado impacto sobre los recursos naturales de la zona. En cualquier caso, los residentes concluyen que el balance entre los beneficios y los costes es positivo, y de ahí su apoyo al desarrollo del mismo

Las conclusiones de este estudio han demostrado que si de la percepción conjunta de los impactos del turismo, se hace una valoración positiva en términos de beneficio, los residentes se mostrarán dispuestos al apoyo de nuevas iniciativas turísticas. Tanto los efectos negativos como los positivos deben ser analizados en profundidad para entender mejor las actitudes de las comunidades anfitrionas. A pesar de que la mayoría de los miembros de la comunidad están interesados, según se ha

demostrado, en los beneficios económicos, otros miembros están más atentos a otros factores específicos de costes y beneficios.

De los resultados obtenidos se destaca la actitud positiva a participar en actividades, esto nos confirma de manera indirecta lo propuesto Simonson y Maushak (1996) sobre las intenciones de comportamiento y de allí podemos inferir que los residentes pudieran incorporar en sus planes futuros, previa motivación y asesoría, la participación activa en actividades turísticas.

En función de la actitud positiva de los residentes hacia el desarrollo del turismo, confirmada en nuestra investigación, podemos también concluir que ésta podría contribuir a que la planificación y desarrollo estratégico en la zona fuera exitoso y de esta manera se contribuiría a fortalecer el atractivo del destino analizado como destino turístico con identidad propia.

De la revisión, análisis y contrastación de la literatura existente, se ha planteado un modelo teórico donde se recogen los conceptos de impactos del turismo, apego a la localidad y actitud medioambiental, así como los de planificación y desarrollo de un destino. El modelo planteado, tal y como se muestra en la figura 3.1, incluye los constructos incluidos en el estudio (impactos del turismo, apego a la comunidad, actitud medioambiental, preferencias hacia el desarrollo acciones que mejoren el atractivo turístico de la localidad y apoyo a la creación de estrategias competitivas).

5.1.2. Conclusiones empíricas:

Una vez desarrollado el marco teórico de la investigación, hemos procedido a desarrollar un modelo estructural y plantear las hipótesis sobre las que se sustenta la presente investigación. Para el análisis empírico hemos trabajado con un total de 231 encuestas mediante entrevista personal a malagueños residentes en Málaga capital, distribuidos en distintas áreas geográficas de la localidad.

Teniendo como punto de partida la revisión de la literatura existente, se desarrollaron las escalas de medición para cada uno de los constructos, y que posteriormente han servido para analizar las relaciones entre los mismos. Al mismo tiempo, las distintas escalas utilizadas han sido validadas, poniendo de manifiesto su adecuación al objetivo de la investigación.

Más concretamente, el modelo estructural propuesto plantea cómo afectan el apego a la comunidad y la actitud medioambiental en la percepción de los impactos del turismo, y cómo los tres constructos mencionados afectan al apoyo para el desarrollo planificado de una estrategia competitiva para Málaga capital como destino turístico. La hipótesis planteadas (representadas en el modelo propuesto con flechas), han sido testadas en el capítulo cuatro de esta tesis doctoral, a través de la aplicación de un modelo de ecuaciones estructurales. Las principales conclusiones respecto a las hipótesis planteadas las resumimos a continuación.

El apego a la comunidad influye de una manera positiva y directa a la percepción que los residentes tienen de los impactos de turismo. Son varios los factores que pueden influir en las percepciones de los impactos del turismo por parte de los residentes como por ejemplo el lugar de nacimiento, o los años viviendo en un determinado lugar. Pero sin duda, uno de los factores que se han señalado como más importantes en el estudio de las percepciones de los impactos del turismo es el denominado “apego” y tal y como han señalado numerosos estudios afecta a la convivencia entre visitantes y residentes (Um y Crompton, 1987; McCool y Martin, 1994; Sheldon y Var, 1994; Williams, McDonal, Riden, y Uysal, 1995; Yoon, 1998; Yoon, *et al.*, 1999). Estos estudios han puesto de manifiesto que los “*sentimientos*” que los residentes tienen hacia su comunidad afectan considerablemente a la percepción que los mismos tienen de los impactos del turismo y también de forma directa e indirecta, en el apoyo o no al desarrollo de la actividad turística.

Efectivamente, estudios precedentes, y considerados un referente en el sector de estudio, como los de Jurowski *et al.* (1997) y Gursoy y Rutherford (2004) llegan a resultados similares, concluyendo que efectivamente el apego a la comunidad influye de manera directa y positiva en la percepción de los impactos del turismo. En sendas investigaciones, se hace un análisis individualizado de la influencia del apego en los

impactos económicos, socio-culturales y medioambientales, llegando a la conclusión en ambos casos que los residentes que tiene un mayor apego a la localidad tienden a valorar más positivamente los impactos económicos y socio-culturales. En definitiva, cuanto más apego siente el residente hacia “su localidad” el resultado de la valoración de beneficio-coste, sobre la que se sustenta la teoría del intercambio social, será positiva ya que se tiende a valorar en mayor medida los beneficios tanto económicos como socio-culturales, lo cual es considerado como un benéfico global para la comunidad. Por ende, esta valoración positiva llevará a apoyar el desarrollo turístico de la comunidad.

La actitud medioambiental influye en la percepción de los impactos del turismo. De la literatura analizada se extrae que el apoyo de una comunidad para el desarrollo del turismo puede variar en función de la preocupación de los mismos por el medioambiente (Jurowski *et al.*, 1997; Yoon *et al.*, 2000). En concreto las valoraciones y preferencias de los encuestados hacia la preservación de los recursos turísticos naturales, varían dependiendo de la importancia que cada uno de ellos le otorga al cuidado medioambiental (Gursoy *et al.*, 2002). Gagnon-Thompson y Barton (1994) plantean diferenciar dos actitudes medioambientales distintas el ecocentrismo y el antropocentrismo. El “ecocentrismo” considera que el medioambiente tiene valor en sí mismo, mientras que el “antropocentrismo” considera que el medioambiente tiene valor en tanto que posee efectos positivos en las vidas humanas. Estas actitudes han sido analizadas en estudios como el de Jurowski *et al.* (1995) donde se estudia la relación entre las actitudes medioambientales y el apoyo a las políticas de conservación para parques naturales como atractivo turístico, en el cual se detectaron dos grupos distintos. Los ecocéntricos que incluye a un segmento de residentes que piensan que la humanidad debe vivir en armonía con la naturaleza y los antropocéntricos aquel segmento de la población que opina que la naturaleza existe para servir a las necesidades de los seres humanos. Jackson (1987) señala que uno de los principales problemas en la gestión de los recursos naturales es encontrar un equilibrio entre la creación de espacios turísticos y la preservación de los mismos por razones medioambientales, culturales, históricas y estéticas. Sin embargo, hay estudios que ponen de manifiesto que aquellos residentes con valores ecocéntricos prefieren que se asignen recursos para proteger y preservar el medioambiente, y

aquellos con inclinaciones antropocéntricas están a favor de del uso del medioambiente para satisfacer las necesidades humanas (Uysal *et al.*, 1994; Jurowski *et al.*, 1995; Crick-Furman y Prentice, 2000). Por su parte Jurowski (1994) afirma que los residentes con una actitud más ecocéntrica pueden tener una percepción conjunta positiva de los impactos globales del turismo, cuando se trata de apoyar el desarrollo turístico basado en atractivos culturales o de eventos.

En la presente investigación no hemos podido afirmar la existencia relación directa entre el apego a la comunidad y el apoyo a la puesta en marcha de actuaciones que incrementen al atractivo turístico del destino. En este sentido, solo podemos afirmar que la relación entre estos dos constructos se produce de una forma indirecta a través de la percepción de los impactos del turismo. Sin embargo, sí existen estudios en los que se llega a la conclusión que el apego a la localidad influye de manera directa en el apoyo o no al desarrollo de acciones que permitan el incremento de la competitividad del destino. Llegando a la conclusión de que cuanto mayor es el apego a la comunidad mayor es el apoyo de los residentes al desarrollo del destino, como es el caso de Yoon (2000). No obstante como hemos comentado con anterioridad, los estudios de Jurowski *et al.* (1997) y Gursoy y Rutherford (2004) sí detectan una influencia del apego de una forma indirecta al apoyo a la actividad turística.

Existe una relación directa y positiva entre la actitud medioambiental de los residentes y el apoyo a la puesta en marcha de acciones que permitan incrementar el atractivo turístico de Málaga capital. Podemos afirmar por tanto que la actitud medioambiental de los residentes influye en las preferencias de éstos en el apoyo a la puesta en marcha de acciones que tienen como objetivo mejorar el atractivo turístico de la zona y hacer más placentera la estancia del turista en Málaga capital. Esto está en consonancia con las conclusiones de los estudio desarrollados por Jurowski *et al.* (1997) y Gursoy *et al.* (2002), donde se pone de manifiesto que las actitudes medioambientales de una población tienen un impacto directo en el apoyo al desarrollo turístico de la zona. Al mismo tiempo, refuerza las conclusiones obtenidas por Jurowski (1994), donde el autor llega a la conclusión de que cuanto mayor es la sensibilidad hacia el deterioro del medioambiente más propensión existe a apoyar el desarrollo turístico basado en atractivos culturales o de eventos.

Queda confirmada también la relación existente entre la percepción de los impactos del turismo por parte de los residentes, y el apoyo de éstos a la puesta en marcha de acciones que tienen como objetivo mejorar el atractivo turístico de la zona y hacer más placentera la estancia del turista en Málaga capital. En este sentido podemos deducir, basándonos en la teoría del intercambio social, que los beneficios del turismo superan a los costes percibidos del mismo, ya que los residentes se muestran dispuestos a apoyar el desarrollo del mismo. Efectivamente, como hemos podido comprobar en el análisis descriptivo de la escala de impactos percibidos, los residentes muestran un mayor acuerdo con los aspectos positivos del turismo que con los negativos, como es el caso de la creación de empleo, los beneficios económicos para comercios y los propios residentes o por ejemplo que el turismo atrae inversiones. Esta contrastación coincide con otras realizadas por estudios destacados en la literatura como por ejemplo los de Jurowski *et al.* (1997); Perdue *et al.* (1987) y Yoon *et al.* (2001).

Por último podemos afirmar que existe una relación directa entre el apoyo al desarrollo de puesta en marcha de acciones que tienen como objetivo mejorar el atractivo turístico de la zona y hacer más placentera la estancia del turista en Málaga capital y el puesta en marcha de una planificación estratégica que permita mejorar la competitividad del destino. Efectivamente los residentes apoyan la puesta en marcha de una serie de acciones que faciliten la estancia del turista en Málaga capital, pero apoyando una planificación estratégica del destino que al mismo tiempo permitan mejorar la competitividad del mismo. De esta forma se apoya la creación de una marca sólida para el destino, incremento de fondos que refuercen la promoción del mismo, entre otros.

En definitiva en un mercado cada vez más complejo, para la gestión y planificación de destinos turísticos, es fundamental conocer cómo puede mejorar la competitividad de los mismos. Una de las principales resultados que nos pone de manifiesto la presente investigación, es la relación tan fuerte que existe entre la puesta en marcha de distintas acciones que hagan la estancia del turista en Málaga capital más cómodo y placentera y el apoyo a una estrategia competitiva del destino. En definitiva, los residentes están de acuerdo con crear y desarrollar nuevos atractivos

turísticos en la zona, siempre y cuando se implementen estrategias competitivas, de nada serviría mejorar el atractivo turístico de la localidad si esto no va acompañado de una buena planificación estratégica.

5.2. Limitaciones de la investigación

Toda investigación empírica presenta una serie de limitaciones que se deben tener en cuenta a la hora de evaluar y generalizar sus resultados. Dichas limitaciones se derivan del tipo de investigación realizada, del método e instrumentos técnicos seleccionados y de las características del soporte empírico utilizado.

Respecto al tipo de investigación, por ser el estudio de naturaleza causal, es bueno señalar que el diseño de la investigación no permite afirmar de forma estricta el cumplimiento de las condiciones relativas a las relaciones de causalidad, es decir, la relación causa-efecto que nos proporcionan las técnicas utilizadas es una condición necesaria pero no suficiente para explicar el problema, ya que podría producirse una variación conjunta ajena a una relación causa-efecto (Luque, 1997). Al mismo tiempo, el carácter transversal del estudio impide la confirmación de la temporalidad, es decir, el hecho de que la causa preceda al efecto. Sin embargo la rigurosidad en las causalidades nos la da la racionalidad teórica.

En lo referente al método y técnicas utilizadas, la aplicación del modelo de ecuaciones estructurales implica la aceptación de que las relaciones causales estudiadas son de naturaleza lineal, por lo que se estaría simplificando la realidad si las relaciones fueran de otra naturaleza. El uso de la estrategia de desarrollo del modelo en el ámbito de la aplicación del modelo de ecuaciones estructurales reduce la posibilidad de generalización de los resultados obtenidos al suponer un ajuste ad-hoc del modelo a nuestros datos. Ello nos sugiere la posibilidad de repetir el estudio con otras muestras para comprobar la bondad del modelo.

La investigación se ha realizado con tan solo 231 encuestas válidas realizadas a malagueños residentes en Málaga capital, que aunque similar al de otras investigaciones en este campo, podría ser ampliada con el fin de reducir el error muestral. Sería interesante tener en cuenta la opinión, no solo de los residentes, sino también de todos los agentes implicados en la actividad turística, como por ejemplo las administraciones locales, empresarios, etc. Estudios posteriores deberían ampliar el área de estudio en ambos sentidos.

A pesar de estas limitaciones, creemos cumplido el objetivo fundamental de un estudio de este tipo, el cual es llevar a la práctica un proceso de investigación. Confiamos que en los futuros trabajos que abordemos, la mejora adquirida con la experiencia sea significativa.

5.3. Futuras líneas de investigación

Hemos llegado al final de este trabajo, pero no de nuestra investigación, pues, a la luz de los resultados obtenidos, surgen cuestiones, se plantean interrogantes que han de buscar respuesta en próximos estudios.

Sería muy interesante, utilizando el mismo modelo estructural, realizar un análisis multigrupo, lo que nos permitiría determinar si existen diferencias significativas entre los distintos grupos de residentes.

Otra línea a seguir sería estudiar desagregar los impactos del turismo, tal y como hacen otros investigadores, en impactos positivos y negativos, diferenciando ambos. Incluso también teniendo en cuenta los tres tipos de impactos analizados de forma independiente, esto es económicos, socioculturales y medioambientales. Otro aspecto a tener en cuenta es la extensión del análisis a la evaluación de variables no consideradas en el modelo (aparición y uso de nuevas tecnologías, por ejemplo), que debido a los rápidos cambios que se están produciendo pueden cobrar relevancia en la actitud de los residentes.

Como lo que se pretende es llevar a cabo evaluaciones reales de las actitudes de los residentes hacia el desarrollo de nuevos destinos, para en función de ellas, definir políticas de planificación y gestión, sería interesante que en las siguientes fases de la investigación se centrasen en la integración de los objetivos estratégicos y las acciones de las autoridades e instancias turísticas, con las actitudes que éstas suscitan en la comunidad local. En función de ello, deberían fijarse como objetivo la interrelación entre las actitudes de los residentes con las estrategias públicas de manera que puedan constituir la base de políticas más profundamente enraizadas en las necesidades de los destinos. De esta manera, la actitud de los residentes serviría de base para implicar a la población en proceso de consultas abiertas y veraces.

Igualmente, sería interesante analizar comportamientos diferentes, en cuanto a su actitud hacia el turismo, como por ejemplo por edades; esto sugiere la necesidad de llevar a cabo la identificación de segmentos con actitudes distintas y para cada uno de los grupos resultantes estudios de sus actitudes hacia el turismo de manera más específica.

Por último, los destinos turísticos evolucionan con el paso del tiempo, al igual que lo hacen las actitudes de los residentes, por lo que deberían ser continuamente evaluadas para asegurar una adecuada toma de decisiones, por tanto un estudio continuado de las mismas ayudaría a una mayor comprensión y por tanto permitiría desarrollar estrategias más adecuadas que contribuyan al desarrollo turístico de los destinos y a la mejora de su competitividad.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

BIBLIOGRAFÍA



Referencias Bibliográficas

- Aas, C., Ladkin, A., & Fletcher, J. (2005). Stakeholder Collaboration and Heritage Management. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 28-48.
- Aguiló, E., & Rosselló, J. (2005). Host community perceptions. A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 925-941.
- Aguiló, E., Barros, V., García, M. A., & Rosselló, J. (2004). *Las actitudes de los residentes en Baleares frente al turismo*. Turisme i Investigació nº 7. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears.
- Ahmed, Z. U., & Krohn, F. B. (1992). Marketing India as a tourist destination in North America – challenges and opportunities. *International Journal of Hospitality Management*, 11(2), 89-98.
- Aimeur, E., Frasson, C., & Dufort, H. (2000). Cooperative Learning Strategies for Intelligent Tutoring Systems. *Applied Artificial Intelligence*, 14(5), 465-489.
- Aitchison, C. C. (2000). Women in leisure services: managing the social-cultural nexus of gender equity. *Managing Leisure*, 5(4), 181-191.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behaviour*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Akis, S., Peristianis, N., & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481-494.
- Alcántara, J. (1988). *Cómo educar las actitudes*. Barcelona: CEAC.
- Allen, L. R., Hafer, H. R., Long, P. T., & Perdue, R. R. (1993). Rural residents' attitudes toward recreation and tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(4), 27-33.

- Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21.
- Allport, G. (1966). Attitudes in the history of social psychology. En Warren, N. y Johoda, M. (Eds.). *Attitudes*. Harmondsworth: Penguin.
- Altman, L., & Low, S. (1992). Place attachment: A conceptual inquiry. Place Attachment. En I. Altman, & S. Low (Eds.), *Place Attachment. Human Behavior and Environment* (vol. 12), New York and London: Plenum Press.
- Alvarado, J., & Garrido, A (2003). *Psicología Social: Perspectivas Psicológicas y Sociológicas*. España: McGraw Hill.
- Alvaro, J. (1995). *Psicología Social: Perspectivas Teóricas y Metodológicas*. España: Siglo Veintiuno de España Editores.
- Amir, Y., & Ben-Ari (1985). International tourism, ethnic contact and attitude change. *Journal of social issues*, 41, 105-115.
- Anastasopoulos, P.G.(1992). Tourism and attitude change. Greeks tourist visiting Turkey. *Annals of Tourism Research*, 19, 629-642.
- Andereck, K. L. (1995). Environmental consequences of tourism: a review of recent research. In S. F. McCool, and A. E. Watson (Eds.), *Linking tourism, the environment, and sustainability – topical volume of compiled papers from a special session of the annual meeting of the national Recreation and Park Association*. Minneapolis, MN: Gen. Tech.
- Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39(1). 27-36.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knoff, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.

- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103, 411–423.
- Andrade, M. (2012). La generación de la imagen del destino a través de las fuentes de información y comunicación turística: El caso Gallego. *Revista de estudios regionales*, 93, 17-41.
- Andriotis, K. (2005). Community Groups' Perceptions of and Preferences for Tourism Development: Evidence from Crete. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 29(1), 67-90.
- Andriotis, K., & Vaughan, R. D. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete. *Journal of Travel Research*, 42(2), 172-185.
- Annemieke Bos, A. Hoogstraten, J., & Prah-Andersen, B. (2005). Failed appointments in an orthodontic clinic. *American Journal of Orthodontics and Dentofacial Orthopedics*, 127(3), 355–357.
- Ap, J. (1990). Residents' perceptions research on the social impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 610-616.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts . *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1993). Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research*, 32(1), 47-50.
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37(2), 120-130.
- Archer, A., & Fletcherb, J. (1996). The economic impact of tourism in the Seychelles. *Annals of Tourism Research*. 23(1), 32-47.

- Assante, L. M., Wen, H. I., & Lottig, K. (2012). An empirical assessment of residents' attitudes for sustainable tourism development: a case study of O'ahu, Hawai'i. *Journal of Sustainability and Green Business*, 1, 1-27.
- Autoridad Portuaria de Málaga (2015). *Memoria Anual 2014*.
- Ayuntamiento de Málaga, Área de Turismo (2010). *Observatorio Turístico de Málaga. Balance anual 2011*.
- Ayuntamiento de Málaga, Área de Turismo (2011). *Observatorio Turístico de Málaga. Balance anual 2010*.
- Bachleitner, R., & Zins, A. H. (1999). Cultural tourism in rural communities: The resident's perspective. *Journal of Business Research*, 44(3), 199-209.
- Bagozzi, R. P. (1994). *Structural Equation Model in Marketing Research: Principles of Marketing Research*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Bang, H., Ellinger, A., Hadjimarcou, J., & Traichal, P. (2000). Consumer concern, knowledge, belief, and attitude toward renewable energy: an application of the reasoned action theory. *Psychology and Marketing*, 17(6), 449-468.
- Barclay, D., Higgins, C., & Thompson, R. (1995). The partial least squares (PLS) approach to causal modeling: Personal computer adoption and use as an illustration. *Technology studies*, 2(2), 285-309.
- Baron, R., & Byrne, D. (2002). *Psicología Social*. España: Prentice Hall.
- Baumgartner, H., & Homburg, C. (1996). Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: a review. *International Journal of Research in Marketing*, 13(2), 139-161.
- Beasley, R. K., & Joslyn, M. R. (2001). Cognitive Dissonance and Post-Decision Attitude Change in Six Presidential Elections. *Political Psychology*, 22(3), 521-540.

- Beerli, A., & Martín, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
- Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83- 101.
- Belsley, D. (1991). *Conditioning diagnostics, collinearity and weak data in regression*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Besculides, A., Lee, M., & McCormick, P. (2002). Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319.
- Bigné, J. E., & López, D. (eds.) (1999). *Planificación y comercialización turística*. Castellón: U. Jaume I.
- Bigné, J. E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: Editorial ESIC.
- Bigné, J. E., Sánchez, M. I., & Sánchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616.
- Bigné, J. E., Sánchez, M. I., & Sanz, S. (2009). The functional-psychological continuum in the cognitive image of a destination: A confirmatory analysis. *Tourism Management*, 30(5), 715-723.
- Blau, P. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New Brunswick (U.S.A.) and London (U.K.): Transaction Publisher.
- Blau, P. (1967). *Exchange and power in social life*. New York: John Wiley.
- Blesa, A., Ripollés, M., y Monferrer, D. (2008). La orientación al mercado como determinante de la internacionalización de las nuevas empresas. *Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, SA*, 2-39.

- Bochner, S. (1982). *The social psychology of cross-cultural relation*. En S.Bochner. Cultures in Contact. Oxford: Pergamon Press.
- Bolívar, A. (1995). *La Evaluación de valores y actitudes*. Madrid: Anaya.
- Bollen, K. (1989). *Structural equations with latent variables*. New York: John Wiley & Sons.
- Bollen, K., & Lennox, R. (1991). Conventional wisdom on measurement: A structural equation perspective. *Psychological bulletin*, 110(2), 305.
- Boorstin, D. (1961). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Harper and Row.
- Bramwell, B. (2003). Maltese responses to tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 581-605.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2000). *Tourism Collaboration and Partnership: Politics, practice and sustainability*. Clevedon: ChaneView Publications.
- Brewer, J. (1984). Tourism and ethnic stereotypes: Variations in a Mexican town. *Annals of Tourism Research*, 11, 487–501.
- Brida, J.G., Osti, L., & 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.
- Bricker, K., & Kerstetter, D. (2000). Level of specialization and place attachment: An exploratory study of Whitewater Receptionists. *Leisure Science*, 22, 233-257.
- Brougham, J. E., & Butler, R. W. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, 8(4), 569-590.
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493-515.

- Bujosa, A., & Roselló, J. (2005). Determinantes de la Actitud Ambiental frente al Turismo: Una Aplicación para el Caso de los Residentes de las Islas Baleares. *Papers de Turisme*, 3(37), 45-53.
- Bujosa, A., & Rosselló, J. (2007a). Attitudes toward tourism and tourism congestion. *Région et Développement* 25(2), 193-208.
- Bujosa, A., & Rosselló, J. (2007b). Modelling environmental attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 28(3), 688-695.
- Buonocore, F. (2010). Contingent work in the hospitality industry: A mediating model of organizational attitudes. *Tourism Management*, 31(3), 378-385.
- Burns, P. M., & Montalvillo, M. (2003). Local perceptions of tourism planning: the case of Cuéllar, Spain. *Tourism Management*, 24(3), 331-339.
- Butcher, K. (2005). Differential Impact of Social Influence in the Hospitality Encounter. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(2), 125-135.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for the management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Byrd, E. T., Bosley, H. E., & Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(5), 693-703.
- Byrne, B. (2001). Structural equation modeling with AMOS, EQS, and LISREL: Comparative approaches to testing for the factorial validity of a measuring instrument. *International Journal of Testing*, 1(1), 55-86.
- Bystrzanowski, J. (1989). *Tourism as a factor of Change: A Socio-cultural Study*. Vienna: Centre for Research and Documentation in Social Sciences.
- Calvo De Mora, A., y Criado, F. (2005). Análisis de la validez del modelo europeo de excelencia para la gestión de la calidad en instituciones universitarias:

- un enfoque directivo. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 14 (3), 41-58.
- Canan, P., & Hennessy, M. (1989). The growth machine, tourism and the selling of culture. *Sociological Perspectives*, 32(2), 227-243.
- Castaño, J. (2005). *Psicología Social de los Viajes y el Turismo*. España: Editorial Thomson.
- Cavus S, Tanrisevdi A 2003. Residents' Attitudes toward Tourism Development: A Case Study in Kusadasi, Turkey. *Tourism Analysis*, 7(3-4), 259-269.
- Cepeda, G., y Roldán, J. (2004). Aplicando en la práctica la técnica PLS en la Administración de Empresas. *XIV Congreso Nacional ACEDE. Murcia*, 74-78.
- Chaudhary, M. (2000). India's Image as a Tourist Destination- a perspective of foreign tourists. *Tourism Management*, 21(3), 293-297.
- Chen, J. S., & Gursoy, D. (2001). An Investigación of Tourist's Destination Loyalty and Preferences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(2), 79-85.
- Chin, W. W. (1998a). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modelling*, en G.A. Marcoulides (ed.): *Modern Methods for Business Research*, pp. 295-336, Lawrence Erlbaum Associates, Publisher, Mahwah, NJ.
- Chin, W. W. (1998b). Issues and opinions on structural equation modeling. *MIS Quarterly*, 22(1), 7-16.
- Chin, W. W., & Newsted, P. (1999). Structural equation modeling analysis with small samples using partial least squares. *Statistical strategies for small sample research*, 2, 307-342.

- Chin, W. W., Marcolin, L., & Newsted, R. (2003). A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects: Results from a Monte Carlo simulation study and an electronic-mail emotion/adoption study. *Information Systems Research*, 14(2), 189-217.
- Choi, H. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring Residents' attitude toward sustainable tourism: development off sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 43(4), 380-394.
- Choong-Ki L. y Ki-Joon, B. (2006). Examining structural relationships among perceived impact, benefit, and support for casino development based on 4 year longitudinal data. *Tourism Management*, 27(3), 446-480.
- Chrysoschoou, X. (2000). Memberships in a superordinate level: re-thinking European Union as a multi-national society. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 10 (5), 403-420.
- Cifre, E., & Navarro, M. L. (2013). Construyendo puentes entre la Responsabilidad Social Empresarial y la Salud Psicosocial en las Organizaciones: una Guía 2.0 para el incrementode la Empleabilidad *Estudios financieros. Revista de trabajo y seguridad social: Comentarios, casos prácticos: recursos humanos*, 359, 163-204.
- Clavero Barranquero, A. (2014). *Informe coyuntura económica provincia de Málaga, 1er. Trim. 2013 - 3er. Trim. 2014*. Observatorio Socioeconómico Provincia de Málaga, MADECA.
- Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164-182.
- Cohen, E. (1988a). Traditions in the qualitative sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(1), 29-46.
- Cohen, E. (1988b). Authenticity and commoditisation in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371-386.

- Cohen, E. (2002). Authenticity, equity and sustainability in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 267-281.
- Collier, G, Minton, H. L., & Reynolds, G. (1991). *Currents of thought in American social psychology*. New York, NY: Oxford University Press.
- Consejería de Turismo y Comercio, Junta de Andalucía (2013). *El Balance Turístico en Andalucía 2013*.
- Cook, K. (1987). *Social Exchange Theory*. London: Sage.
- Cook, K. S., Emerson, R. M., Gilmore, M. R., & Yamagishi, T. (1983) The Distribution of Power in Exchange Networks: Theory and Experimental Results. *American Journal of Sociology*, 89(2), 275-305.
- Cooke, K. (1982). Guideline for socially appropriate tourism development in British Columbia. *Journal of Travel Research*, 21(1), 22-27.
- Crick-Furman, D., & Prentice, R. (2000). Modeling tourists' multiple values. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 69-92.
- Crosby, A. (1993). *Desarrollo sostenible en el medio rural*. Madrid: CEFAT.
- D'Angella, F., & Go, F. M. (2009). Tale of two cities' collaborative tourism marketing: Towards a theory of destination stakeholder assessment. *Tourism Management*, 30(3), 429-440.
- Dann, G., Nash, D., & Pearce, P. (1988). Methodology in tourism research. *Annals of Tourism Research*, 15(1), 1-28.
- Davis, D., Allen, J., & Cosenza, R. M. (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests and opinions toward tourism. *Journal of Travel Research*, 27(2), 2-8.
- Dean, J. (1950). "Pricing Policies for New Products". *Harvard Business Review*, 28 (6), 45-54.

- Deccio, C., & Baloglu, S. (2002). Nonhost community resident reactions to the 2002 Winter Olympics: The spillover impacts. *Journal of Travel Research*, 41(1), 46-56.
- Delamere, T. A. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, part II: verification of the scale. *Event Management*, 7, 25-38.
- Deutsch, M., & Krauss, R.M. (1965). *Theories in social psychology*. Oxford: Basic Books.
- Diamantopoulos, A., & Winklhofer, H. (2001). Index construction with formative indicators: An alternative to scale development. *Journal of Marketing research*, 38(2), 269-277.
- Diamantopoulos, A., Riefler, P., & Roth, K. (2008). Advancing formative measurement models. *Journal of Business Research*, 61(12), 1203-1218.
- Díaz, R., & Gutiérrez, D. (2005). Interacción residente-turista en una experiencia turística adversa. *XVII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*.
- Diedrich, A., & García, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512-521.
- Diken, B., & Laustsen, C. (2004). Sea, sun, sex and the discountents of pleasure. *Tourist Studies*, 4(2), 99-114.
- Dogan, H. Z. (1989). Forms of adjustment: socio-cultural impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 16(2), 216-236.
- Douglass, W., & Raento, P. (2004). The tradition of invention: Conceiving Las Vegas. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 7-23.
- Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences. En *Conference Proceedings: Sixth Annual*

Conference of Travel and Tourism Research Association (San Diego), 195-198.

Draper, J., Woosnam, K. M., & Norman, W. C. (2011). Tourism use history: Exploring a new framework for understanding residents' attitudes toward tourism. *Journal of Travel Research*, 50(1), 64-77.

Dunlap, R., & Van Liere, K. (1984). Commitment to the dominant social paradigm and concern for environmental quality. *Social Science Quarterly*, 65, 1013-1028.

Dunlap, R., Van Liere, K., Mertig, A., & Jones, R. (2000). Measuring Endorsement of the new ecological paradigm: A revised NEP scale. *Journal of Social Issues*, 56(3), 425-442.

Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches. *Annals of Tourism Research*, 25(3), 307-317.

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*, 28(2), 409-422.

Easterling, D. (2005). Residents and Tourism: What Is Really at Stake? *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 18(4), 49-64.

Edwards, J., & Bagozzi, R. (2000). On the nature and direction of relationships between constructs and measures. *Psychological methods*, 5(2), 155.

Eiser, J. (1989). *Psicología Social: Actitudes, Cognición y Conducta Social*. Ediciones Pirámide. España.

Emerson, R. (1972a). Exchange Theory, Part I: *Exchange Relations and Network*, en J. Berger, M., Zelditch Jr., & B. Anderson (eds) *Sociological Theories in Progress*, 2, 38-57.

Emerson, R. (1972b). Exchange Theory, Part II: *Exchange Relations and Network*, en J. Berger, M., Zelditch Jr., & B. Anderson (eds) *Sociological Theories in Progress*, 2, 58.87.

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y el Deporte de Andalucía (2013). *Balance anual del año turístico en Andalucía. Turismo de cruceros*. Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía.

Evans, M. R., Fox, J. B., & Johnson, R. B. (1995). Identifying competitive strategies for successful tourism destination development. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 3(1), 37-45.

Exceltur (2005). *Impacto sobre el entorno, la economía y el empleo de los distintos modelos de desarrollo turístico del litoral mediterráneo español, Baleares y Canarias*. Elaborado por Deloitte en colaboración con el Área de Estudios e Investigaciones de Exceltur.

Exceltur (2008). *Informe Perspectivas Turísticas Exceltur. Balance de 007 y Perspectivas de 2008: Baleares*.

Falk, R. F. & Miller, N. B. (1992). *A Primer for Soft Modeling*. Akron, OH: The University of Akron.

Faulkner, B., & Tideswell, C. A. (1997). Framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28.

Fernández-Morales, A., & Mayorga-Toledano, M. C. (2008). Seasonal concentration of the hotel demand in Costa del Sol: A decomposition by nationalities. *Tourism Management*, 29(5), 940-949.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, IL: Row Peterson.

Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behaviour: an Introduction to Theory and Research*. Wesley: M.A. Addison.

- Fornell, C., & Cha, J. (1994). Partial least squares. *Advanced methods of marketing research*, 407, 52-78.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Frauman, E. (1999). *The influence of mindfulness on information services and sustainable management practices at costal South Carolina State Parks*. Doctoral Dissertation, Clemson University, South Carolina.
- Frauman, E., & Banks, S. (2011). Gateway community resident perceptions of tourism development: Incorporating importance-performance analysis into a limits of acceptable change framework. *Tourism Management*, 32(1), 128-140.
- Fredline, E., & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 763-784.
- Freebody, P., & Freiberg, J. (2001). Re-discovering practical reading activities in homes and schools. *Journal of Research in Reading*, 24(3), 222-234.
- Freeman, R. E. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Frey, N., & George, R. (2010). Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management*, 31(5), 621-628.
- Fuentes García, R. (1995). Radiografía del sector turístico de la costa del Sol. *Papers de Turisme*, 19, 35-53.
- Fuhrer, U., & Kaiser, F. G. (1993). Place attachment and mobility during leisure time. *Journal of Environmental Psychology*, 13, 309-321.
- Fundación CIEDES (2000). *I Plan Estratégico de Málaga*.

Fundación CIEDES (2006). *II Plan Estratégico de Málaga*.

Fundación CIEDES (2014). *Evaluación del II Plan Estratégico de Málaga*.

Gagnon-Thompson, S. C., & Barton, M. A. (1994). Ecocentric and anthropocentric attitudes toward the environment. *Journal of Environmental Psychology*, 14, 149-157.

Galán Jiménez, M. M. (2002). *El turismo urbano como estrategia de desarrollo sostenible. Análisis de cuatro ciudades andaluzas*. Tesis doctoral dirigida por el Dr. Vicente Granados Cabezas. Universidad de Málaga.

Gee, C., Makens, J. C., & Choy, D. J. (1989). *The Travel Industry*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Gefen, D., Straub, D., & Boudreau, M. (2000). Structural equation modeling and regression: Guidelines for research practice. *Communications of the Association for Information Systems*, 4(1), 7.

Geisser, S. (1975). The predictive sample reuse method with applications. *Journal of the American Statistical Association*, 70(350), 320-328.

Gergen, K., & Zielke, B. (2006). Theory in Action. *Theory & Psychology*, 16(13), 299-309.

Gerson, K., Stueve, C. A., & Fischer, C. S. (1977). Attachment to place. En C.S. Fischer, R.M. Jackson, C.A. Stueve, K. Gerson, L. Jones, y M. Baldassare (eds.), *Networks and places*, Nueva York: The Free Press.

Getz, D. (1997). *Event management and Event Tourism*. New York: Cognizant.

Gilbert, D., & Clark, M. (1997). An exploratory examination of urban tourism impact, with reference to residents, in the cities of Canterbury and Guildford. *Cities*, 14(6), 343-352.

- Giuliani, V. (2002). Theory of attachment and place attachment. En Bonnes, M., Lee, T., & Bonaiuto, M. (edi.). *Psychological Theories for Environmental Issues*. Ashgate, Aldershot.
- Godfrey, K., & Clarke, J. (2000). *The tourism development handbook: a practical approach to planning and marketing*. London: Continuum.
- Gómez, M. E. (2011). *Estimación de los modelos de ecuaciones estructurales, del índice mexicano de la satisfacción del usuario de programas sociales mexicanos, con la metodología de mínimos cuadrados parciales*. Tesis de Maestría. Universidad Iberoamericana.
- Gotch C., & Hall T. (2004). Understanding nature-related behaviors among children through a theory of reasoned action approach. *Environmental education research*, 10, 2, 157-177.
- Gould-Williams J., Davies, F (2005). Using social exchange theory to predict the effects of hrn practice on employee outcomes. *Public Management Review*, 7(1), 1-24.
- Granados, V. (1997). Los ciclos económicos y estacionales marcan la historia reciente, en Mellado V.M. y Granados V. (Coordinadores), *Historia de la Costa del Sol*, Málaga, Diario Sur, 209-216.
- Gray, A. (1987). Intermarriage: Opportunity and Preference. *Population Studies*, 41(3), 365-379.
- Gross, M. J., & Brown, G. (2008). An empirical structural model of tourism and places: Progressing involvement and place attachment into tourism. *Tourism Management*, 29(6), 1141-1151.
- Gu, H., & Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism-the case of a Beijing hutong. *Tourism Management*, 29(4), 637-647.

- Gu, M., & Wong, P. P. (2006). Residents' perception of tourism impacts: A case study of homestay operators on Dachangshan Dao, North-East China. *Tourism Geographies*, 8(3), 253-273.
- Gunn, C. A. (1988). *Tourism Planning*. New York: Taylor & Francis.
- Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. (2004). Host attitudes toward tourism: An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Gursoy, D., Chen, J. S., & Yoon, Y. (2000). Using structural equation modeling to assess the affects of tourism impact factors and local residents support for tourism development. *Annual conference proceedings of the Travel and Tourism Research Association* (Boise), 243-250.
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2009). An examination of locals' attitudes. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 723-726.
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381-394.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: a structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Gutiérrez, D., & Díaz, R. (2006). Actitud del Residente en un Destino Complejo y Diverso: Inestabilidad o Consistencia. *XVIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*.
- Hair, J. F. Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1999). *Análisis multivariante (5th ed.)*. London: Prentice Hall.

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLSSEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Haley, A. J., Snaith, T., & Miller, G. (2005). The social impacts of tourism: A case study of Bath, UK. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 647-668.
- Hammitt, W. E., Bixler, R. D., & Noe, F. P. (1996). Going beyond importance-performance analysis to analyze the observance: influence of park impacts. *Journal of Park and Recreation Administration*, 14(1), 45-62.
- Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: the case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526.
- Harre, R. y Lamb, R. (1992). *Diccionario de Psicología Social y de la Personalidad*. Barcelona: Paidós.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: a literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251-266.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239-245.
- Heider, F. (1946). Attitudes and cognitive organization. *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 21(1), 107-112.
- Hernández, S. A., Cohen, J., & García, H. L. (1996). Residents' attitudes towards an instant resort enclave. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 755-779.
- Hidalgo, M. C. (1998). *Apego al lugar: ámbitos, dimensiones y estilos*. Tesis doctoral, Universidad de La Laguna.
- Hillery, M., Nancarrow, B., Griffin, G., & Syme, G. (2001). Tourist perceptions of environmental impact. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 853-867.

- Hoffman, D. L., & Law, S. A. (1981). An application of the probit transformation to tourism survey data. *Journal of Travel Research*, 20(2), 35-38.
- Holdnak, A., Drogin, E. B., Graefe, A. R., & Falk, J. M. (1993). A comparison of residential and visitor attitudes toward experiential impacts: environmental conditions and management strategies on the Delaware Inland Bays. *Visions in Leisure and Business*, 12(3), 11-23.
- Homans, G. (1961). *Social Behavior in Elementary Forms*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Howard, P. (2003). Digitizing the Social Contract: Producing American Political Culture in the Age of New Media. *The Communication Review*, 6(3), 213-245.
- Hsu, C. H. C. (2000). Residents' support for legalized gaming and perceived impacts of riverboat casinos: changes in five years. *Journal of Travel Research*, 38(4), 390-395.
- Hsu, C. H. C., Cai, L. A., & Li, M. (2010). Expectation, motivation, and attitude: A tourist behavioral model. *Journal of Travel Research*, 49(3), 282-296.
- Huber, F., Herrmann, A., Frederik, M., Vogel, J., & Vollhardt, K. (2007). Kausalmodellierung mit Partial Least Squares. Eine anwendungsorientierte Einführung, Wiesbaden: Gabler, 2007.
- Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, 20(2), 195-204.
- Hurtado de Barrera, J. (2000). *Metodología de la investigación*. Caracas: Fundación Sypal.
- Ibáñez, T. (2011). *Introducción a la psicología social*. Barcelona: UOC.

- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Instituto Nacional de Estadística, INE (2015). *España en Cifras 2015*.
- Jackson, L. (1987). Outdoor recreation participation and views on resources development and preservation. *Leisure Sciences*, 9, 235-250.
- Jafari, J. (1974). The socio-economic costs of tourism to developing countries. *Annals of Tourism Research*, 1(7), 227-262.
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration Theory and Community Tourism Planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186-204.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(3), 287-302.
- Jarvis, C., MacKenzie, S., & Podsakoff, P. (2003). A critical review of construct indicators and measurement model misspecification in marketing and consumer research. *The Journal of Consumer Research*, 30(2), 199-218.
- Jiménez, F. (1987). *Psicología Social*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J., & Akis, S. (1994). Residents' perceptions of tourism development. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 629-642.
- Jones, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2000). Host community resident's attitudes: a comparison of environmental viewpoints. *International Journal of Hospitality and Tourism Research*, 2, 174-189.
- Jonhson, J., Snepenger, D., & Akis, S. (1994). Residents' perceptions of tourism development. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 629-642.

- Jöreskog, K. G. (1970). A general method for analysis of covariance structures. *Biometrika*, 57(2), 239-251.
- Jurowski, C. (1994). *The Interplay of Elements Affecting Host Community Resident Attitudes toward Tourism: A Path Analytic Approach*. Ph.D. dissertation in Hospitality and Tourism, Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, R. D. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11.
- Jurowski, C., Uysal, M., Williams, R. D., & Noe, F. P. (1995). An examination of preferences and evaluations of visitors based on environmental attitudes: Biscayne Bay National Park. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(2), 73-86.
- Kaae, B. (2001). The perception of tourists and residents of sustainable tourism principles and environmental initiatives. In S. F. McCool and R. N. Moisey (Eds.), *Tourism, recreational and sustainability* (pp. 289-314). New York: CABI Publishing.
- Kaiser, F., Wolfig, S., & Fuhrer, U. (1999). Environmental attitude and ecological behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 19, 1-19.
- Kang, Y. S., Long, P. T., & Perdue, R. R. (1996). Resident attitudes toward legal gambling. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 71-85.
- Karakaya, F. (2000). Market exit and barriers to exit: Theory and practice. *Psychology and Marketing*, 17(8), 651-668.
- Kasarda, J. D., & Janowitz, M. (1974). Community Attachment in Mass Society. *American Sociological Review*, 39(3), 328-339.

- Katz, D. (1960). The Functional Approach to the Study of Attitudes. *Public Opinion Quartely*. No. 24. En Santesmases, M. (2004). *Marketing: Conceptos y Estrategias*. Editorial Pirámide. 5ª Edición. España.
- Kayat, K. (2002). Power, social exchanges and tourism in Langkawi: Rething resident perceptions. *International Journal of Tourism Research*, 4(3), 171-191.
- Keogh, B. (1990). Public participation in community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 449-465.
- Keogh, B. (1990a). Resident and recreationists' perceptions and attitudes with respect to tourism development. *Journal of Applied Recreation Research*, 15(2), 71-83.
- Keogh, B. (1990b). Public participation in community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 449-465.
- King, B., Pizam, A., & Milman, A. (1993). Social impacts of tourism: Host perceptions. *Annals of Tourism Research*, 20(4), 650-665.
- Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521-530.
- Korka, P. (1996). Resident attitudes toward tourism impacts. *Annals of Tourism Research*. 23(3), 695-697.
- Kousis, M (1989). Tourism and the familiy in a rural Cretan Community. *Annals of Tourism Research*, 16(3), 318-322.
- Kraus, S. J. (1995). Attitudes and the Prediction of Behavior: A Meta-Analysis of the Empirical Literature. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 58-75.
- Kretch, D., & Crutchfield, R. (1952). *Theory and Problems in Social Psychology*. New York: McGraw-Hill.

- Kuvan, Y. & Akan, P. (2005). Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Antalya. *Tourism Management*, 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(4), 423-435.
- Ladkin, A., & Bertramini, A. M. (2002). Collaborative Tourism Planning: A case study of Cusco, Peru. *Current Issues in Tourism*, 5(2), 71-93.
- Lankford, S. V. (1994). Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 35-43.
- Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impacts attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139.
- Law, K., & Wong, S. (1999). Multidimensional Constructs M Structural Equation Analysis: An Illustration Using the Job Perception and Job Satisfaction Constructs. *Journal of Management*, 25(2), 143.
- Leal, A. (2000). *Gestión del Marketing Social*. España: McGraw-Hill.
- Lee, C-K., Kang, S. K., Long, P., & Reisinger, Y. (2010). Residents' perceptions of casino impacts: A comparative study. *Tourism Management*, 31(2), 189-201.
- Lee, T. J., Riley, M., & Hampton, M. P. (2010). Conflict and progress: Tourism development in Korea. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 355-376.
- Lee, Y., Kim, S., Seock, Y-K.; & Cho, Y. (2009). Tourists' attitudes towards textiles and apparel-related cultural products: A cross-cultural marketing study. *Tourism Management*, 30(5), 724-732.
- Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, 28(3), 876-885.

- Lieberman, M., Ochsner, K., Gilbert, D., & Schacter, D. (2001). Do Amnesics Exhibit Cognitive Dissonance Reduction?: The Role of Explicit Memory and Attention in Attitude Change. *Psychological Science*, 12(2), 135-140.
- Lindberg, K., & Johnson, R. L. (1997). Modeling residents attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-424.
- Liu, J. C., & Var, T. (1986). Residents attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193-214.
- Liu, J. C., Sheldon, P. J., & Var, T. (1987). Residents perceptions of the environmental impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 14(1), 17-37.
- Lo, M., Ramayah, T. & Hui Hui, H. L. (2014). Rural Communities Perceptions and Attitudes towards Environment Tourism Development. *Journal of Sustainable Development*, 7(4), 84-94.
- Lohmoller, J. (1984). LVPLS Program Manual Version 1.6: Latent Variable Path Analysis with Partial Least Squares Estimation. *Zentralarchiv fur Empirische*.
- Long, P. T., Perdue, R.R., & Allen, L. (1990). Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism. *Journal of Travel Research*, 28 (3), 3-9.
- Lorde, T., Greenidge, D., & Devonish, D. (2011). Local residents' perceptions of the impacts of the ICC Cricket World Cup 2007 on Barbados: Comparisons of pre- and post-games. *Tourism Management*, 32(2), 349-356.
- Lucas, R. C. (1979). Perceptions of non-motorized recreational impacts: a review of research findings. In The US Department of Agriculture, Forest Service. *The Recreational Impact on Wildlands, conference proceedings*. Portland: The US Department of Agriculture, Forest Service, 27-41.

- Luna-Reyes, L. F., Hernández, J. M., y Gil-García, J. R. (2009). Hacia un modelo de los determinantes de éxito de los portales de gobierno estatal en México. *Gestión y Política Pública*, 18(2), 307-340.
- Madrigal, R. (1993). A tale of tourism in two cities. *Annals of Tourism Research*, 20(2), 336-353.
- Madrigal, R. (1995). Residents' perceptions and the role of government. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 86-102.
- Magdol, L., & Bessel, D. (2003). Social capital, social currency, and portable assets: The impact of residential mobility on exchanges of social support. *Personal Relationships*, 10(2), 149-170.
- Mainardes, E., Alves, H., & Raposo, M. (2011). Stakeholder theory: Issues to resolve. *Management Decision*, 49(2), 226-252.
- Mansfeld, Y. (1992). Group-differentiated perceptions of social impacts related to tourism development. *The Professional Geographer*, 44(4), 377-392.
- Marion, J. L., & Lime, D.W. (1986). Recreational resource impacts: visitor perceptions and management responses. In Kulhavy, D. L., & Conner, R. N. (edi). *Wilderness and Natural Areas in the Eastern United States: A Management Challenge*. Austin: Austin State University Center for Applied Studies, 229-235.
- Martín, C. (2011). *Gestión de recursos humanos y retención del capital humano estratégico: análisis de su impacto en los resultados de empresas innovadoras españolas*. (Tesis doctoral). Universidad de Valladolid.
- Martínez, J. (2010). Marketing turístico y gestión del producto. *TURyDES*. 3(8),1-15.
- Mason, P., & Cheyne, J. (2000). Resident's attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.

- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman House.
- McCool, S. F., & Martin, S. T. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(3), 29-34.
- McGehee, N. G., & Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140.
- McHugh, K. (1997). One cleans, the other doesn't. *Cultural Studies*, 11(1), 17-39.
- Mediano, L. (2004). *La Gestión de Marketing en el Turismo Rural*. Prentice Hall. España.
- Mihalic, T. (2000). Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness. *Tourism Management*, 21, 65-78.
- Mill, R., & Morrison, A. (1985). *The tourism system: An introductory*. Engelwood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Milman, A., & Pizam, A. (1988). Social impact of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204.
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2015). *Balance Año Turístico 2014*.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2007). *Plan del Turismo Español Horizonte 2020*.
- Mitchell, R. E., & Reid, D. G. (2001). Community Integration: Island Tourism in Peru. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 113-139.
- Mohamed, N. R. W., & Mohamed, B. (2010). *An Exploration of Irritation Attitudes of Host Community towards Tourists Case Study: Pulau Perhentian, Terengganu, Malaysia*. Proceedings of Regional Conference on Tourism Research. Universiti Sains Malaysia, Penang, 13-14 December 2010.

- Mohsin, A. (2005). Tourist attitudes and destination marketing- the case of Australia's Northern Territory and Malaysia. *Tourism Management*, 26(5), 723-732.
- Mok, C., Slater, B., & Cheung, V. (1991). Residents attitudes towards tourism in Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*. 10(3), 289-193.
- Molina, S. (1986). *Planificación del turismo*. México: Editorial Nuevo Tiempo Libre.
- Molotch, H. (1976). The city as a growth machine. Toward a political economy of place. *American Journal of Sociology*, 82, 309-322.
- Molotch, H., & Logan, J. (1984). Tension in the Growth Machine: Overcoming Resistance to Value-Free Development. *Social Problems*, 31(5), 183-499.
- Moore, R., & Graefe, A. (1994). Attachments to recreation settings: The case of rail trail users. *Leisure Sciences*, 16(1), 17-31.
- Morales, F. (Coord). (1999). *Psicología Social*. Madrid: Mc Graw-Hill.
- Morales, P. (2000). *Medición de actitudes y educación: Construcción de escalas y problemas metodológicos*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas de Madrid.
- Morris, C. G. (1997). *Psicología*. México: Prentice Hall.
- Moscovici, S. (1981). On Social Representations. In J. P. Forgas. *Social Cognition: Perspectives on Everyday Understanding*, pp. 181-209. London: Academic Press.
- Moscovici, S. (1983). The Cpming Era of Social Representations. In J. P. Codol and J. P. Leyens (Eds). *Cognitive Approaches to Social Behaviour*. The Hague: Nijhoff.

- Moscovici, S. (1984). *The Phenomenon of Social Representations*. En Farr R. M., & Moscovici S. (eds). *Social Representations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Alvarado, J., & Garrido, A (2003). *Psicología Social: Perspectivas Psicológicas y Sociológicas*. McGraw-Hill. España.
- Moscovici, S. (1988). Notes toward a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, 18, 211-250.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. New York: Routledge.
- Nabi, R. L., & Sullivan, J. L. (2001). Does television viewing relate to engagement in protective action against crime? A cultivation analysis from a theory of reasoned action perspective. *Communication research*, 28(6), 802-825.
- Nash, D. (1989). *Tourism as a form of imperialism*. In *Guests and hosts: The anthropology of tourism*, Smith V., ed, pp. 37-52. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Navarro Jurado, E. (2003). *¿Puede seguir creciendo la Costa del Sol? Indicadores de saturación de un destino turístico*. Málaga: Diputación Provincial de Málaga.
- Neisser, U. (1979). *Psicología cognoscitiva*. México: Trillas.
- Novo-Corti, I., Muñoz-Cantero, J. M., y Calvo-Porrá, C. (2011). Análisis de las actitudes de los jóvenes universitarios hacia la discapacidad: un enfoque desde la teoría de la acción razonada. *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, 17(2) 1-26.
- Numally, J. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- O'Leary, S., & Deegan, J. (2003). People, Pace, Place: Qualitative and quantitative images of Ireland as a tourism destination in France. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 213-226.

Organización Mundial del Turismo, OMT/UNWTO (2011). *Tourism Towards 2030. Global Overview*.

Organización Mundial del Turismo, OMT/UNWTO (2015a). *Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2015*.

Organización Mundial del Turismo, OMT/UNWTO (2015b). *Annual Report 2014*.

Osgood, C. E., & Tannenbaum, P. H. (1955). The principle of congruity in the prediction of attitude change. *Psychological Review*, 62(1), 42-55.

Ovidio, M. A., Castellanos, M., & Martín, D. (2008). Gaining residents' support for tourism and planning. *International Journal of Tourism Research*, 10(2), 95-109.

Park, R., y Burgess, E. (1925). *The city*. Chicago: University of Chicago Press.

Pearce, D. G. (1989). *Tourist development*. New York: Wiley.

Pearce, D. G. (1996). Tourist organizations in Sweden. *Tourism Management*, 17(6), 413-424.

Pearce, D. G. (1997). Competitive destination analysis in Southeast Asia. *Journal of Travel Research*, 35(4), 16-24.

Pearce, J. (1980). Host community acceptance of foreign tourists: Strategic considerations. *Annals of Tourism Research*, 7(2), 224-235.

Pearce, P. L., Moscardo, G., & Ross, G. F. (1991). Tourism impact and community perception: An equity-social representational perspective. *Australian Psychologist*, 26(3), 147-152.

Pearce, P. L., Moscardo, G., & Ross, G. F. (1996). *Tourism community relationships*. Tunbridge Wells, Kent: Pergamon.

Pellejero Martínez, C. (2005). Turismo y economía en la Málaga del siglo XX. *Revista de historia industrial*, 29, 87-116.

- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1987). Rural resident tourism perceptions and attitudes. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 420-429.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Gustke, L. D. (1991). The effect of tourism development on objective indicators of local quality of life. Tourism: Building credibility for a credible industry: *proceeding of the 22nd Annual TTRA Conference*. Travel and Tourism Research Association, Salt Lake City, UT., 191-201.
- Pérez, E. A., & Nadal, J. R. (2005). Host Community Perceptions. A Cluster Analysis. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 925-941.
- Periañez, I., & Alcázar, B. (1999). El museo Guggenheim, creador de un nuevo producto turístico. *Harvard Deusto Business Review*, 92, 64-72.
- Piñero, S. L. (2008). La teoría de las representaciones sociales y la perspectiva de Pierre Bourdieu: Una articulación conceptual. *CPU-e, Revista de Investigación Educativa*, 7, 1-19.
- Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: the social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12.
- Prentice, R. (1993). Community-driven tourism planning and residents' preferences. *Tourism Management*, 14(3), 218-227.
- Presenza, A., & Cipollina, M. (2010). Analysing tourism stakeholders' networks. *Tourism Review*, 65(4), 17.
- Proshansky, H., Fabian, A., & Kaminof, R. (1983). Place identity: Physical world and socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57-83.

- Raykov, T. y Widaman, K. (1995). Issues in applied structural equation modeling research. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 2(4), 289-318.
- Rebello, J. (2006). The Economy of Joyful Passions: A Political Economic Ethics of the Virtual. *Rethinking Marxism*, 18(2), 259-272.
- Reichel, A., & Pizam, A. (1990). Social impacts of tourism on ethnic attitudes: the Israeli-Egyptian case. *Journal of Travel Research*, 29, 45-49.
- Renda, A. I., Mendes, J. C., & Oom do Valle, P. (2011). A structural model approach of residents' perception of tourism impacts in their own quality of life: The municipality of Loulé, Algarve. *Book of Proceedings Vol.II – International Conference On Tourism & Management Studies*.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Will, S. (2005). *SmartPLS 2.0 (Beta)*. Hamburg: SmartPLS. Sitio Web: <http://www.smartpls.de>
- Ritchie, J. R. B. (1988). Consensus policy formulation in tourism: Measuring resident views via survey research. *Tourism Management*, 9(3), 199-212.
- Ritchie, J. R. B. (1993). Crafting a destination vision: Putting the concept of resident-responsive tourism into practice. *Tourism Management*, 14(5), 379-389.
- Ritchie, J. R. B. (1996). Beacons of light in an expanding universe: An assessment of the state of the art in tourism marketing / marketing reserch. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 5(4), 49-84.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (1993). Competitiveness in international tourism: A framework for understanding and analysis. *Proceedings of the 43rd Congress of the Association International d'Experts Scientifique due Torisme on Competitiveness of Long-Haul Tourist Destination*, San Carlos de Bariloche Argentina, 23-71.

- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2000). The competitiveness destination: A sustainability perspective. *Tourism Management*, 21, 1-7.
- Ritchie, J. R. B., Crouch, G. I., & Hudson, S. (2000). Assessing the role of consumers in the measurement of destination competitiveness as sustainability. *Tourism Analysis*, 5, 69-76.
- Roberts, J. S., Laughlin, J. E., & Wedell, D. H. (1999). Validity Issues in the Likert and Thurstone Approaches to Attitude Measurement. *Educational and Psychological Measurement*, 59(2), 211-233.
- Roberts, N., & Thatcher J. (2009). Conceptualizing and testing formative constructs: tutorial and annotated example. *The Data Base for Advances in Information Systems*, 40(3), 9-39.
- Rodríguez, R. (1993). Wols, una presència a reivindicar. *El Pitiús 1994*. Eivissa. Institut d'Estudis Eivissencs, 115-117.
- Rodríguez-Pinto, J. (2008). *La estrategia empresarial de entrada en el mercado. Determinantes, dimensiones y resultados*. Tesis Doctoral. Universidad de Valladolid.
- Rosenberg, M. J., & Hovland, C. I. (1960). Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes. En Rosenberg, M. J. *et al.* (edi.). *Attitude Organization and Change: An Analysis of Consistency among Attitude Components*. New Haven, CT: Yale University.
- Rosenow, J. E., & Pulsipher, G. L. (1979). *Tourism the good, the bad, and the ugly*. Lincoln, NB: Media Productions and Marketing.
- Ross, G. F. (1993). Destination Evaluation and Vacation Preferences. *Annals of Tourism Research*, 20(3), 477-489.
- Ross, G. F. (1994). *The psychology of tourism*. Melbourne: Hospitality Press.

- Rothman, R. A. (1978). Residents and transients: community reaction to seasonal visitors. *Journal of Travel Research*, 16(3), 8-13.
- Ryan, C., & Montgomery, D. (1994). The attitudes of bakewell residents to tourism and numbers in community responsive tourism. *Tourism Management*, 15(5), 358-369.
- Scott, D. R., Schewe, C. D., & Frederick, D. G. (1978). A Multi-Brand / Multi-Attribute Model of Tourist State Choice. *Journal of Travel Research*. 17(1), 23-29.
- Searle, M. (1991). Propositions for Testing Social Exchange theory in the Context of Ceasing Leisure Participation. *Leisure studies*, 13, 279-294. En Ap, J. (1992) Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of tourism research*. 19.
- Sellin, S., & Beason, K. (1991). Interorganizational relations in tourism. *Annals of Tourism Research*, 18, 639-652.
- Sellin, S., & Chavez, D. (1995). Developing an evolutionary tourism partnership model. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 844-856.
- Sellin, S., & Myers, N. (1998). Tourism marketing alliances: Member satisfaction and effectiveness attributes of a Regional initiative. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7, 79-94.
- Shaw, J. D., Delery, J. E., Jenkins, G. D., & Gupta, N. (1998). An organization level analysis of voluntary and involuntary turnover. *The Academy of Management Journal*, 41(5), 511- 525.
- Sheldon, P. J., & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, 5(1), 40-47.
- Shumaker, S., & Taylor, R. (1983). Toward a classification of people-place relationships: A model of attachment to place. In N. R. Feimer and E. S. Geller (Eds.), *Environmental psychology: directions and perspectives*. (pp. 219-251). New York: Praeger.

- Silverberg, K., Backman, S., & Backman, K. (1996). A preliminary investigation into the psychographics of nature based travelers to the South-Eastern United States. *Journal of Travel Research*, 14(2), 19-28.
- Simonson, M., & Maushak, N. (1996). *Instructional technology and attitude change*. In D. H. Jonassen (Ed.), *Handbook of research for educational communications and technology*: 1996. New York: Simon & Schuster Macmillan.
- Sirakaya, E., Teye, V., & Sönmez, S. F. (2002). Understanding residents' support for tourism development in the central region of Ghana. *Journal of Travel Research*, 41(1), 57-67.
- Snepenger, D., O'Connell, R., & Snepenger, M. (2001). The Embrace-Withdraw Continuum Scale: Operationalizing Residents' Responses toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 40(2), 151-155.
- Sobrino, A. (2011). Proceso de enseñanza-aprendizaje y web 2.0: valoración del conectivismo como teoría de aprendizaje post-constructivista. *Revista semestral del departamento de educación facultad de filosofía y letras*, 20, 117-140.
- Soutar, G. N., & McLeod, P. B. (1993). Residents' perceptions on impact of the America's Cup. *Annals of Tourism Research*, 20(3), 571-582.
- Stahlberg, D., & Dieter, F. (1991). *Actitudes: Estructura, Medidas y Funciones*. En Hewstone, M. (eds). *Introducción a la Psicología Social: Una Perspectiva Europea*. Ariel. Barcelona.
- Stuton, W. (1967). Travel and understanding: Notes on the Social Structure of Touring. *Journal of Comparative Sociology*. 8, 217-223. En Ap, J. (1992) Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of tourism research*. 19, 665-690.

- Sundstrom, E., Bell, P. A., Busby, P. L., & Asmus, C. (1996). Environmental Psychology. 1989-1994. *Annual Review of Psychology*, 47, 485-512.
- Temme, D., Kreis, H., & Hildebrandt, L. (2006). PLS Path Modeling - A Software Review. *SFB 649 Discussion Paper 2006-084*. Institute of Marketing, HumboldtUniversität zu Berlin.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V., Chatelin, Y., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159-205
- Terzidoua, M., Styliadis, D., & Szivasa, E. M. (2008). Residents' Perceptions of Religious Tourism and its Socio-Economic Impacts on the Island of Tinos. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 5(2), 113-129.
- Teye, V., & Sirakaya, E., & Sönmez, S. F. (2002). Resident's attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- Thibaut, J., & Kelley, H. (1959). *La Psicología Social de Grupos*. New York: Wiley
The Social Psychology of Groups.
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts. A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231-253.
- Triandis, H. (1974). *Actitudes y Cambio de Actitudes*. Barcelona: Ediciones Torray.
- Turismo y Planificación Costa del Sol (2015a). *Boletín de Coyuntura Turística*.
- Turismo y Planificación Costa del Sol (2015b). *Balance Anual 2012*.
- Turismo y Planificación Costa del Sol (2015c). *Balance Turístico Costa del Sol 2015*.
- Turismo y Planificación Costa del Sol (2015d). *Situación y evolución del empleo en el sector turístico en la Costa del Sol*.
- Tyrrell, T. J., & Spaulding, P. (1984). A survey of attitudes toward tourism growth in Rhode Island. *Hospitality Education and Research Journal*, 8(2), 22-23.

- Um, S., & Crompton, J. L. (1987). Measuring resident's attachment levels in a host community. *Journal of Travel Research*, 26(1), 27-29.
- Um, S., & Crompton, J. L. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432-448.
- Uriel, E., & Hernández, R. (2004). *Análisis y Tendencias del Turismo*. Ediciones Pirámide. Madrid.
- Uysal, M., Fesenmaier, D., & O'Leary, J. (1994). Geographic and seasonal variation in the concentration of travel in the United States. *Journal of Travel Research*, 32(3), 61-64.
- Var, T., & Kim, Y. (1989). Tourism impacts and its control, Quality of Life Studies in Marketing & Management, *Proceeding of the Third Quality-of-life/Marketing Conference, Virginia polytechnic Institute & State University*, 292- 302.
- Var, T., Kendall, K. W., & Tarakcoglu, E. (1985). Residents attitudes toward tourists in a turkish resort town. *Annals of Tourism Research*, 12(4), 652-658.
- Vargas, A., Plaza, M. A., & Porras, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387.
- Vargas-Sánchez, A., Plaza-Mejía, M. A., & Porras-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.
- Vaughan, D. R., & Edwards, J. R. (1999). Experiential perceptions of two winter sun destinations: The Algarve and Cyprus. *Journal of Vacation Marketing*, 5(4), 356-368.
- Vázquez, R. (1993). El marco actua de las distribuciones fabricante-distribuidor: Negociación y Cooperación. *Distribución Comercial Española*, 713.

- Vong, F. (2004). Gambling attitudes and gambling behavior of residents of Macao: The Monte Carlo of the Orient. *Journal of Travel Research*, 42(3), 271-278.
- Vong, F. (2007). Differentiating between gambling attitudes and support for gambling: Case of Macao. *Proceedings of the 5th Asia Pacific CHRIE and 13th Asia Pacific Tourism Association Joint Conference* (Beijing), 23-27th May.
- Vong, F. (2009). Changes in residents' gambling attitudes and perceived impacts at the fifth anniversary of Macao's gaming deregulation. *Journal of Travel Research*, 47(3), 388-397.
- Vong, F., & McCartney, G. (2005). Mapping resident perceptions of gaming impact. *Journal of Travel Research*, 44(2), 177-187.
- Wagner, J. (1997). Estimating the economic impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 592-608.
- Waitt, G. (2003). Social impacts of the Sydney Olympics. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 194-215.
- Walpole, M.J. y Goodwin, H.J. (2000). Local economic impacts of dragon tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 559-576.
- Wang, Y. A., & Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research* 47(1), 84-93.
- Warzecha, C., & Lime, D. (2001). Place attachment in Canyonlands National Park: Visitors' assessment of setting attributes on the Colorado and Green Rivers. *Journal of Park and Recreation Administration*, 19(1), 59-78.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2001). Resident perceptions in the urban-rural fringe. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 439-458.

- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2004). Visitor attitudes toward tourism development and product integration in an australian urban-rural fringe. *Journal of Travel Research*, 42(3), 286-296.
- Wetzels, M., Odekerkern-Schöder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: guidelines and empirical illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177–195.
- Williams, D. R., & Roggenbuck, J. W. (1989). Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results. *Paper Presented at the Session on Outdoor Planning and Management NRPA Symposium on Leisure Research*, San Antonio, Texas.
- Williams, D. R., McDonald, C. D., Riden, C. M., & Uysal, M. (1995). Community attachment, regional identity and resident attitudes toward tourism development. *26th annual conference proceedings of the Travel and Tourism Research Association*. Acapulco, Mexico: Travel and Tourism Research Association, 424-31.
- Williams, D. W., Patterson, M. E., Roggenbuck, J. W., & Watson, A. E. (1992). Beyond the commodity metaphor: examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Sciences*, 14, 29-46.
- Williams, J., & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290.
- Wirth, L. (1938). Urbanism as a way of life. *American Journal of Sociology*, 44(7), 3-24.
- Witt, S. F., & Moutinho, L. (1994). *Tourism marketing and management handbook*. New York: Prentice Hall.
- Woosnam, K. M., & Norman, W. C. (2010). Measuring residents' emotional solidarity with tourists: Scale development of Durkheim's Theoretical Constructs. *Journal of Travel Research*, 49(3), 365-380.

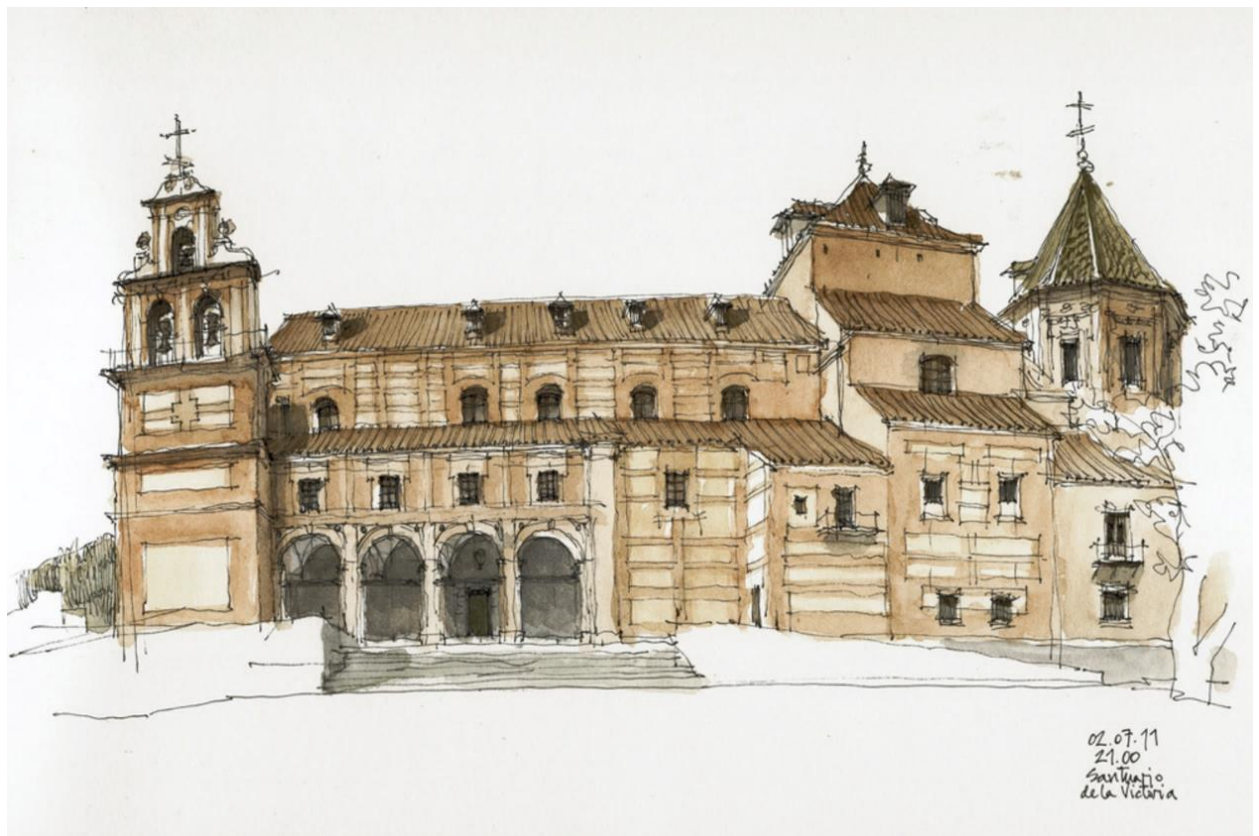
- Yang, J. (2008). Individual attitudes and organisational knowledge sharing. *Tourism Management*, 29(2), 345-353.
- Yoon, Y. (1998). *Determinants of Urban Residents' Perceived Tourism Impacts: A Study on the Williamsburg and Virginia Beach Areas*. M.S. thesis in Hospitality and Tourism Management, Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Yoon, Y. (2002). *Development of a Structural Model for Tourism Oestination Competitiveness from Stakeholders' Perspective*. Tesis Doctoral presentada en la Universidad de Virginia.
- Yoon, Y., Chen, J. S., & Gursoy, D. (1999). An investigation of the relationship between tourism impacts and host communities' characteristics. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 10(1), 29-44.
- Yoon, Y., Formica, S., & Uysal, M. (2001). Destination Attributes and Travel Market Segmentation. 32nd TTRA Annual Conference Proceedings, Tourism and Travel Research Association, 301-305
- Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. (2000). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363-372.
- Yu, C-P., Chancellor, C., & Cole, S. T. (2011). Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: A reexamination of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 50(1), 57-63.
- Yuksel, F., Bramwell, B., & Yuksel, A. (1999). Stakeholder interviews and tourism planning al Patmukkale, Turkey. *Tourism Management*, 20(3), 351-360.
- 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.

Zhou, Y., & Ap. J. (2009). Residents' perceptions towards the impacts of the Beijing 2008 Olympic Games. *Journal of Travel Research*, 48(1), 78-91.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

ANEXO



PERCEPCIÓN DE LOS RESIDENTES DE MÁLAGA SOBRE EL TURISMO

Impactos percibidos del turismo, por favor indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones en un escala del 1 al 5

<i>1= totalmente en desacuerdo; 5 = totalmente de acuerdo</i>					
El turismo crea empleo	1	2	3	4	5
El turismo atrae inversiones	1	2	3	4	5
El turismo mejora el nivel de vida de los residentes	1	2	3	4	5
El turismo implica beneficios económicos tanto para los residentes como para el comercio	1	2	3	4	5
El turismo de alto poder adquisitivo afectan de forma negativa a nuestra forma de vida	1	2	3	4	5
El turismo cambia los hábitos culturales de una localidad	1	2	3	4	5
Los residentes se ven afectados por vivir en zonas turísticas	1	2	3	4	5
El turismo ha propiciado el incremento de la oferta cultural para los residentes	1	2	3	4	5
El turismo propicia el intercambio cultural entre residentes y visitantes	1	2	3	4	5
El turismo mejora la identidad cultural del destino	1	2	3	4	5
El turismo incrementa la congestión del tráfico, el ruido y la contaminación	1	2	3	4	5
La construcción de hoteles y otras infraestructuras ha propiciado la destrucción de entornos naturales	1	2	3	4	5
El turismo consume en exceso recursos naturales	1	2	3	4	5
El turismo ha propiciado la creación de parques y áreas recreativas	1	2	3	4	5
Gracias al turismo se protegen recursos naturales que son atractivos turísticos	1	2	3	4	5

Identificación con el lugar, por favor indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones en un escala del 1 al 5

<i>1= totalmente en desacuerdo; 5 = totalmente de acuerdo</i>					
Me gusta pasar el mayor tiempo posible en Málaga	1	2	3	4	5
Me siento muy unido a Málaga	1	2	3	4	5
Me identifico fuertemente con mi ciudad	1	2	3	4	5
Málaga es muy especial para mí; siento que Málaga es una parte de mí	1	2	3	4	5
El tiempo que he pasado aquí difícilmente podría haberlo pasado en otro lugar	1	2	3	4	5
Me siento más satisfecho estando en Málaga que visitando cualquier otro lugar	1	2	3	4	5
Málaga es la mejor ciudad para lo que me gusta hacer	1	2	3	4	5
Málaga me hace sentir como ningún otro lugar puede hacerlo	1	2	3	4	5

Actitudes medioambientales, por favor indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones en un escala del 1 al 5

<i>1= totalmente en desacuerdo; 5 = totalmente de acuerdo</i>					
La humanidad está abusando seriamente del medioambiente debido al desarrollo económico	1	2	3	4	5
Tiene que haber una mayor conciencia por parte de los gobiernos en proteger el medioambiente	1	2	3	4	5
El equilibrio de la naturaleza es delicado y fácilmente alterable	1	2	3	4	5
Si las cosas continúan su curso actual, pronto experimentaremos una importante catástrofe ecológica	1	2	3	4	5

Desarrollo turístico, por favor indique su grado de apoyo a las siguientes actuaciones en una escala del 1 al 5

<i>1= no lo apoyo nada; 5 = lo apoyo totalmente</i>					
Crear más atractivos culturales (por ejemplo: Museo de Bellas Artes)	1	2	3	4	5
Peatonalización del centro de la ciudad	1	2	3	4	5
Liberalización de los horarios comerciales	1	2	3	4	5
Embelllecimiento general de la ciudad (flores, parques, zonas de descanso..)	1	2	3	4	5
Soterramiento de las basuras	1	2	3	4	5
Incrementar el número de líneas de autobuses turísticos	1	2	3	4	5
Incremento de la oferta hotelera y de restauración	1	2	3	4	5
Mejora de los servicios de apoyo al turista (información turística, guías, paneles explicativos, etc.)	1	2	3	4	5
Mayor desarrollo del turismo basado en recursos culturales e históricos (Ciudad natal de Picasso, Alcazaba, Teatro Romano, Museos...)	1	2	3	4	5

Decisiones estratégicas, por favor indique la importancia que otorga a cada una de las siguientes decisiones relacionadas con el desarrollo del turismo en una escala del 1 al 5

<i>1= nada importante; 5 = muy importante</i>					
Apoyo económico al desarrollo Málaga capital como destino turístico	1	2	3	4	5
Actividades de promoción de Málaga capital como destino turístico	1	2	3	4	5
Apoyo al desarrollo de planes y estrategias para el desarrollo del turismo	1	2	3	4	5
Creación de una marca sólida del destino turístico	1	2	3	4	5
Selección de los mercados objetivos de mayor potencial y adecuada estrategia de promoción en los mismos	1	2	3	4	5
Seguridad, salud e integridad medioambiental requeridos para el desarrollo del turismo	1	2	3	4	5
Tener en cuenta distintas opiniones y criterios a la hora de tomar decisiones referentes al turismo (gobiernos, empresarios, residentes,...)	1	2	3	4	5
Cambios en las infraestructuras para mejorar las experiencias de los turistas	1	2	3	4	5
Crear planes urbanísticos que permitan espacios abiertos o de recreo	1	2	3	4	5

Datos demográficos:

Sexo: ☐ Hombre ☐ Mujer

Edad: _____

Estado Civil: ☐ Soltero ☐ Casado ☐ Viudo/Divorciado/Separado

Nivel de estudios: ☐ Sin estudios ☐ Primarios/EGB ☐ BUP/COU ☐ FP ☐ Universitarios

Nivel de ingresos mensuales netos de la persona encuestada:

☐ Menos de 600 € ☐ Entre 601 y 1.500 € ☐ Entre 1.501 y 3.000 € ☐ Más de 3.000 €



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

El final de un libro
debe ser
el inicio de otro

