

La felicidad de los residentes de Fuengirola como destino turístico

Eva María SÁNCHEZ-TEBA

Dpto. Economía y Administración de Empresas

Universidad de Málaga

(España)

María Dolores BENÍTEZ-MÁRQUEZ

Departamento de Economía Aplicada (Estadística y Econometría 68)

Universidad de Málaga

(España)

Resumen: Fuengirola es un municipio turístico de la Costa del Sol (Málaga, Andalucía, España). El objetivo de este trabajo es estimar un modelo confirmatorio que surge al relacionar las percepciones de los residentes de dicho destino turístico con respecto a tres constructos (económico, social y medio ambiental), su imagen y la felicidad de los residentes, todo ello desde la perspectiva de ser receptores de turismo. Se estima a partir de un modelo de ecuaciones estructurales basado en la varianza PLS-SEM. El punto de partida es la teoría del modelo de intercambio social, en la que los constructos se han desagregado por percepciones positivas y negativas, modelo que en este caso, no ajusta. Por ello, siguiendo las recomendaciones de la literatura se ha focalizado la atención en las percepciones negativas. Así, se ha planteado un modelo confirmatorio de las siguientes hipótesis: las percepciones negativas correlacionan todas positivamente; las percepciones negativas correlacionan negativamente con la felicidad; y la imagen o marca correlaciona positivamente con la felicidad. Los resultados obtenidos avalan la decisión de no rechazar ninguna de dichas hipótesis.

Palabras claves: ciudad feliz, Fuengirola, turismo, PLS-SEM, modelo de intercambio social