

Research paper

Dependencia Económica del Turismo y Actitudes de los Residentes en Santa Eulària des Riu (Ibiza)

*Submitted in 14, December 2016**Accepted in 11, July 2017**Evaluated by a double blind review system*

JOSÉ RAMÓN CARDONA¹
XING PENG²

Resumen

Objetivo: Determinar cómo afecta a los residentes de un destino turístico consolidado la percepción de ser una región económicamente dependiente del turismo, tanto su efecto en las percepciones de los impactos del turismo, como en la formación de la actitud general hacia el sector y el apoyo a un mayor volumen de turistas.

Diseño/metodología/enfoque: Para el estudio se empleó un cuestionario usado en trabajos previos, realizando el trabajo de campo durante 2012 en el municipio de Santa Eulària des Riu, uno de los cinco que componen la isla de Ibiza (España). El análisis de los datos se realizó mediante modelos de ecuaciones estructurales, concretamente fue utilizada la regresión de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS).

Resultados: La percepción de una fuerte dependencia del turismo causa una valoración más positiva de los beneficios y una actitud general más positiva, forzando posturas más positivas hacia el sector aunque no atenúe la percepción de los costes.

Implicaciones prácticas: La dependencia económica del sector causa actitudes más positivas y, por tanto, concienciar a la población de la importancia del turismo para la región es fundamental para conseguir un mayor apoyo al desarrollo turístico.

Originalidad/valor: Este trabajo analiza la importancia de la dependencia económica en la formación de las actitudes de los residentes y la secuencia que lleva hasta el apoyo a incrementos en las llegadas de turistas. Ello demuestra porque en los destinos turísticos muy desarrollados los residentes muestran apoyo al sector a pesar de expresar muchas críticas al mismo.

Palabras clave: Dependencia, Turismo, Ibiza, Actitudes, Residentes.

1. Introducción

El turismo depende de la actitud de los residentes y el apoyo de la población local es fundamental para el adecuado desarrollo turístico (Besculides, Lee & McCormick, 2002; Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002; Jurowski, 1994). Además está ampliamente reconocido que los gestores deben tener en cuenta los puntos de vista de la comunidad residente si quieren un sector sostenible en el futuro (Ap & Crompton, 1998). Hay muchas razones por las que la reacción de los residentes es importante (Williams & Lawson, 2001) y la investigación de las causas de sus actitudes hacia el turismo son una gran ayuda para la administración turística. Contar con el apoyo de la población resulta fundamental ya que

¹ Universitat de les Illes Balears. E-mail: jramon.cardona@terra.com.

² Universidad de Alicante. E-mail: xingpengspain@gmail.com.

la amabilidad de los residentes es un elemento básico de la oferta turística. El enfado, la apatía y la desconfianza de los residentes terminan por afectar a los turistas, los cuales pierden el interés por visitar los lugares donde no se sienten bienvenidos (Fridgen, 1991).

Muchos investigadores centran su trabajo en medir actitudes y en evaluar sus relaciones con los impactos percibidos (Akis, Peristianis & Warner, 1996; Allen, Hafer, Long & Perdue, 1993; Besculides *et al.*, 2002; Faulkner & Tideswell, 1997; Gursoy *et al.*, 2002; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Jurowski, Uysal & Williams, 1997; Lindberg & Johnson, 1997; Mason & Cheyne, 2000; Teye, Sirakaya & Sönmez, 2002). Así, se ha llegado a un cierto consenso, que agrupa los impactos, beneficios y costes, en tres o cuatro categorías que recogen el marco económico, social, cultural y medioambiental (Andereck, Valentine, Knoff & Vogt, 2005; Ayres, 2000; Gursoy & Rutherford, 2004; Gursoy *et al.*, 2002). En los últimos años las investigaciones se centran en determinar otros factores que pueden afectar en la formación de las percepciones y actitudes de los residentes (Almeida, Peláez, Balbuena & Cortés, 2016; Amuquandoh, 2010; Andereck & Nyaupane, 2011; Draper, Woosnam & Norman, 2011; Kim, Uysal & Sirgy, 2013; Lawton & Weaver, 2015; Nunkoo & Gursoy, 2012; Palmer, Koenig-Lewis & Jones, 2013; Ribeiro, Valle & Silva, 2013; Sharpley, 2014; Song, Pratt & Wang, 2017; Vargas, Porras & Plaza, 2011; Woosnam, 2012; Xu, Barbieri, Anderson, Leung & Rozier-Rich, 2016; Zamani-Farahani & Musa, 2012).

El objetivo de este trabajo es determinar cómo afecta en los residentes de un destino turístico consolidado la percepción de ser una región económicamente dependiente del turismo, tanto en las percepciones de los impactos del turismo (beneficios y costes) como en la formación de la actitud general hacia el sector y el apoyo de los residentes a un aumento en el volumen de turistas. Se pretende determinar cómo afecta a los residentes el hecho de vivir en un destino caracterizado por el monocultivo turístico y sin una alternativa viable a corto plazo. La percepción de los impactos del turismo sobre el colectivo se ha estudiado poco, a excepción de algún análisis realizado en China (Kayat, Sharif & Karnchanan, 2013), y normalmente se analizan los impactos directos sobre el individuo, por ejemplo trabajar o depender económicamente del turismo (King, Pizam & Milman, 1993; Smith & Krannich, 1998; Snaith & Haley, 1999; Um & Crompton, 1987; Wang & Pfister, 2008).

Para este estudio se utilizó una muestra obtenida en el municipio de Santa Eulària des Riu (Figura 1). Santa Eulària es uno de los cinco municipios en que se divide la isla de Ibiza y, a su vez, se divide en diversos núcleos de población (Sant Carles, Santa Eulària, Santa Gertrudis, Puig dèn Valls, Jesús, Es Canar, Roca Llista, etc.) que son completados por la presencia de población diseminada. Santa Eulària está situada en el este de la isla y limita al norte con el municipio de Sant Joan de Labritja, al oeste con el municipio de Sant Antoni de Portmany y al sur con el municipio de Eivissa (capital de la isla). El municipio tenía una población residente de 35.812 personas a 1 de enero de 2015 (INE) y una extensión de 153,5 kilómetros cuadrados, lo que representa el 25,4% de la población y el 26,8% de la extensión de la isla. Es el municipio más poblado después de la capital y tiene un 50% más de población que los municipios de Sant Antoni y Sant Josep (INE).

Aunque ya hubo un inicio del turismo en la isla en los años treinta del siglo XX (Ramón & Serra, 2014b), fue en los años cincuenta cuando se inició de forma definitiva la industria turística en la isla. Los inicios del turismo en los años cincuenta se produjeron en el pueblo de Sant Antoni, gracias a las ventajas sociales y naturales de que disfrutaba la bahía de Sant Antoni (Ramón & Serra, 2013). En el caso de Santa Eulària el desarrollo turístico fue más tardío al no disponer de playas tan atractivas, y debido a que la producción agrícola para la exportación, principalmente patata para el mercado inglés,

permitió retrasar la incorporación de los agricultores a la actividad turística más de una década con respecto a Sant Antoni y Sant Josep (Ramón & Serra, 2014a). Este retraso permitió a los empresarios y autoridades de este municipio aprender de los errores de las zonas primigenias, principalmente Sant Antoni. Este aprendizaje llevo a evitar el turismo joven de borrachera, la apertura de macrodiscotecas, la obsolescencia de la oferta hotelera, la degradación de los espacios públicos, etc. Además fue el municipio pionero en la creación de paseos marítimos, dotación de playas con servicios al bañista, construcción de marinas modernas y bien equipadas, centros de salud en todos los núcleos urbanos, etc.

Figura 1- Mapa de Santa Eulària des Riu.



Fuente: <http://www.kandani.es/>

En la actualidad, la oferta turística de Santa Eulària se caracteriza por el turismo familiar, la tranquilidad, los hoteles de lujo con una oferta clásica y la oferta MICE (*Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions*). Sólo el hotel Destino Pacha Ibiza Resort y algunos *beach clubs* como Nikki Beach Ibiza poseen oferta de eventos musicales, no existiendo ninguna gran discoteca en el municipio. Santa Eulària es el principal impulsor y acaparador de la oferta MICE en la isla, con centros culturales, hoteles y el Palacio de Congresos de Ibiza, creado a iniciativa del ayuntamiento de este municipio. Por tanto, el turismo de Santa Eulària posee la peculiaridad de ser la excepción en una isla con una importante imagen turística vinculada al lujo, las fiestas y el ocio nocturno.

2. Revisión de la Literatura

Normalmente, los estudios sobre las reacciones de los residentes ante el turismo dividen los impactos percibidos por los residentes en tres categorías básicas de costes y beneficios (Almeida, Balbuena & Cortés, 2015; Sharpley, 2014): económicos, medioambientales y sociales (Andereck *et al.*, 2005; Ayres, 2000; Gursoy & Rutherford, 2004; Gursoy, Chen & Yoon, 2000; Gursoy *et al.*, 2002), aunque en algunos casos se añaden los personales,

tanto físicos como psicológicos (Besculides *et al.*, 2002). Pero es preferible agrupar en dos partes: costes y beneficios económicos, y el resto de efectos sobre el destino y su población (Besculides *et al.*, 2002), ya que la división entre económicos, medioambientales y sociales puede considerarse una visión medioambientalista. Muchos estudios sugieren que el apoyo al turismo es una estrategia de desarrollo económico de la comunidad local (Gursoy *et al.*, 2002; Jurowski *et al.*, 1997; Lankford & Howard, 1994; Prentice, 1993; Teye *et al.*, 2002) siendo este hecho lo que induce a pensar que la división más interesante es entre efectos económicos y el resto de efectos. El desarrollo turístico se justifica habitualmente en base a una relación coste-beneficio, en particular beneficios económicos versus costes socioculturales y medioambientales (Ayres, 2000; Perdue, Long & Kang, 1995).

Tomando como referencia los trabajos de diversos autores (Gursoy *et al.*, 2002; Teye *et al.*, 2002) se pueden mencionar factores con una posible influencia en las actitudes de los residentes: la interacción entre residentes y visitantes (Teye *et al.*, 2002), los distintos grupos de población o “comunidades” (Lankford, 1994; Martin, McGuire & Allen, 1998; Spears & Boger, 2002), el tiempo que hace que se reside en la zona (Haralambopoulos & Pizam, 1996; Stynes & Stewart, 1993), el tipo (Jurowski, 1994) y grado (Mason & Cheyne, 2000) de desarrollo turístico, impacto cultural del turismo (Teye *et al.*, 2002), el estado de la economía local (Allen *et al.*, 1993; Lankford, 1994; Teye *et al.*, 2002), factores personales (Teye *et al.*, 2002), la dependencia económica del turismo (Madrigal, 1993), distancia entre el lugar de residencia y la zona turística (Haralambopoulos & Pizam, 1996), geografía regional, percepción de masificación (Teye *et al.*, 2002), y la sensación de poder (Ap, 1992). Muchos de estos factores se han usado en investigaciones en y entre diversos países (Teye *et al.*, 2002) como son Israel (Mansfeld & Ginosar, 1994), Nueva Zelanda (Mason & Cheyne, 2000), Reino Unido (Ryan, Scotland & Montgomery, 1998) y Ghana (Teye *et al.*, 2002), etc. Como indica Lankford y Howard (1994), una variedad "casi infinita" de procedimientos de medida y paradigmas han sido usados para investigar las percepciones y actitudes de los residentes.

En el estudio de Gursoy *et al.* (2002) aparece el estado de la economía local como el factor con un mayor efecto directo e indirecto sobre las actitudes de los residentes hacia el turismo debido a que la investigación se realizó en una zona con un turismo incipiente. Johnson, Snepenger y Akis (1994) también encuentran una relación entre las actitudes de los residentes hacia el turismo y el estado de la economía. Muchas regiones han desarrollado el sector turístico hasta el punto de tener una enorme dependencia económica y el peso del turismo dentro de la actividad económica total de la región puede afectar las actitudes de los residentes (Haralambopoulos & Pizam, 1996; Williams & Lawson, 2001). La dependencia turística fuerza a que haya una actitud positiva porque el miedo a retroceder a una situación peor a la anterior al turismo es más fuerte que la apatía provocada por los problemas del turismo. Esta dependencia ha sido analizada a nivel personal en diversos estudios desde hace años (King *et al.*, 1993; Smith & Krannich, 1998; Snaith & Haley, 1999; Um & Crompton, 1987; Wang & Pfister, 2008), pero son escaso los estudios en los que se analiza esta misma dependencia al nivel de colectividad (Kayat *et al.*, 2013). Todo ello nos lleva a proponer las hipótesis 1, 2 y 3:

Hipótesis 1: La percepción de que Santa Eulària depende del turismo mejora la percepción de los impactos del turismo.

Hipótesis 1.1: La percepción de que Santa Eulària depende del turismo tiene un efecto positivo sobre la percepción de los beneficios económicos generados por el turismo.

Hipótesis 1.2: La percepción de que Santa Eulària depende del turismo tiene un efecto positivo sobre la percepción de los otros beneficios generados por el turismo.

Hipótesis 1.3: La percepción de que Santa Eulària depende del turismo tiene un efecto negativo sobre la percepción de los costes generados por el turismo.

Hipótesis 2: La percepción de que Santa Eulària depende del turismo mejora la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 3: La percepción de que Santa Eulària depende del turismo aumenta el apoyo a la llegada de más turistas.

Muchos estudios realizados sobre las actitudes de los residentes incluyen factores económicos (Besculides *et al.*, 2002; Gursoy *et al.*, 2000; Gursoy *et al.*, 2002; Jurowski *et al.*, 1997; Madrigal, 1993; Teye *et al.*, 2002), principalmente el aumento de las oportunidades de empleo (Besculides *et al.*, 2002; Gursoy *et al.*, 2002; Sardá & Fluvià, 1999; Teye *et al.*, 2002), el aumento de las rentas públicas (Gursoy *et al.*, 2002; Jurowski *et al.*, 1997; Lankford, 1994), y la valorización de recursos y actividades en retroceso.

Diversos estudios afirman que las ganancias económicas (Besculides *et al.*, 2002; Gursoy *et al.*, 2002; Jurowski *et al.*, 1997; Madrigal, 1995; Teye *et al.*, 2002; Williams & Lawson, 2001) y las oportunidades de empleo (Besculides *et al.*, 2002; Gursoy *et al.*, 2002; Madrigal, 1995; Teye *et al.*, 2002) que los residentes perciben como consecuencia del turismo afectan de forma positiva el apoyo de la población local al desarrollo turístico (Lee & Back, 2006; Ovidio, Castellanos & Martín, 2008). Los beneficios económicos derivados del turismo tienen un peso muy importante en las actitudes de los residentes (Ap, 1992; Lawson, Williams, Young & Cossens, 1998; Prentice, 1993), y es el beneficio más importante y esperado por la población local (Gursoy *et al.*, 2002).

Entre los impactos no directamente económicos se pueden encontrar las mejoras en infraestructuras (Sardá & Fluvià, 1999) y el aumento de la oferta comercial y de ocio. El turismo conlleva la creación de una potente infraestructura de transportes (carreteras, puertos y aeropuertos), suministros y saneamiento (alcantarillado, depuradoras, etc.) para abastecer la demanda de los turistas (Sardá & Fluvià, 1999). La posibilidad de utilizar los recursos e infraestructuras destinados a los turistas puede influir en las actitudes de los residentes (Gursoy *et al.*, 2002), y para Lankford y Howard (1994) es el elemento con más capacidad de predicción, llevando a proponer las hipótesis 4 y 5:

Hipótesis 4: La percepción de los beneficios generados por el turismo mejora la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 4.1: La percepción de los beneficios económicos generados por el turismo tiene un efecto positivo sobre la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 4.2: La percepción de otros beneficios generados por el turismo tiene un efecto positivo sobre la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 5: La percepción de los beneficios generados por el turismo aumenta el apoyo a la llegada de más turistas.

Hipótesis 5.1: La percepción de los beneficios económicos generados por el turismo tiene un efecto positivo sobre el apoyo a la llegada de más turistas.

Hipótesis 5.2: La percepción de otros beneficios generados por el turismo tiene un efecto positivo sobre el apoyo a la llegada de más turistas.

Si los beneficios económicos son muy importantes (Ap, 1992; Lawson *et al.*, 1998; Prentice, 1993) o incluso los más importantes (Gursoy *et al.*, 2002), es posible proponer que la percepción de los beneficios económicos influye en la percepción de otros beneficios (Hipótesis 6).

Hipótesis 6: La percepción de los beneficios económicos generados por el turismo tiene un efecto positivo sobre la percepción de otros beneficios generados por el turismo.

Como contrapartida de los beneficios, los costes del turismo percibidos por los residentes afectan de forma negativa las reacciones hacia su desarrollo (Gursoy *et al.*, 2000; Jurowski *et al.*, 1997; Prentice, 1993). La valoración de los costes, junto a la valoración de los beneficios, son los elementos que permiten que el individuo extraiga una valoración global del turismo, y es esta valoración global y final lo que determina su actitud hacia el sector. En el estudio de Gursoy *et al.* (2002) no se detectó una relación significativa entre los costes percibidos y el apoyo al desarrollo turístico debido a que el estudio se realizó en una zona en donde el desarrollo turístico era escaso y los costes percibidos eran mitigados por la importancia del turismo para la mejora de la economía local (Allen *et al.*, 1993). Pero en destinos maduros es razonable proponer las hipótesis 7 y 8:

Hipótesis 7: La percepción de los costes generados por el turismo tiene un efecto negativo sobre la actitud general hacia el turismo.

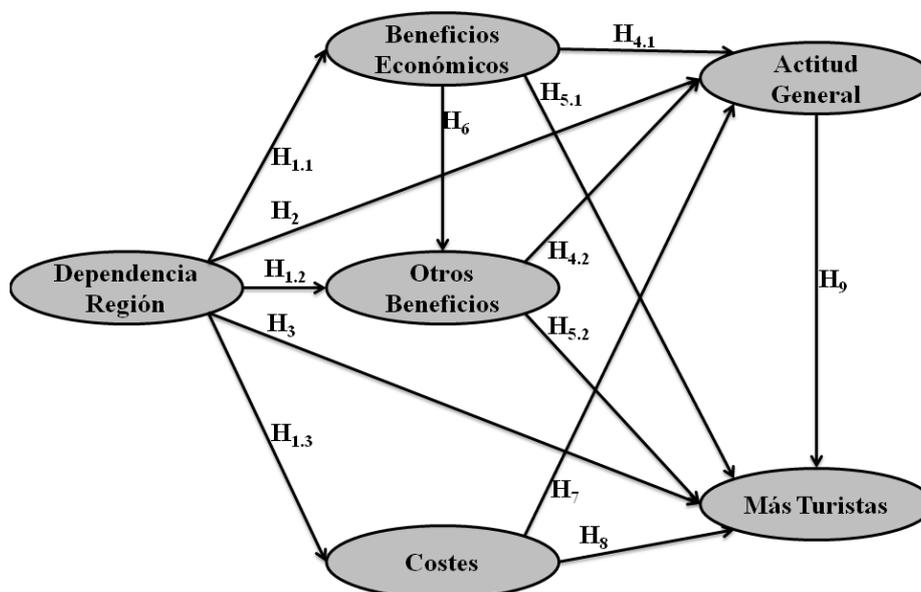
Hipótesis 8: La percepción de los costes generados por el turismo disminuye el apoyo a la llegada de más turistas.

Finalmente, resulta interesante conocer si hay relación entre las dos dependientes usadas: actitud general hacia el turismo, y apoyo a la llegada de más turistas. Ello conlleva plantear que la actitud general hacia el turismo tiene un efecto positivo sobre el apoyo hacia la llegada de más turistas (Hipótesis 9).

Hipótesis 9: La actitud general hacia el turismo tiene un efecto positivo sobre el apoyo a la llegada de más turistas.

Al combinar todas las hipótesis propuestas en la revisión teórica realizada se obtiene el modelo estructural propuesto en la Figura 2, siendo la variable independiente inicial la dependencia regional del turismo y la variable dependiente final la intención de apoyar la llegada de más turistas.

Figura 2- Modelo estructural propuesto.



Fuente: elaboración propia.

3. Metodología

El cuestionario se componía de un conjunto de ítems, ya utilizados en estudios previos, y se solicitaba el grado de acuerdo con las afirmaciones planteadas en base a una escala Likert de cinco puntos, siendo 1 "Totalmente en desacuerdo", 3 "Indiferente" y 5 "Totalmente de acuerdo". También había diversas preguntas sobre el perfil socio-demográfico de los residentes. El trabajo de campo fue realizado en el municipio de Santa Eulària des Riu a lo largo del año 2012 y se obtuvieron 107 encuestas válidas con el perfil demográfico indicado en la Tabla 1. Aunque la muestra no es excesivamente grande es suficiente para analizar el modelo causal propuesto y el principal efecto de una muestra pequeña es que sólo detecta como significativos efectos de gran tamaño, despreciando efectos pequeños. La encuesta fue realizada mediante un procedimiento aleatorio por el que se seleccionaban calles de cada población y se procedía al reparto de cuestionarios de forma aleatoria dentro de cada calle. Cabe indicar que las características sociales y turísticas del municipio no han vivido cambios significativos en la última década, siendo en otros municipios de la isla donde se han producido los cambios e innovaciones más importantes en el sector turístico.

Tabla 1- Perfil demográfico de la muestra.

Variable Demográfica	Frecuencia	%
Sexo:		
Hombre.	30	28,04%
Mujer	77	71,96%
Edad:		
Menos de 25	16	14,95%
25-34	30	28,04%
35-44	24	22,43%
45-54	15	14,02%
55 o más	16	14,95%
Nivel de Estudios:		
Estudios Primarios.	22	20,56%
Estudios Secundarios.	49	45,79%
Estudios Universitarios.	36	33,64%
Años residiendo en la Isla:		
Toda la Vida.	67	62,62%
Vine a vivir hace:	40	37,38%
Menos de 5 años.	4	3,74%
5-14 años.	8	7,48%
15-24 años.	8	7,48%
25-34 años.	14	13,08%
35 o más años.	5	4,67%
Trabajan en el sector turístico:		
Si	73	68,22%
No	33	30,84%
Ingresos netos familiares anuales:		
Menos de 15.000 €	12	11,21%
De 15.001 € a 30.000 €	40	37,38%
De 30.001 € a 45.000 €	27	25,23%
De 45.001 € a 60.000 €	8	7,48%
De 60.001 € a 75.000 €	1	0,93%
Más de 75.000 €	1	0,93%
Efecto de una crisis turística en los ingresos familiares:		
Bajarían mucho.	48	44,86%
Bajarían.	40	37,38%
No cambiarían.	18	16,82%

Fuente: elaboración propia.

Se realizó un primer análisis descriptivo (Tabla 2) mediante el software estadístico DYANE 4.0 (Santesmases, 2009). El análisis descriptivo muestra un elevado grado de

acuerdo con los impactos económicos y la dependencia regional hacia el turismo, con valores medios superiores a 4. La percepción de los “otros beneficios” es positiva pero con valores medios bajos, ligeramente superiores a 3, mostrando un menor grado de acuerdo posiblemente debido a que consideran que para la mejora de los servicios públicos es fundamental la acción de las administraciones locales, especialmente el ayuntamiento. La valoración de los costes oscila entre ligero acuerdo y ligero desacuerdo, posiblemente porque consideran que parte de la culpa de estos costes se debe a una mala gestión local del sector más que al turismo por sí mismo. La valoración general del sector turístico es positiva y con valores intermedios entre las percepciones de los beneficios económicos y los beneficios no económicos. Finalmente, no se aprecia un apoyo claro a un incremento en el número de turistas, lo cual es esperable en un destino turístico ya muy consolidado y con un importante volumen de turistas durante la temporada turística.

Tabla 2- Media y desviación de los ítems utilizados.

Denominación de la Variable:	Media Aritmética	Desviación Estándar
Dependencia Región:		
• Se ha de cuidar el turismo porque es básico para la economía del municipio.	4,682	0,664
Beneficios Económicos:		
• Gracias al turismo las oportunidades de trabajo son más elevadas.	4,467	0,646
• El turismo incrementa las oportunidades de negocio para los residentes y para la pequeña empresa.	4,383	0,719
• El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir en la isla.	4,271	0,881
Otros Beneficios:		
• El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.	3,187	1,283
• Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).	3,533	1,248
• La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.	3,019	1,207
Costes:		
• El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	2,794	1,221
• Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas (agua, residuos, limpieza, etc.).	3,206	1,251
• El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	2,888	1,13
Actitud General:		
• Creo que el turismo genera beneficios para todos.	4,234	0,943
• Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.	4,234	0,991
• Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.	3,776	1,096
• Los efectos positivos superan a los negativos.	3,617	1,165
Apoyo a más Turistas:		
• Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario aumentar el número de turistas.	2,682	1,257
• El número de turistas debería seguir aumentando.	3,084	1,415
• A partir de ahora, incrementar el número de turistas hacia la isla contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.	3,103	1,346

Fuente: elaboración propia.

4. Resultados

Tras una primera aproximación descriptiva, se procedió a la comprobación de las hipótesis mediante Sistemas de Ecuaciones Estructurales (Gursoy *et al.*, 2002; Lindberg & Johnson, 1997). Concretamente, el método estadístico utilizado para el análisis es la regresión de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS) que permite trabajar con muestras muy pequeñas (Chin, Marcolin & Newsted, 2003; Reinartz, Haenlein & Henseler, 2009) y es bastante robusto (Cassel, Hackl & Westlund, 1999). El software usado en este caso es el SmartPLS 2.0 (Ringle, Wende & Will, 2005). Aunque los resultados no difieren significativamente entre los distintos sistemas de ponderación alternativos, el más recomendado y usado en este caso es el *path weighting*, al proporcionar el valor de R² más alto para las variables latentes (Henseler, Ringle & Sinkovics, 2009). Antes de realizar el análisis del modelo estructural propuesto es necesario realizar el análisis del modelo de medida. Ello implica la realización de diversas comprobaciones necesarias para garantizar la calidad del análisis del modelo estructural: fiabilidad, validez convergente, y validez discriminante.

Se ha realizado la comprobación de la fiabilidad individual y en la Tabla 3 aparecen los ítems usados en los constructos. Se comprueba que poseen cargas superiores a 0,7 en todos los casos, como recomienda la literatura (Carmines & Zeller, 1979).

Tabla 3- Cargas (loadings) de los ítems finalmente utilizados.

Denominación de la Variable:	Cargas Ítems
Dependencia Región:	
• Se ha de cuidar el turismo porque es básico para la economía del municipio.	1,000
Beneficios Económicos:	
• Gracias al turismo las oportunidades de trabajo son más elevadas.	0,893
• El turismo incrementa las oportunidades de negocio para los residentes y para la pequeña empresa.	0,822
• El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir en la isla.	0,816
Otros Beneficios:	
• El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.	0,853
• Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).	0,790
• La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.	0,790
Costes:	
• El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	0,875
• Debido al turismo debemos pagar unos impuestos y unas tasas municipales más elevadas (agua, residuos, limpieza, etc.).	0,808
• El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	0,713
Actitud General:	
• Creo que el turismo genera beneficios para todos.	0,882
• Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.	0,772
• Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.	0,733
• Los efectos positivos superan a los negativos.	0,706
Apoyo a más Turistas:	
• Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario aumentar el número de turistas.	0,872
• El número de turistas debería seguir aumentando.	0,872
• A partir de ahora, incrementar el número de turistas hacia la isla contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.	0,850

Fuente: elaboración propia.

La fiabilidad del constructo mide la consistencia de los indicadores, es decir, que las variables manifiestas están midiendo un mismo concepto o variable latente. Los dos indicadores de fiabilidad más usados son el Alfa de Cronbach (Cronbach, 1970) o fiabilidad individual y la fiabilidad compuesta (Werts, Linn & Jöreskog, 1974). Se considera como criterio de fiabilidad que los valores de ambos indicadores sean superiores a 0,7 aunque es mejor si son superiores a 0,8 (Nunnally, 1987; Santesmases, 2009). Al analizar los valores del Alfa de Cronbach y la Fiabilidad Compuesta para los constructos utilizados se observa que los valores son buenos o muy buenos en ambas medidas (Tabla 4), dando indicios de la fiabilidad de los constructos utilizados.

Tabla 4- Fiabilidad y validez convergente de los constructos utilizados.

	AVE	Fiabilidad Compuesta	R ²	Alfa de Cronbach	Comunalidad
Dependencia Región	1,000	1,000	0,000	1,000	1,000
Beneficios Económicos	0,713	0,882	0,090	0,799	0,713
Otros Beneficios	0,658	0,852	0,173	0,744	0,658
Costes	0,642	0,843	0,017	0,721	0,642
Actitud General	0,602	0,857	0,577	0,778	0,602
Más Turistas	0,748	0,899	0,287	0,831	0,748

Fuente: elaboración propia.

La validez convergente (Anderson & Gerbing, 1988) implica que un conjunto de indicadores representa un único constructo subyacente, pudiendo ser esto demostrado por medio de su unidimensionalidad (Henseler *et al.*, 2009). Se suele valorar por medio de la Varianza Extraída Media (AVE). Los valores mínimos recomendados son 0,5 (Bagozzi & Yi, 1988), lo que quiere decir que más del 50% de la varianza del constructo es debida a sus indicadores. Los constructos utilizados muestran un AVE superior a 0,6 en todos los casos (Tabla 4), superior al mínimo exigido por la literatura, pudiendo afirmarse que existe validez convergente.

La validez discriminante (Anderson & Gerbing, 1988) implica que cada constructo debe ser diferente del resto de los constructos. Los dos métodos para su valoración son: las cargas factoriales deben ser mayores que las cargas factoriales cruzadas, y la raíz cuadrada del AVE del constructo debe ser mayor que la correlación entre ese constructo y todos los demás (Chin, 1998). Al comparar las correlaciones con la raíz cuadrada de AVE (Tabla 5) se observa que se cumple la validez discriminante en los constructos utilizados.

Tabla 5- Raíz cuadrada del AVE y correlaciones de los constructos.

	Actitud General	Beneficios Económicos	Costes	Más Turistas	Otros Beneficios	Dependencia Región
Actitud General	1,000					
Beneficios Económicos	0,623	1,000				
Costes	-0,354	-0,264	1,000			
Más Turistas	0,525	0,306	-0,237	1,000		
Otros Beneficios	0,502	0,416	-0,183	0,327	1,000	
Dependencia Región	0,481	0,301	-0,129	0,273	0,140	1,000
\sqrt{AVE}	0,776	0,844	0,801	0,865	0,811	1,000

Fuente: elaboración propia.

Una vez evaluado el modelo de medida se puede proceder a evaluar las relaciones existentes entre los constructos, es decir el modelo estructural planteado a partir de las

hipótesis propuestas. Para contrastar si los coeficientes de regresión son significativos, se ha realizado un procedimiento *bootstrap* no paramétrico (Davison & Hinkley, 1997) con 5.000 submuestras para determinar los errores estándar de las estimaciones (Hair, Hult, Ringle & Sarstedt, 2014). Los resultados del análisis de significación de las diferentes relaciones causales se detallan en la Tabla 6.

Tabla 6- Análisis de significación de las hipótesis propuestas.

Relación causal analizada	Valor estimado	Error estándar	t de Student	P value
Dep. Región → B. Económicos (H _{1.1})	0,301**	0,123	2,443	0,007
Dep. Región → Otros Beneficios (H _{1.2})	0,017 ^{ns}	0,121	0,140	0,444
Dep. Región → Costes (H _{1.3})	-0,129 [‡]	0,092	1,395	0,082
Dep. Región → Actitud General (H ₂)	0,310***	0,091	3,424	0,000
Dep. Región → Más Turistas (H ₃)	0,042 ^{ns}	0,094	0,449	0,327
B. Económicos → Actitud General (H _{4.1})	0,372***	0,091	4,073	0,000
Otros Beneficios → Actitud General (H _{4.2})	0,274***	0,082	3,328	0,000
B. Económicos → Más Turistas (H _{5.1})	-0,054 ^{ns}	0,125	0,434	0,332
Otros Beneficios → Más Turistas (H _{5.2})	0,097 ^{ns}	0,113	0,861	0,195
B. Económicos → Otros Beneficios (H ₆)	0,411***	0,080	5,156	0,000
Costes → Actitud General (H ₇)	-0,166**	0,072	2,321	0,010
Costes → Más Turistas (H ₈)	-0,062 ^{ns}	0,122	0,508	0,306
Actitud General → Más Turistas (H ₉)	0,468***	0,139	3,356	0,000

Nota: ‡ Signif. al 0'1; ** Signif. al 0'01; *** Signif. al 0'001; ^{ns} No signif. Fuente: elaboración propia.

La percepción de que Santa Eulària depende del sector turístico posee un efecto positivo y significativo sobre la percepción de los beneficios económicos que genera el turismo (oportunidades de empleo, inversión y empresariales) (Hipótesis 1.1), pero no posee un efecto significativo al nivel 0,05 sobre los otros beneficios (Hipótesis 1.2) y los costes (Hipótesis 1.3). Como indican diversos autores (Haralambopoulos & Pizam, 1996; Kayat *et al.*, 2013; Mason & Cheyne, 2000; Williams & Lawson, 2001), el peso del turismo dentro de la actividad económica de la región puede afectar las actitudes de los residentes pero en este caso sólo posee un efecto significativo sobre la percepción de los beneficios económicos (Tabla 6). La dependencia económica regional tiene un efecto positivo y significativo sobre la actitud general hacia el turismo (Hipótesis 2) pero no sobre el apoyo a un aumento del número de turistas (Hipótesis 3). Los residentes de Santa Eulària reconocen la importancia que tiene el turismo para la economía del municipio, al ser muy dependiente del sector, y consecuentemente valoran de forma más positiva los beneficios económicos que genera, y el sector turístico en su conjunto.

El efecto de la percepción de los beneficios económicos y de los otros tipos de beneficios sobre la actitud general hacia el turismo (Hipótesis 4) es positivo y significativo (Tabla 6). En cambio, no hay efecto significativo de los beneficios sobre el apoyo de los residentes a un mayor número de turistas (Hipótesis 5). La importancia de los beneficios económicos se plasma en la existencia de un efecto positivo y significativo sobre los beneficios no económicos (Hipótesis 6). Hay un efecto negativo y significativo de la percepción de los costes sobre la actitud general hacia el turismo (Hipótesis 7), pero no hacia el apoyo de los residentes a un mayor número de turistas (Hipótesis 8). Como indica la literatura, los beneficios económicos (Ap, 1992; Gursoy *et al.*, 2002; Lawson *et al.*, 1998; Lee & Back, 2006; Ovidio *et al.*, 2008; Prentice, 1993) y las mejoras en el entorno urbano (Gursoy *et al.*, 2002; Lankford & Howard, 1994; Sardá & Fluvià, 1999) tienen un efecto positivo sobre el apoyo al sector turístico, pero no en el apoyo a un aumento en las

llegadas de turistas. Ello es debido a que el turismo es considerado bueno y necesario pero suficiente en volumen de llegadas. Los costes también tienen un efecto significativo sobre las actitudes de los residentes, como era esperable en base a la literatura existente (Gursoy *et al.*, 2000; Jurowski *et al.*, 1997; Prentice, 1993), pero menos que los beneficios. Ello posiblemente sea debido a la dependencia económica del turismo, la cual minimiza los impactos negativos (Allen *et al.*, 1993), aunque la relación causal entre la dependencia regional y la percepción de los costes sólo es significativa al nivel del 0,1 (Hipótesis 1.3) no siendo posible afirmar con contundencia esa posibilidad.

El único efecto significativo que permite explicar el grado de apoyo de los residentes a un mayor número de llegadas de turistas es la actitud general de los residentes (Hipótesis 9). En el caso estudiado la dependiente importante es la actitud general de los residentes, siendo el apoyo a la llegada de más turistas un reflejo de la actitud general de los residentes hacia el turismo.

5. Conclusiones

Santa Eulària des Riu es un municipio de Ibiza con un sector turístico consolidado e importante social y económicamente. Tanto Sant Joan como Santa Eulària ofrecen un turismo distinto a la imagen general de la isla y basado en los espacios naturales, la oferta MICE, un lujo “clásico” y turismo familiar con gran tendencia a repetir visita. Ello es debido a que el desarrollo turístico del norte de la isla fue más tardío y sus empresarios y administraciones pudieron aprender de la experiencia de los pioneros de la isla. Las principales conclusiones de este estudio, realizado en un destino maduro y con una oferta más o menos convencional, son que:

- La percepción de que la región depende del turismo sólo afecta a la percepción de los beneficios económicos (más empleo, más oportunidades de crear negocios y mayor atracción de inversiones) y a la actitud general de los residentes, no mostrando efectos significativos sobre los otros beneficios y muy poco significativos sobre los costes. Hay que tener en cuenta que los destinos turísticos que han prosperado gracias al turismo son los que muestran mayor dependencia económica del turismo debido a los empleos, empresas e inversiones que ha aportado. Por tanto, la relación más fuerte es entre la dependencia económica, los impactos económicos y el apoyo al sector, siendo los otros elementos efectos secundarios del desarrollo turístico.
- La percepción de los impactos posee efectos significativos sobre la actitud general del residente y del sentido esperable en base a la literatura, positivo en el caso de los beneficios y negativo en el caso de los costes. Cabe indicar que el efecto de los dos tipos de beneficios analizados es más importante y significativo que el de los costes, lo cual es debido a un sesgo causado por la dependencia económica que posee la población local en relación al sector turístico. Pero también es probable que sea debido a una buena gestión por parte de las administraciones locales que ha quedado plasmada en la continua reelección del mismo equipo de gobierno desde hace varias décadas.
- El apoyo a un aumento en el volumen de turistas llegados a la región sólo recibe un efecto significativo de la actitud general de los residentes, siendo un reflejo atenuado de la valoración general del sector. El motivo de la falta de significación de las relaciones causales que podrían explicar el grado de apoyo al aumento de los turistas cabe buscarlo en el hecho de que es un destino maduro y muy consolidado. En este caso los apoyos al turismo no llevan necesariamente implícito un apoyo a mayores volúmenes de turistas ya que estos volúmenes ya son muy elevados. Por tanto, los

resultados de usar como dependiente del estudio la actitud general o el apoyo a incrementos del sector no son intercambiables en destinos maduros y debe tenerse en cuenta este hecho en los futuros estudios.

Normalmente se estudian los efectos de la dependencia económica del turismo sobre las actitudes a nivel personal, es decir si la persona encuestada trabaja o depende económicamente del turismo, pero son escasos los estudios donde se analiza la percepción de dependencia del colectivo al que se pertenece como factor con capacidad de afectar las percepciones y actitudes individuales. En base a los resultados de este estudio, puede afirmarse que existe un efecto positivo de la percepción de dependencia colectiva sobre las actitudes de los individuos. Ello implica que las administraciones locales deberían favorecer el sentimiento de comunidad entre los residentes y la concienciación con la realidad económica y social, ya que de esta forma las personas sin una dependencia directa del turismo (normalmente los colectivos más críticos) mejorarían su percepción de los impactos generados por el sector, al ser más conscientes de los beneficios que genera aunque ellos no sean beneficiarios directos. Pero cabe indicar que esta mayor concienciación con la dependencia local hacia el turismo no tiene porque implicar un apoyo a un aumento en las llegadas de turistas, al menos no en los destinos maduros.

Referencias Bibliográficas

- Akis, S., Peristianis, N. & Warner, J. (1996), "Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus", *Tourism Management*, 17(7), 481-494.
- 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.
- Almeida, F., Balbuena, A. & Cortés, R. (2015), "Resident's attitudes towards the impacts of tourism", *Tourism Management Perspectives*, 13, 33-40.
- Almeida, F., Peláez, M. A., Balbuena, A. & Cortés, R. (2016), "Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain)", *Tourism Management*, 54, 259-274.
- Amuquandoh, F. (2010), "Lay concepts of tourism in Bosomtwe Basin, Ghana", *Annals of Tourism Research*, 37(1), 34-51.
- Andereck, K. & Nyaupane, G. (2011), "Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents", *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260.
- Andereck, K. 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.
- Ap, J. & Crompton, J. L. (1998), "Developing and testing a tourism impact scale", *Journal of Travel Research*, 37(2), 120-130.
- Ap, J. (1992), "Residents' perceptions on tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.

- Ayres, R. (2000), "Tourism as a passport to development in small states: Reflections on Cyprus", *International Journal of Social Economics*, 27(2), 114-133.
- Bagozzi, R. P. & Yi, Y. (1988), "On the evaluation of structural equation models", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(2), 74-94.
- Besculides, A., Lee, M. & McCormick, P. (2002), "Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism", *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319.
- Carmines, E. G. & Zeller, R. A. (1979), "Reliability and validity assessment", N. 07-017, *Sage University Paper Series on Quantitative Applications in the Social Sciences*. Sage, Beverly Hills, CA.
- Cassel, C. M., Hackl, P. & Westlund, A. H. (1999), "On measurement of intangible assets: a Study of robustness of Partial Least Squares", *Total Quality Management*, 11 (7), 897-907.
- Chin, W. W. (1998), "Issues and opinions on structural equation modeling", *MIS Quarterly*, 22(1), 7-16.
- Chin, W., Marcolin, B. L. & Newsted, P. 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.
- Cronbach, L. J. (1970), *Essentials of Psychological Testing (3rd Edition)*, Harper & Row, New York, NY.
- Davison, A. C. & Hinkley, D. V. (1997), *Bootstrap Methods and Their Application*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Draper, J., Woosnam, K. & Norman, W. (2011), "Tourism use history: exploring a framework for understanding residents' attitudes toward tourism", *Journal of Travel Research*, 50(1), 64-77.
- Faulkner, B. & Tideswell, C. A. (1997), "Framework for monitoring community impacts of tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28.
- Fridgen, J. D. (1991), *Dimensions of Tourism*, The Educational Institute of the American Hotel and Motel Association, East Lansing MI.
- 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*, 243-250.
- Gursoy, D., Jurowski, C. & Uysal, M. (2002), "Resident attitudes: a structural Modeling Approach", *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2014), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, Sage, Thousand Oaks, CA.
- Haralambopoulos, N. & Pizam, A. (1996), "Perceived impacts of tourism: the case of Samos", *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526.
- Henseler, J., Ringle, C. M. & Sinkovics, R. R. (2009), "The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing", en Sinkovics, R. R. & Ghauri, P. N. (eds.). *Advances in International Marketing*, Emerald, Bingley, 277-320.

- INE. Web site: <http://www.ine.es/> [consultado el 15 de septiembre de 2016].
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J. & Akis, S. (1994), "Residents' perceptions of tourism development", *Annals of Tourism Research*, 21(3), 629-642.
- 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., Uysal, M. & Williams, R. D. (1997), "A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism", *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11.
- Kayat, K., Sharif, N. M. & Karnchanan, P. (2013), "Individual and Collective Impacts and Residents' Perceptions of Tourism", *Tourism Geographies*, 15(4), 640-653.
- Kim, K., Uysal, M. & Sirgy, J. (2013), "How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?", *Tourism Management*, 36, 527-540.
- King, B., Pizam, A. & Milman, A. (1993), "Social impacts of tourism: host perceptions", *Annals of Tourism Research*, 20(4), 650-665.
- Lankford, S. V. & Howard, D. R. (1994), "Developing a tourism impacts attitude scale", *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139.
- Lankford, S. V. (1994), "Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development", *Journal of Travel Research*, 32(3), 35-43.
- Lawson, R. W., Williams, J., Young, T. & Cossens, J. (1998), "A comparison of residents attitudes towards tourism in 10 New Zealand destinations", *Tourism Management*, 19(3), pp. 247-256.
- Lawton, L. J. & Weaver, D. B. (2015), "Using residents' perceptions research to inform planning and management for sustainable tourism: a study of the Gold Coast Schoolies Week, a contentious tourism event", *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 660-682.
- Lee, C. K. & Back, K. J. (2006), "Examining structural relationships among perceived impact, benefit, and support for casino development based on 4 year longitudinal data", *Tourism Management*, 27(3), 466-480.
- Lindberg, K. & Johnson, R. L. (1997), "Modeling residents attitudes toward tourism", *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-424.
- 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.
- Mansfeld, Y. & Ginosar, O. (1994), "Determinants of locals' perceptions and attitudes towards tourism development in their locality", *Geoforum*, 25(2), 227-248.
- Martin, B. S., McGuire, F. & Allen, L. (1998), "Retirees' attitudes toward tourism: implications for sustainable development", *Tourism Analysis*, 3, 43-51.
- Mason, P. & Cheyne, J. (2000), "Resident's attitudes to proposed tourism development", *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- Nunkoo, R. & Gursoy, D. (2012), "Residents' support for tourism: an identity perspective", *Annals of Tourism Research*, 39(1), pp. 243-268.

- Nunnally, J. C. (1987), *Teoría Psicométrica*, Trillas, México.
- Ovidio, M. A., Castellanos, M. & Martín, D. (2008), “Gaining residents’ support for tourism and planning”, *International Journal of Tourism Research*, 10(2), 95-109.
- Palmer, A., Koenig-Lewis, N. & Jones, L. (2013), “The effects of residents’ social identity and involvement on their advocacy of incoming tourism”, *Tourism Management*, 38(1), 142-151.
- Perdue, R. R., Long, P. T. & Kang, Y. S. (1995), “Resident support for gambling as a tourism development strategy”, *Journal of Travel Research*, 34(2), 3-11.
- Prentice, R. (1993), “Community-driven tourism planning and residents' preferences”, *Tourism Management*, 14(3), 218-227.
- Ramón, J. & Serra, A. (2013), “Tolerancia y desarrollo turístico: Sant Antoni en los años cincuenta”, *CULTUR-Revista de Cultura e Turismo*, 7(2), 132-156.
- Ramón, J. & Serra, A. (2014a), “Historia del turismo en Ibiza: Aplicación del Ciclo de Vida del destino Turístico en un destino maduro del Mediterráneo”, *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(4), 899-913.
- Ramón, J. & Serra, A. (2014b), “Inicios del turismo y actitudes de los residentes: El caso de Ibiza (España)”, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 23(1), 1-22.
- Reinartz, W., Haenlein, M. & Henseler, J. (2009), “An empirical comparison of the efficacy of covariance-based and variance-based SEM”, *International Journal of Research in Marketing*, 26, 332-344.
- Ribeiro, M. A., Valle, P. O. & Silva, J. A. (2013), “Residents' Attitudes towards Tourism Development in Cape Verde Islands”, *Tourism Geographies*, 15(4), 654-679.
- Ringle, C. M., Wende, S. & Will, S. (2005), *SmartPLS 2.0 (Beta)*, SmartPLS, Hamburg. Web site: <http://www.smartpls.com>.
- Ryan, C., Scotland, A. & Montgomery, D. (1998), “Resident attitudes to tourism development: a comparative study between the Rangitikei, New Zealand and Bakewell, United Kingdom”, *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(2), 115-130.
- Santesmases, M. (2009), *DYANE Versión 4: Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*, Ediciones Pirámide, Madrid.
- Sardá, R. & Fluvià, M. (1999), “Tourist development in the Costa Brava (Girona, Spain). a quantification of pressures on the coastal environment”, en Salomons, W., Turner, R. K., Lacerda, L. & Ramachandran, S. (edi.). *Perspectives on integrated coastal management*. Springer Press, Berlin, 257-277.
- Sharpley, R. (2014), “Host perceptions of tourism: A review of the research”, *Tourism Management*, 42, 37-49.
- Smith, M. & Krannich, R. (1998), “Tourism dependence and resident attitudes”, *Annals of Tourism Research*, 25(4), 783-802.
- Snaith, T. & Haley, A. (1999), “Residents’ opinions of tourism development in the historical city of York”, *Tourism Management*, 20(5), 595-603.
- Song, Z., Pratt, S. & Wang, Y. (2017), “Core self-evaluations and residents' support for tourism: Perceived tourism impacts as mediators”, *International Journal of Tourism Research*, 19(3), 278-288.

- Spears, D. L. & Boger, C. A. Jr. (2002), "Residents' perceptions and attitudes toward native american gaming (NAG) in Kansas: Proximity and number of trips to NAG activity", *UNLV Gaming Research & Review Journal*, 6(2), 13-27.
- Stynes, D. & Stewart, S. (1993), "Tourism development and recreation: some findings from a case study", *Journal of Parks and Recreation Administration*, 11(4), 30-44.
- Teye, V., Sirakaya, E. & Sönmez, S. F. (2002), "Resident's attitudes toward tourism development", *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- Um, S. & Crompton, J. (1987), "Measuring resident's attachment levels in a host community", *Journal of Travel Research*, 26(1), 27-29.
- Vargas, A., Porras, N. & Plaza, M. (2011), "Explaining residents attitudes to tourism: is a universal model possible?", *Annals of Tourism Research*, 38(2), 460-480.
- Wang, Y. & Pfister, R. (2008), "Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community", *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93.
- Werts, C. E., Linn, R. L. & Jöreskog, K. G. (1974), "Interclass reliability estimates: testing structural assumptions", *Educational and Psychological Measurement*, 34, 25-33.
- Williams, J. & Lawson, R. (2001), "Community issues and resident opinions of tourism", *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290.
- Woosnam, K. (2012), "Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development", *Journal of Travel Research*, 51(3), 315-327.
- Xu, S., Barbieri, C., Anderson, D., Leung, Y.-F. & Rozier-Rich, S. (2016), "Residents' perceptions of wine tourism development", *Tourism Management*, 55, 276-286.
- Zamani-Farahani, H. & Musa, G. (2012), "The relationship between Islamic religiosity and resident perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Iran: Case studies of Sare'in and Masooleh", *Tourism Management*, 32(4), 802-814.