

Research paper

Efecto de los impactos económicos, culturales y medioambientales en las actitudes de los residentes de Punta del Este

DANIEL ÁLVAREZ BASSI¹

JOSÉ RAMÓN CARDONA²

Submitted in August 12th

Accepted in October 9th

Evaluated by a double blind review system

Resumen estructurado

Objetivo: El objetivo es determinar el efecto causal que tienen los beneficios económicos, las mejoras en el entorno urbano, el cambio cultural y la preocupación por el medio ambiente sobre la percepción general del turismo y el apoyo a un aumento en el número de turistas, para el caso de Punta del Este (Uruguay).

Diseño/metodología/enfoque: Para el estudio se utilizó un cuestionario usado en estudios previos, realizando el trabajo de campo entre 2013 y 2014 en la conurbación Maldonado-Punta del Este (Uruguay). El análisis de los datos se realizó mediante ecuaciones estructurales, concretamente regresión de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS).

Resultados: El resultado más destacable es la importancia de las mejoras en el entorno urbano y los servicios públicos para la formación de actitudes positivas hacia el turismo y el apoyo a un incremento en las llegadas de turistas. Los beneficios y la preocupación medioambiental tienen un efecto eminentemente indirecto, y los cambios culturales no resultan significativos en el estudio.

Implicaciones prácticas: un enfoque social y global de la comunidad local resulta imprescindible para la gestión de este destino turístico.

Originalidad/valor: El interés del estudio radica en analizar las causas del apoyo al turismo y a un incremento de turistas en un destino muy importante en el ámbito nacional y regional, pero que hasta el momento no ha contado con estudios académicos en el campo de las actitudes de los residentes.

PALABRAS CLAVE: medioambiente, cambio cultural, Punta del Este, Maldonado, Actitudes, Residentes.

¹ Centro de Investigación en Marketing y Turismo, Universidad Católica del Uruguay. E-mail: dalvarez@ucu.edu.uy.

² Universitat de les Illes Balears. E-mail: jramon.cardona@terra.com.

1. Introducción

Los planificadores y emprendedores del sector turístico deben tener en cuenta los puntos de vista de la comunidad residente si quieren un sector sostenible (Ap y Crompton, 1998). Hay muchas razones por las que la reacción de los residentes es importante (Williams y Lawson, 2001) y la investigación de las causas de sus actitudes hacia el turismo es de gran ayuda para los gestores turísticos. Si se conoce el porqué del apoyo u oposición de los residentes, es posible adecuar el desarrollo de forma que se minimicen los impactos negativos y se maximice el apoyo al desarrollo turístico (Williams y Lawson, 2001). Cuando una comunidad se convierte en un destino turístico, la calidad de vida de los residentes resulta afectada por este desarrollo.

Contar con el apoyo de la población resulta fundamental ya que la amabilidad de los residentes es un elemento básico del producto turístico. 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).

En las últimas décadas se han realizado muchos estudios acerca de las actitudes de los residentes hacia el turismo (Almeida *et al.*, 2015; Sharpley, 2014). En una primera etapa, los investigadores centraron su trabajo en medir actitudes y en evaluar sus relaciones con los impactos percibidos (Faulkner y Tideswell, 1997; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Jurowski *et al.*, 1997; Lindberg y Johnson, 1997). 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 *et al.*, 2005; Ayres, 2000; Garau *et al.*, 2014; Gursoy y Rutherford, 2004; Gursoy *et al.*, 2002; Pizam, 1978).

Una vez definido el marco de beneficios y costes, la literatura inicia la búsqueda de variantes que renuevan o actualizan los impactos, beneficios y costes, y por tanto mejoran la medición de las actitudes de los residentes. En estas investigaciones se ahonda en los factores o condicionantes que varían la intensidad o sentido del impacto, positivo o negativo. Entre estos factores, los investigadores (Brida *et al.*, 2014; Bujosa y Rosselló, 2007; Frleta, 2014; Gursoy y Kendall, 2006; Kim y Petrick, 2005; Lee y Back, 2006; Lepp, 2007; Lindberg *et al.*, 1999; Lockyer, 2012; Mackay y Campbell, 2004; Mason y Cheyne, 2000; Vargas *et al.*, 2009; Vargas *et al.*, 2014; Williams y Lawson, 2001; Yoon *et al.*, 1999) descubren variabilidad en los impactos ante dos dimensiones de análisis, una interna, intrínseca, y otra externa, extrínseca, que recogen los factores o condicionantes de los impactos (Andereck *et al.*, 2005; Fredline y Faulkner, 2000; Jurowski y Gursoy, 2004).

El objetivo de este estudio es determinar el efecto causal que tienen los beneficios económicos, el cambio cultural y la preocupación por el medio ambiente sobre la percepción general del turismo y el apoyo a un aumento en el número de turistas, para el caso de Punta del Este (Uruguay). Punta del Este es el principal destino turístico de sol y playa de Uruguay y uno de los balnearios más importantes de Sudamérica. Punta del Este se encuentra situada en el sudeste del país y forma una conurbación de más de 100.000 habitantes con la vecina ciudad de Maldonado. Argentina es el principal país emisor de turistas hacia Punta del Este, seguida por Brasil, Paraguay y el propio Uruguay. Este trabajo se estructura en cuatro partes: una revisión de la literatura y definición de las hipótesis; la descripción de la metodología del estudio; la exposición de los resultados, el comentario de las conclusiones e implicaciones. El análisis de los datos se realizó mediante regresión de Mínimos Cuadrados Parciales, en concreto

mediante el software estadístico SmartPLS 2.0M3 (Ringle *et al.*, 2005). El interés del estudio radica en analizar las causas del apoyo al turismo y a un incremento de turistas en un destino muy importante en el ámbito nacional y regional, pero que hasta el momento no ha contado con estudios académicos en el campo de las actitudes de los residentes. El resultado más destacable es la importancia de las mejoras en el entorno urbano y los servicios públicos para la formación de actitudes positivas hacia el turismo y el apoyo a un incremento en las llegadas de turistas. Los beneficios y la preocupación medioambiental tienen un efecto eminentemente indirecto, y los cambios culturales no resultan significativos en el estudio.

2. Revisión de la literatura

Normalmente, los estudios sobre actitudes de los residentes dividen los impactos en tres categorías básicas de costes y beneficios: económicos, medioambientales y sociales (Aguiló *et al.*, 2004; McIntosh y Goeldner, 1990), aunque en algunos casos se añaden los personales, tanto físicos como psicológicos (Besculides *et al.*, 2002). Muchos estudios sugieren que generalmente el apoyo al turismo es una estrategia de desarrollo económico de la comunidad local (Brayley *et al.*, 1990; Gursoy *et al.*, 2002; Jurowski *et al.*, 1997; Lankford y Howard, 1994; Teye *et al.*, 2002) siendo este hecho lo que induce a pensar que la división más útil 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 *et al.*, 1995).

Tomando como referencia los trabajos de varios 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 *et al.*, 1998; Spears y Boger, 2002), el tiempo que hace que se reside en la zona (Haralambopoulos y Pizam, 1996), el tipo (Jurowski, 1994) y grado (Mason y Cheyne, 2000; Pizam, 1978) de desarrollo turístico, impacto cultural del turismo (Teye *et al.*, 2002), el estado de la economía local (Allen *et al.*, 1993; Lankford, 1994; Perdue *et al.*, 1990; Teye *et al.*, 2002), factores personales (Pizam, 1978; Perdue *et al.*, 1990; Teye *et al.*, 2002), la dependencia económica del turismo (Madrigal, 1993), distancia entre el lugar de residencia y la zona turística (Haralambopoulos y Pizam, 1996), geografía regional (Ritchie, 1988), 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 y Ginosar, 1994), Nueva Zelanda (Mason y Cheyne, 2000), Reino Unido (Ryan *et al.*, 1998) y Ghana (Teye *et al.*, 2002).

Una de las principales ventajas que aporta el turismo es el aumento de las posibilidades de empleo (Lawson *et al.*, 1998; Milman y Pizam, 1988; Sardá y Fluvià, 1999). En realidad este suele ser el elemento que más favorece las actitudes positivas, ya que es un impacto positivo muy directo y tangible que suele repercutir en sociedades con paro y empleos de baja calidad. El turismo no sólo posibilita la creación de puestos de trabajo por cuenta ajena, también posibilita la iniciativa de autoempleo. Muchas personas de la sociedad local ven la posibilidad de crear su propio negocio aprovechando la baja sofisticación del sector y pequeñas rentas que poseen de actividades económicas

distintas del turismo o de lo que han ahorrado en sus primeros años de trabajo en el sector. Muchos estudios incluyen factores económicos (Besculides *et al.*, 2002; Gursoy *et al.*, 2002; Jurowski *et al.*, 1997; Madrigal, 1993; Milman y Pizam, 1988; Teye *et al.*, 2002), principalmente el aumento de las oportunidades de empleo (Besculides *et al.*, 2002; Ritchie, 1988; Sardá y Fluvà, 1999; Teye *et al.*, 2002).

Diversos estudios afirman que las ganancias económicas (Besculides *et al.*, 2002; Gursoy *et al.*, 2002; Jurowski *et al.*, 1997; Madrigal, 1995; Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978; Teye *et al.*, 2002; Williams y Lawson, 2001) y las oportunidades de empleo (Besculides *et al.*, 2002; Gursoy *et al.*, 2002; Madrigal, 1995; Pizam, 1978; Ritchie, 1988; Teye *et al.*, 2002) que los residentes obtienen afectan de forma positiva el apoyo de la población local al desarrollo turístico (Lee y Back, 2006; Ovidio *et al.*, 2008). Los beneficios económicos derivados del turismo tienen un peso muy importante en las actitudes de los residentes (Ap, 1992; Lawson *et al.*, 1998; Pizam, 1978), y es el beneficio más importante y esperado por la población local a la hora de analizar un posible desarrollo turístico (Gursoy *et al.*, 2002).

Entre los impactos no directamente económicos se pueden encontrar tres elementos: mejoras en las infraestructuras (Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978; Sardá y Fluvà, 1999), aumento de la oferta comercial y de ocio, y masificación de las infraestructuras existentes (Pizam, 1978). 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 (Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978; Sardá y Fluvà, 1999). La posibilidad de utilizar los recursos e infraestructuras destinadas 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 de las actitudes de los residentes.

La existencia de beneficios económicos directos y beneficios indirectos y la importancia de las oportunidades de empleo y de emprendimiento llevan a proponer la hipótesis 1 y 2:

Hipótesis 1: La percepción de los beneficios generados por el turismo mejora la actitud general hacia el turismo y el apoyo hacia un incremento de los turistas.

Hipótesis 1.1: La percepción de los beneficios económicos (oportunidades de empleo, inversión y empresariales) generados por el turismo tiene un efecto positivo sobre la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 1.2: La percepción de otros beneficios (mejoras en los servicios públicos) generados por el turismo tiene un efecto positivo sobre la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 1.3: La percepción de los beneficios económicos (oportunidades de empleo, inversión y empresariales) generados por el turismo tiene un efecto positivo sobre el apoyo hacia un incremento de los turistas.

Hipótesis 1.4: La percepción de otros beneficios (mejoras en los servicios públicos) generados por el turismo tiene un efecto positivo sobre el apoyo hacia un incremento de los turistas.

Hipótesis 2: La percepción de los beneficios económicos (oportunidades de empleo, inversión y empresariales) generados por el turismo tiene un efecto positivo sobre la percepción de otros beneficios (mejoras en los servicios públicos) 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 (Jurowski *et al.*, 1997; Long *et al.*, 1990; Milman y Pizam, 1988; Ritchie, 1988). La valoración de los costes es junto a la valoración de los beneficios los elementos que permiten una valoración global del turismo. Uno de los costes más importantes es el cambio cultural y social que puede provocar la llegada de turistas a la región, incomodando a los residentes y siendo plausible proponer la hipótesis 3:

Hipótesis 3: La percepción de los cambios culturales generados por el turismo tiene un efecto negativo sobre la actitud general hacia el turismo y el apoyo hacia un incremento de los turistas.

Hipótesis 3.1: La percepción de los cambios culturales generados por el turismo tiene un efecto negativo sobre la actitud general hacia el turismo.

Hipótesis 3.2: La percepción de los cambios culturales generados por el turismo tiene un efecto negativo sobre el apoyo hacia un incremento de los turistas.

La importancia que den los residentes al medioambiente puede ser muy relevante en la determinación de las actitudes de los residentes. 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 *et al.*, 2004), dificultando las investigaciones al respecto. Los estudios sobre la percepción de los impactos del turismo sobre el medioambiente indican una relación positiva (Ritchie, 1988) o negativa (Pizam, 1978) sobre las actitudes. Una posible explicación de la disparidad de resultados estaría en la existencia de distintas actitudes acerca de la relación entre los seres humanos y el medioambiente (Gursoy *et al.*, 2002).

Gagnon-Thompson y Barton (1994) proponen distinguir entre dos motivaciones o valores detrás del apoyo hacia acciones medioambientales: el “ecocentrismo” considera que el medioambiente tiene valor en si mismo, y el “antropocentrismo” considera que el medioambiente tiene valor en tanto que posee efectos positivos en las vidas humanas. Distintos investigadores sugieren que los individuos con inclinaciones ecocéntricas preferirán que se prime la protección del medioambiente sobre la mejora de la economía, mientras que los individuos antropocéntricos preferirán que se dé preferencia a las necesidades y los deseos humanos, aunque ello implique alteraciones del medioambiente (Jurowski *et al.*, 1993, 1995; Uysal *et al.*, 1994). Las actitudes ecocéntricas tienen un impacto directo en el grado de apoyo hacia el turismo (Gursoy *et al.*, 2002; Jurowski *et al.*, 1997). En el estudio de Gursoy *et al.* (2002) los residentes con un mayor nivel de ecocentrismo perciben los costes de forma más acentuada y los beneficios de forma menos importante que el resto de residentes. En los últimos años parece que se produce un aumento en la concienciación y sensibilización hacia los impactos medioambientales obligando a tener en cuenta los impactos ecológicos en los planes de desarrollo turístico (Hammit *et al.*, 1996), ya que el aumento de concienciación ha desplazado a la población hacia posturas más ecocéntricas. Todo ello nos lleva a proponer la hipótesis 4:

Hipótesis 4: El “ecocentrismo” empeora las actitudes de los residentes hacia el turismo.

Hipótesis 4.1: El “ecocentrismo” tiene un efecto negativo sobre la percepción de los beneficios económicos generados por el turismo.

Hipótesis 4.2: El “ecocentrismo” tiene un efecto negativo sobre la percepción de los otros beneficios generados por el turismo.

Hipótesis 4.3: El “ecocentrismo” tiene un efecto positivo sobre la percepción de los cambios culturales generados por el turismo.

Hipótesis 4.4: El “ecocentrismo” tiene un efecto negativo sobre la actitud general hacia el turismo.

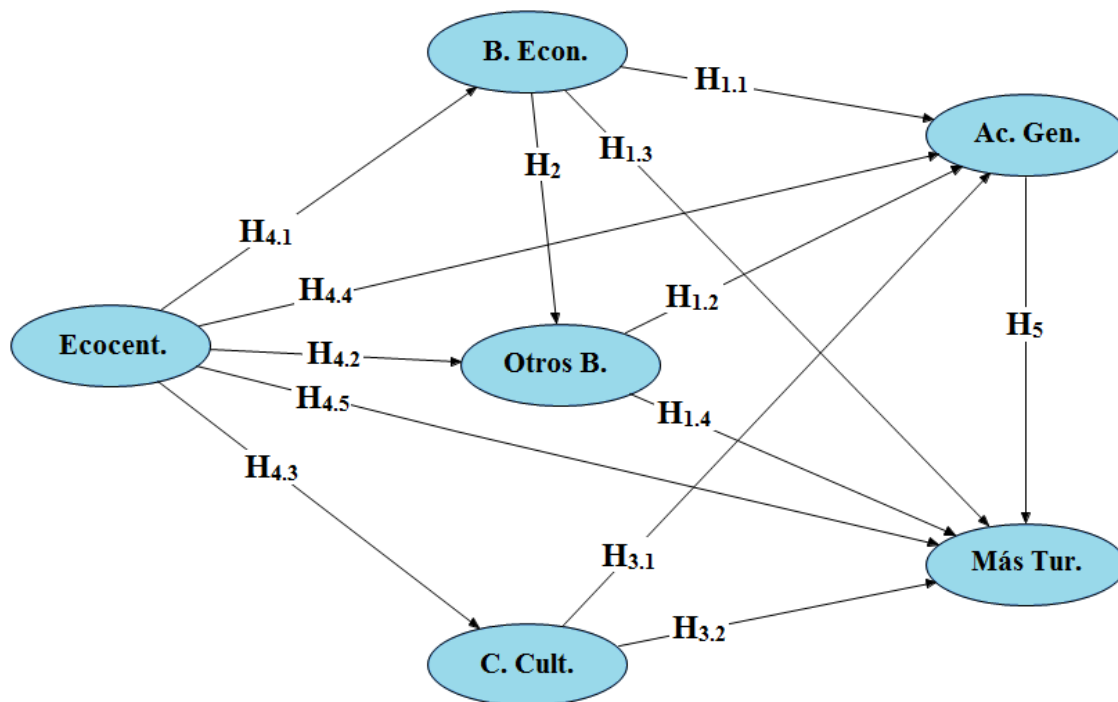
Hipótesis 4.5: El “ecocentrismo” tiene un efecto negativo sobre el apoyo hacia un incremento de los turistas.

Finalmente, parece lógico plantear que una actitud más favorable hacia el turismo puede implicar una postura más favorable hacia un posible aumento del número de turistas, planteando la hipótesis 5:

Hipótesis 5: La actitud general hacia el turismo tiene un efecto positivo sobre el apoyo hacia un incremento de los turistas.

El modelo estructural propuesto para este estudio aparece expuesto en la Figura 1, mostrando las diversas hipótesis propuestas.

Figura 1- Modelo estructural propuesto



Fuente: elaboración propia.

3. Metodología

Los datos utilizados corresponden a una encuesta realizada entre junio de 2013 y diciembre de 2014 mediante un procedimiento de muestreo por conveniencia controlando parámetros demográficos como la ocupación, edad, etc. El trabajo de campo se realizó en la conurbación Maldonado-Punta del Este. El cuestionario usado es

el mismo que en Ramón (2012), el cual era una adaptación de Gursoy y Rutherford (2004) y Gursoy *et al.* (2002). Este cuestionario contenía ítems con escalas Likert de cinco puntos como opción de respuesta, siendo 1 “totalmente en desacuerdo”, 3 “indiferente” y 5 “totalmente de acuerdo”, y un conjunto de preguntas sociodemográficas. Se obtuvieron 360 cuestionarios válidos con el perfil demográfico indicado en la Tabla 1, lo que supone un error de muestreo del 5,25% en un intervalo de confianza del 95,5% si se toma como hipótesis que $p=q=0,5$.

Tabla 1- Perfil demográfico de la muestra

VARIABLES DEMOGRÁFICAS	Frecuencia	Porcentaje
Sexo:		
Hombre.	171	47,50%
Mujer.	189	52,50%
Edad:		
Menos de 25.	73	20,28%
25-34.	79	21,94%
35-44.	63	17,50%
45-54.	62	17,22%
55 o más.	83	23,06%
Estudios:		
Estudios Primarios.	18	5,04%
Estudios Secundarios.	159	44,54%
Estudios Universitarios.	180	50,42%
Lugar de nacimiento:		
Punta del Este.	34	9,50%
Maldonado.	102	28,49%
Fuera de Punta del Este y Maldonado.	222	62,01%
Ocupación:		
Asalariado (Empleado).	118	33,33%
Asalariado (Mandos Intermedios).	30	8,47%
Asalariado (Alto Ejecutivo).	26	7,34%
Trabaja para la Administración.	16	4,52%
Empresario (Propietario Empresa).	48	13,56%
Profesional Liberal.	19	5,37%
Labores de la Casa.	20	5,65%
Estudiante.	42	11,86%
Retirado / Jubilado.	34	9,60%
Otros.	1	0,28%
Renta mensual familiar:		
Menos de \$ 30.000	70	20,29%
De \$ 30001 a 50.000	113	32,75%
De \$ 50.000 a 100.000	104	30,14%
Más de \$ 100.000	58	16,81%

Fuente: elaboración propia.

El 30,43% de la muestra está formada por residentes de Punta del Este y el 69,57% por residentes de Maldonado. El 44,97% de la muestra lleva toda la vida residiendo en la

región, siendo mayoritaria la gente llegada de fuera de la región: el 53,35% de la muestra lleva viviendo en Punta del Este o Maldonado desde hace 14,5 años de media y el 1,68% llevan 5,7 temporadas de media desplazándose a trabajar a Punta del Este durante la temporada turística. Aunque la mayoría de la muestra es originaria de fuera de la región, el 59,72% de los residentes se sienten de Punta del Este y Maldonado y sólo el 31,11% no. Cabe indicar que el 98,33% de la muestra tiene como idioma en el entorno familiar el castellano, indicando que hay gran homogeneidad cultural en la comunidad local. La importancia del sector turístico para la región se percibe en el hecho de que el 60,45% de la muestra trabaja en contacto con los turistas y, en caso de crisis en el sector, el 26,89% considera que sus ingresos familiares bajarían mucho y el 37,82% considera que bajarían, pero de forma más moderada.

4. Resultados

A los datos correspondientes a los ítems que se utilizan en el análisis de ecuaciones estructurales se les realizó un primer análisis descriptivo univariante (Tabla 2) mediante el software estadístico DYANE 4.0 (Santesmases, 2009). Este tipo de análisis dispone de bastantes precedentes en la literatura (Besculides *et al.*, 2002; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Hernández *et al.*, 1996; Lawson *et al.*, 1998; Mason y Cheyne, 2000; Sirakaya, 1997; Teye *et al.*, 2002). El análisis descriptivo muestra que existe un elevado grado de acuerdo con los beneficios económicos atribuidos al turismo, obteniendo en todos los casos valores medios superiores a 4. En relación a los otros beneficios (mejora de los servicios públicos y entorno urbano) el grado de acuerdo con las afirmaciones es menor que en el caso de los beneficios económicos, no llegando a valores medios de 4 o superiores. En cuanto al grado de preocupación por el medio ambiente y el cambio cultural, los valores medios son cercanos a 3, es decir ni acuerdo ni desacuerdo. La actitud general es positiva y existe un elevado grado de acuerdo con que siga produciéndose un aumento en la llegada de turistas a Punta del Este.

Tras una primera aproximación descriptiva, se procede a la comprobación de las hipótesis mediante Sistemas de Ecuaciones Estructurales (Gómez *et al.*, 1999; Gursoy *et al.*, 2002; Lindberg y Johnson, 1997). Concretamente, el método estadístico utilizado para el análisis es la regresión de Mínimos Cuadrados Parciales (*Partial Least Squares - PLS*) que permite trabajar con muestras muy pequeñas (Chin *et al.*, 2003; Reinartz *et al.*, 2009) y es bastante robusto (Cassel *et al.*, 1999). El software usado en este caso es el SmartPLS 2.0M3 (Ringle *et al.*, 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 R^2 más alto para las variables latentes (Henseler *et al.*, 2009).

Antes de realizar el análisis del modelo estructural propuesto (Figura 1) 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.

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 *et al.*, 1974). Se considera como criterio de fiabilidad que los valores de ambos indicadores sean superiores a 0,7 aunque

en estudios iniciales es aceptable si es superior a 0,6 (Nunnally, 1987; Santesmases, 2009). Al analizar los valores del Alfa de Cronbach para los constructos utilizados vemos valores buenos a excepción del constructo “Cambios Culturales” donde es baja aunque asumible para estudios exploratorios. La fiabilidad compuesta posee valores muy buenos en todos los caso (Tabla 3). Por tanto, podemos considerar que existe fiabilidad de los constructos utilizados.

Tabla 2 - Media y desviación de los ítems utilizados

VARIABLES	Media aritmética	Desviación estándar
Beneficios Económicos (B. Econ.):		
El turismo incrementa las oportunidades de negocio para los residentes y para la pequeña empresa.	4,289	0,738
Gracias al turismo las oportunidades de trabajo son más elevadas.	4,511	0,662
El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir en la región.	4,442	0,643
Otros Beneficios (Otros B.):		
Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).	3,544	1,173
La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.	3,269	1,191
El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.	3,750	1,010
Cambios Culturales (C. Cult.):		
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	2,531	1,108
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.	3,289	1,057
Ecocentrismo (Ecocent.):		
El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la región.	3,050	1,170
El turismo ha provocado la saturación de ciertos espacios naturales.	3,458	1,107
Actitud General hacia el Turismo (Ac. Gen.):		
Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.	3,819	0,878
Creo que el turismo genera beneficios para todos.	4,208	0,815
Los efectos positivos superan a los negativos.	3,883	0,808
Apoyo a un Incremento de los Turistas (Más Tur.):		
El número de turistas debería seguir aumentando.	3,869	0,979
A partir de ahora, incrementar el número de turistas contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.	3,647	0,975
Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario aumentar el número de turistas.	3,272	1,112

Fuente: elaboración propia.

La validez convergente (Anderson y 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 y 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 3), superior al mínimo de 0,5 exigido por la literatura, pudiendo afirmarse que existe un elevado nivel de validez convergente.

Tabla 3- Fiabilidad y validez convergente del primer análisis

	AVE	Fiabilidad Compuesta	R ²	Alfa de Cronbach
B. Econ.	0,623	0,832	0,004	0,710
Otros B.	0,618	0,829	0,136	0,690
C. Cult.	0,665	0,795	0,102	0,532
Ecocent.	0,799	0,888	0,000	0,751
Ac. Gen.	0,606	0,821	0,222	0,675
Más Tur.	0,644	0,844	0,287	0,724

Fuente: elaboración propia.

La validez discriminante (Anderson y 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. Es decir, los indicadores deben estar más correlacionados con su propio constructo que con los otros, y la raíz cuadrada del AVE del constructo debe ser mayor que la correlación entre ese constructo y todos los demás (Chin, 1998). Al analizar las cargas cruzada y comparar las correlaciones con la raíz cuadrada de AVE se observó que se cumple la validez discriminante en los constructos utilizados.

Una vez realizadas las comprobaciones necesarias (fiabilidad, validez convergente y validez discriminante) el modelo de medida queda constituido por los ítems expuestos en la Tabla 4. A continuación se procede a evaluar las relaciones existentes entre los constructos, es decir el modelo estructural. Para contrastar si los coeficientes de regresión son significativos, PLS se basa en un procedimiento *bootstrap* no paramétrico (Davison y Hinkley, 1997). El *bootstrapping* aplicado es un proceso de remuestreo en el que se generan aleatoriamente 5.000 submuestras de 100 individuos a partir de la muestra original mediante sustitución con reemplazo. Las estimaciones de los parámetros generadas a partir de las submuestras se utilizan para determinar los errores estándar de las estimaciones (Hair *et al.*, 2014). Para determinar los valores críticos de la t de Student se ha utilizado una distribución t de Student de una cola con 4.999 grados de libertad, al haber definido el signo de la relación causal a contrastar.

El Test Q² de Stone-Geisser (Geisser, 1974; Stone, 1974) se usa como criterio para medir la relevancia predictiva de los constructos dependientes y sigue un procedimiento de *blindfolding*. Usando el *construct cross-validated redundancy Q²*, todos los constructos utilizados poseen relevancia predictiva (Hair *et al.*, 2014).

Tabla 4- Cargas de los ítems finalmente utilizados

Variables	Carga Factorial	Alfa de Cronbach
Beneficios Económicos (B. Econ.):		0,710
El turismo incrementa las oportunidades de negocio para los residentes y para la pequeña empresa.	0,834	
Gracias al turismo las oportunidades de trabajo son más elevadas.	0,770	
El turismo estimula que haya más empresas interesadas en invertir en la región.	0,763	
Otros Beneficios (Otros B.):		0,690
Gracias al turismo podemos tener más y mejores servicios públicos (transporte público, zonas verdes y de ocio, etc.).	0,825	
La calidad de los servicios públicos es mejor gracias al turismo.	0,789	
El turismo ha contribuido a que nuestros pueblos y ciudades estén más cuidados, más limpios y tengan mejor aspecto.	0,741	
Cambios Culturales (C. Cult.):		0,532
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	0,926	
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.	0,687	
Ecocentrismo (Ecocent.):		0,751
El turismo ha contribuido a la degradación medioambiental de la región.	0,918	
El turismo ha provocado la saturación de ciertos espacios naturales.	0,869	
Actitud General hacia el Turismo (Ac. Gen.):		0,675
Gracias al turismo tenemos una calidad de vida más elevada.	0,820	
Creo que el turismo genera beneficios para todos.	0,772	
Los efectos positivos superan a los negativos.	0,741	
Apoyo a un Incremento de los Turistas (Más Tur.):		0,724
El número de turistas debería seguir aumentando.	0,812	
A partir de ahora, incrementar el número de turistas contribuirá a mejorar la calidad de vida de los residentes.	0,800	
Para mejorar el nivel de bienestar de los residentes es necesario aumentar el número de turistas.	0,795	

Fuente: elaboración propia.

Los resultados del análisis de significación de las diferentes relaciones causales se detallan en la Tabla 5. De trece relaciones causales propuestas, seis resultan no significativas ($H_{1,3}$, $H_{3,1}$, $H_{3,2}$, $H_{4,1}$, $H_{4,2}$ y $H_{4,4}$). Los beneficios poseen efectos significativos en todos los casos salvo sobre el apoyo a la llegada de más turistas ($H_{1,3}$). La homogeneidad cultural de la comunidad local, el 98,3% de la muestra tiene el castellano como idioma familiar, y las pocas diferencias culturales entre los residentes y el principal mercado emisor de Punta del Este, Argentina, hacen que no haya una percepción clara de un cambio cultural en Maldonado-Punta del Este y esta percepción no causa un empeoramiento en la actitud de los residentes hacia el turismo ($H_{3,1}$) o hacia un incremento en las llegadas de turistas ($H_{3,2}$). La preocupación por el medioambiente, o la presencia de valores ecocéntricos, no posee efectos significativos sobre la percepción de los beneficios, tanto económicos ($H_{4,1}$) como generales ($H_{4,2}$), ni sobre la actitud general hacia el sector ($H_{4,4}$).

Tabla 5 - Coeficientes de regresión y desviaciones del primer modelo

Relación causal analizada	Valor estimado	Error estándar	t de Student	P value
B. Econ. → Ac. Gen. ($H_{1,1}$)	0,186 [‡]	0,115	1,607	0,054
Otros B. → Ac. Gen. ($H_{1,2}$)	0,361***	0,104	3,459	0,000
B. Econ. → Más Tur. ($H_{1,3}$)	0,059 ^{ns}	0,109	0,540	0,295
Otros B. → Más Tur. ($H_{1,4}$)	0,158 [‡]	0,103	1,526	0,064
B. Econ. → Otros B. (H_2)	0,343***	0,096	3,590	0,000
C. Cult. → Ac. Gen. ($H_{3,1}$)	-0,059 ^{ns}	0,113	0,526	0,299
C. Cult. → Más Tur. ($H_{3,2}$)	0,010 ^{ns}	0,097	0,104	0,459
Ecocent. → B. Econ. ($H_{4,1}$)	-0,060 ^{ns}	0,104	0,578	0,282
Ecocent. → Otros B. ($H_{4,2}$)	-0,116 ^{ns}	0,099	1,170	0,121
Ecocent. → C. Cult. ($H_{4,3}$)	0,319***	0,104	3,079	0,001
Ecocent. → Ac. Gen. ($H_{4,4}$)	-0,044 ^{ns}	0,109	0,401	0,344
Ecocent. → Más Tur. ($H_{4,5}$)	-0,158*	0,095	1,663	0,048
Ac. Gen. → Más Tur. (H_5)	0,376***	0,104	3,599	0,000

Notes: ‡ Signif. al 0'1; * Signif. al 0'05; *** Signif. al 0'001; ^{ns} No signif. Fuente: elaboración propia.

Dado que bastantes relaciones causales no eran significativas, el modelo propuesto fue depurado eliminando progresivamente los efectos directos no significativos hasta llegar al modelo definitivo. Los análisis de fiabilidad y validez del modelo de medida aparecen en la Tabla 6, poseyendo valores casi idénticos al modelo inicial. Los resultados del análisis de significación del modelo causal finalmente conservado se detallan en la Tabla 7. En la Figura 2 aparece representado el modelo causal modificado con los coeficientes de regresión y valores de R².

Tabla 6 - Fiabilidad y validez convergente del segundo análisis

	AVE	Fiabilidad Compuesta	R ²	Alfa de Cronbach
B. Econ.	0,624	0,833	0,000	0,710
Otros B.	0,618	0,829	0,123	0,690
C. Cult.	0,672	0,802	0,100	0,532
Ecocent.	0,800	0,889	0,000	0,751
Ac. Gen.	0,605	0,821	0,215	0,675
Más Tur.	0,644	0,844	0,285	0,724

Fuente: elaboración propia.

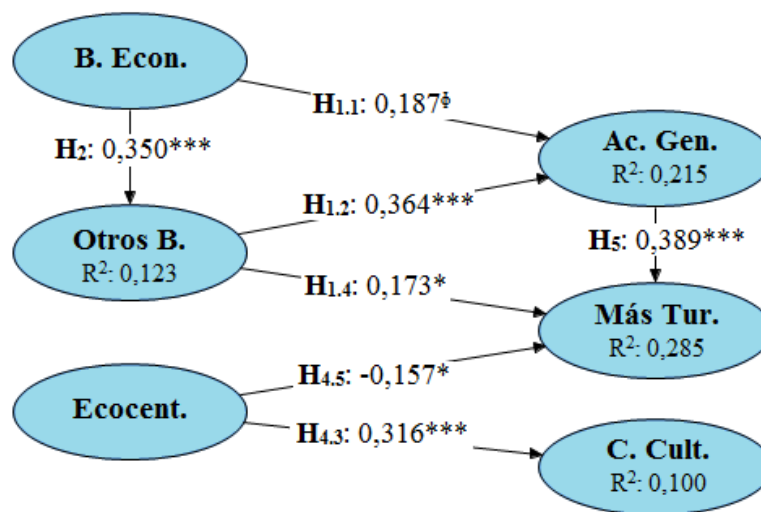
Tabla 7- Coeficientes de regresión y desviaciones del segundo modelo.

Relación causal analizada	Valor estimado	Error estándar	t de Student	P value
B. Econ. → Ac. Gen. ($H_{1,1}$)	0,187 [‡]	0,121	1,546	0,061
Otros B. → Ac. Gen. ($H_{1,2}$)	0,364***	0,102	3,565	0,000
Otros B. → Más Tur. ($H_{1,4}$)	0,173*	0,098	1,773	0,038
B. Econ. → Otros B. (H_2)	0,350***	0,094	3,731	0,000
Ecocent. → C. Cult. ($H_{4,3}$)	0,316***	0,088	3,604	0,000
Ecocent. → Más Tur. ($H_{4,5}$)	-0,157*	0,087	1,800	0,036
Ac. Gen. → Más Tur. (H_5)	0,389***	0,097	4,015	0,000

‡ Signif. al 0'1; * Signif. al 0'05; *** Signif. al 0'001

En base a los resultados de la Tabla 7, vemos que la percepción de los beneficios económicos posee un efecto positivo sobre la actitud general hacia el turismo ($H_{1.1}$) en consonancia con estudios previos (Ap, 1992; Lawson, Williams *et al.*, 1998; Pizam, 1978), pero es poco significativa. Cabe resaltar que las mejoras en los servicios públicos y el entorno urbano (otros beneficios) tienen un importante efecto en la actitud general ($H_{1.2}$) y significativa aunque menor sobre el apoyo a la llegada de más turistas ($H_{1.4}$). Aunque el efecto directo de los beneficios económicos sobre la actitud general es poco significativo ($H_{1.1}$) y no significativo sobre el apoyo a más turistas, poseen un efecto positivo y significativo en la percepción de otros beneficios (servicios públicos y entorno urbano) (H_2) e, indirectamente, en la actitud general y el apoyo a un incremento en las llegadas de turistas.

Figura 2- Modelo estructural depurado.



Fuente: elaboración propia.

La preocupación mediambiental, o la existencia de valores ecocéntricos, sólo posee un efecto positivo y significativo sobre el cambio cultural ($H_{4.3}$), mostrando una fuerte relación entre el entorno natural y cultural para los residentes de Punta del Este, y también existe un efecto negativo y significativo sobre la llegada de más turistas ($H_{4.5}$), interpretando que si hay riesgo para el medioambiente el sector no debe seguir creciendo.

Finalmente, indicar que existe una fuerte relación causal positiva entre la actitud general positiva hacia el turismo y el apoyo a un aumento en las llegadas de turistas a Punta del Este (H_5). Podría considerarse que ambos elementos son variables dependientes equivalentes, pero puede existir una actitud positiva hacia el turismo y no existir apoyos a nuevos incrementos de turistas, por ejemplo en destinos maduros, masificados y muy dependientes del turismo. Parece más razonable considerar que el apoyo a incrementos de las llegadas de turistas es un efecto de actitudes positivas de los residentes hacia el sector pero es un efecto que varía dependiendo de las características del destino turístico.

5. Conclusiones

Los destinos turísticos de sol y playa suelen ser regiones que no contaban con un desarrollo económico satisfactorio antes del inicio de la actividad turística y la búsqueda de una mejora económica es el principal elemento que empuja a los residentes a apoyar el nuevo sector. Esta mejora económica se concreta en la generación de puestos de trabajo para los residentes y en las oportunidades empresariales que surgen con el desarrollo turístico. En cierto modo es una visión “egoísta” en donde los residentes buscan una mejora de sus ingresos personales. Este hecho lleva a que la dependencia económica regional del sector turístico implica una elevada valoración de los beneficios económicos más directos (empleo y oportunidades de emprendimiento) y estos beneficios económicos directos son el factor explicativo más importante de las actitudes de los residentes.

En el estudio de Punta del Este, existe una relación significativa entre los beneficios económicos y la actitud general de los residentes hacia el turismo. Pero se ve eclipsado este efecto por el de los beneficios indirectos (mejora en el entorno urbano y los servicios públicos) sobre la actitud general y el apoyo a la llegada de nuevos turistas. Estos datos parecen indicar que predomina una visión social y de conjunto entre los residentes de este destino, siendo la valoración general del entorno urbano y social el principal elemento explicativo de sus actitudes y objetivos de futuro. Las oportunidades de empleo y empresariales son vistas más como un componente muy importante del bienestar social, que como el principal objetivo del desarrollo turístico.

Cabe indicar que entre los residentes recién llegados, muchas veces para aprovechar las oportunidades económicas del turismo, es de esperar una visión más egoísta y despreocupada por el entorno social, cultural y natural. Aunque el 55% de los residentes llegaron de fuera de la región, en Punta del Este hay un elevado grado de integración y predomina una visión de conjunto más que individual.

En Punta del Este, la preocupación por el medioambiente es baja y sólo posee efectos significativos sobre los beneficios indirectos y los cambios culturales. La protección del entorno natural y las oportunidades laborales son vistas como un componente del bienestar social, siendo factores que afectan la valoración que realizan del entorno urbano y los servicios públicos.

No hay una postura clara que considere que existe cambio cultural en la región debido al turismo, y este posible cambio no afecta a las actitudes de los residentes. La principal explicación para estos resultados es que el principal mercado emisor de turistas es Argentina. Argentina y Uruguay poseen diferencias culturales mínimas y los turistas argentinos son asimilables a turistas nacionales en estos aspectos. En menor medida llegan turistas de Brasil y algunos de Paraguay. Con Brasil ya existe una diferencia en el idioma pero cabe indicar que el español y el portugués tienen elevados grados de afinidad. Otras nacionalidades son muy residuales. Ello conlleva que los residentes que viven en la región de toda la vida, los residentes recién llegados y los turistas formen una comunidad cultural muy homogénea. Esta es una situación muy distinta de lo que sucede en Europa, donde distintos países o, incluso, distintas regiones poseen diferencias culturales muy marcadas. Podemos deducir que en Sudamérica tendrán una ventaja respecto a Europa o Asia en el desarrollo turístico ya que los impactos culturales son casi eliminados y los impactos sociales reducidos, siendo ambos importantes frenos para el apoyo local hacia el sector turístico.

En futuras líneas de investigación deberían compararse ambas situaciones (Europa y Sudamérica) para contrastar si en el continente americano existe una ausencia o reducción de los impactos culturales negativos. De ser así, en Europa las actitudes se formarían en base a los beneficios económicos (directos e indirectos) menos los costes medioambientales y socioculturales, mientras que en Sudamérica las actitudes se formarían en base a los beneficios económicos (directos e indirectos) menos los costes medioambientales. También deberían replicarse estudios en otras partes de Sudamérica.

Referencias Bibliográficas

Aguiló, E., Barros, V., García, M. A. y Rosselló, J. (2004), “*Las actitudes de los residentes en Baleares frente al turismo*”, Universitat de les Illes Balears, Palma de Mallorca.

Allen, L. R., Hafer, H. R., Long, P. T. y Perdue, R. R. (1993), “Rural residents' attitudes toward recreation and tourism development”, *Journal of Travel Research*, Vol. 32 No. 4, pp. 27-33.

Almeida, F., Balbuena, A. y Cortés, R. (2015), “Resident's attitudes towards the impacts of tourism”, *Tourism Management Perspectives*, Vol. 13, pp. 33-40.

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knoff, R. C. y Vogt, C. A. (2005), “Residents' perceptions of community tourism impacts”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 32 No. 4, pp. 1056-1076.

Anderson, J. C. y Gerbing, D. W. (1988), “Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach”, *Psychological Bulletin*, Vol. 103, pp. 411-423.

Ap, J. (1992), “Residents' perceptions on tourism impacts”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 19 No. 4, pp. 665-690.

Ap, J. y Crompton, J. L. (1998), “Developing and testing a tourism impact scale”, *Journal of Travel Research*, Vol. 37 No. 2, pp. 120-130.

Ayres, R. (2000), “Tourism as a passport to development in small states: Reflections on Cyprus”, *International Journal of Social Economics*, Vol. 27 No. 2, pp. 114-133.

Bagozzi, R. P. y Yi, Y. (1988), “On the evaluation of structural equation models”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 16 No. 2, pp. 74-94.

Besculides, A., Lee, M. y McCormick, P. (2002), “Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29 No. 2, pp. 303-319.

Brayley, R., Var, T. y Sheldon, P. (1990), “Perceived influence of tourism on social issues”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 17 No. 2, pp. 285-289.

Brida, J. G., Chiappa, G. D., Meleddu, M. y Pulina, M. (2014), “A comparison of residents' perceptions in two cruise ports in the mediterranean sea”, *International Journal of Tourism Research*, Vol. 16 No. 2, pp. 180-190.

Bujosa, A. y Rosselló, J. (2007), “Modelling environmental attitudes toward tourism”, *Tourism Management*, Vol. 28 No. 3, pp. 688-695.

Cassel, C. M., Hackl, P. y Westlund, A. H. (1999), “On measurement of intangible assets: a Study of robustness of Partial Least Squares”, *Total Quality Management*, Vol. 11 No. 7, pp. 897-907.

Chin, W. W. (1998), “Issues and opinions on structural equation modeling”, *MIS Quarterly*, Vol. 22 No. 1, pp. 7-16.

Chin, W., Marcolin, B.L. y 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*, Vol. 14 No. 2, pp. 189-217.

Cronbach, L. J. (1970), “*Essentials of Psychological Testing*” (3rd ed.), Harper & Row, New York.

Davison, A. C. y Hinkley, D. V. (1997), “*Bootstrap Methods and Their Application*”, Cambridge University Press, Cambridge (UK).

Faulkner, B. y Tideswell, C. A. (1997), “Framework for monitoring community impacts of tourism”, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 5 No. 1, pp. 3-28.

Fredline, E. y Faulkner, B. (2000), “Host community reactions: A cluster analysis” *Annals of Tourism Research*, Vol. 27 No. 3, pp. 763-784.

Fridgen, J. D. (1991), “*Dimensions of Tourism, The Educational Institute of the American Hotel and Motel Association*”, East Lansing MI.

Frleta, D. S. (2014) “Island destinations' tourism offer-tourists' vs. residents' attitudes”, *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 20 No. 1, pp. 1-14.

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

Garau, J. B., Díaz, R. J. y Gutiérrez, D. (2014), “Residents' perceptions of tourism impacts on island destinations: A comparative analysis”, *International Journal of Tourism Research*, Vol. 16 No. 6, pp. 578-585.

Geisser, S. (1974), “A Predictive Approach to the Random Effects Model”, *Biometrika*, Vol. 61 No. 1, pp. 101-107.

Gómez, L., San Martín, J. y Bertiche, C. (1999), “A model of tourism experience and attitude change”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 26 No. 4, pp. 1024-1027.

Gursoy, D. y Kendall, K. W. (2006), “Hosting mega events: modeling locals' support”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 33 No. 3, pp. 603-623.

Gursoy, D. y Rutherford, D. (2004), “Host attitudes toward tourism: An Improved Structural Model”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 31 No. 3, pp. 495-516.

- Gursoy, D., Jurowski, C. y Uysal, M. (2002), "Resident attitudes: a structural Modeling Approach", *Annals of Tourism Research*, Vol. 29 No. 1, pp. 79-105.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M. y Sarstedt, M. (2014), "*A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*", Sage, Thousand Oaks.
- Hammit, W. E., Bixler, R. D. y Noe, F. P. (1996), "Going beyond importance-performance analysis to analyze the observance: influence of park impacts", *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol. 14 No. 1, pp. 45-62.
- Haralambopoulos, N. y Pizam, A. (1996), "Perceived impacts of tourism: the case of Samos", *Annals of Tourism Research*, Vol. 23 No. 3, pp. 503-526.
- Henseler, J., Ringle, C. M. y Sinkovics, R. R. (2009), "The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing", en Sinkovics, R. R. y Ghauri, P. N. (eds.). *Advances in International Marketing*, Emerald, Bingley., pp. 277-320.
- Hernández, S. A., Cohen, J. y García, H. L. (1996), "Residents' attitudes towards an instant resort enclave", *Annals of Tourism Research*, Vol. 23 No. 4, pp. 755-779.
- 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. y Gursoy, D. (2004), "Distance effects on residents' attitudes toward tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 31 No. 2, pp. 296-312.
- Jurowski, C., Uysal, M. y Williams, R. D. (1997), "A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism", *Journal of Travel Research*, Vol. 36 No. 2, pp. 3-11.
- Jurowski, C., Uysal, M., Williams, R. D. y Noe, F. P. (1993), "Environmental attitudes", en *Annual conference proceedings of the Travel and Tourism Research Association*, Travel and Tourism Research Association, Wheat Ridge, pp. 242-251.
- Jurowski, C., Uysal, M., Williams, R. D. y Noe, F. P. (1995), "An examination of preferences and evaluations of visitors based on environmental attitudes: Biscayne Bay National Park", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 3 No. 2, pp. 73-86.
- Kim, S. S. y Petrick, J. F. (2005), "Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city", *Tourism Management*, Vol. 26 No. 1, pp. 25-38.
- Lankford, S. V. (1994), "Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development", *Journal of Travel Research*, Vol. 32 No. 3, pp. 35-43.
- Lankford, S. V. y Howard, D. R. (1994), "Developing a tourism impacts attitude scale", *Annals of Tourism Research*, Vol. 21 No. 1, pp. 121-139.
- Lawson, R. W., Williams, J., Young, T. y Cossens, J. (1998), "A comparison of residents attitudes towards tourism in 10 New Zealand destinations", *Tourism Management*, Vol. 19 No. 3, pp. 247-256.

- Lee, C. K. y Back, K. J. (2006), "Examining structural relationships among perceived impact, benefit, and support for casino development based on 4 year longitudinal data", *Tourism Management*, Vol. 27 No. 3, pp. 466-480.
- Lepp, A. (2007), "Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda", *Tourism Management*, Vol. 28 No. 3, pp. 876-885.
- Lindberg, K. y Johnson, R. L. (1997), "Modeling residents attitudes toward tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 24 No. 2, pp. 402-424.
- Lindberg, K., Dellaert, B. G. C. y Rassing, C. R. (1999), "Resident tradeoffs. A choice modeling approach", *Annals of Tourism Research*, Vol. 26 No. 3, pp. 554-569.
- Lockyer, T. (2012), "Perceptions of the Hamilton New Zealand casino upon local residents", *Tourism Review*, Vol. 67 No. 4, pp. 12-25.
- Long, P. T., Perdue, R.R. y Allen, L. (1990), "Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism", *Journal of Travel Research*, Vol. 28 No. 3, pp. 3-9.
- Mackay, K. J. y Campbell, J. M. (2004), "An examination of residents' support for hunting as a tourism product", *Tourism Management*, Vol. 25 No. 4, pp. 443-452.
- Madrigal, R. (1993), "A tale of tourism in two cities", *Annals of Tourism Research*, Vol. 20 No. 2, pp. 336-353.
- Madrigal, R. (1995), "Residents' perceptions and the role of government", *Annals of Tourism Research*, Vol. 22 No. 1, pp. 86-102.
- Mansfeld, Y. y Ginosar, O. (1994), "Determinants of locals' perceptions and attitudes towards tourism development in their locality", *Geoforum*, Vol. 25 No. 2, pp. 227-248.
- Martin, B. S., McGuire, F. y Allen, L. (1998), "Retirees' attitudes toward tourism: implications for sustainable development", *Tourism Analysis*, Vol. 3, pp. 43-51.
- Mason, P. y Cheyne, J. (2000), "Resident's attitudes to proposed tourism development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 27 No. 2, pp. 391-411.
- McIntosh, R. W. y Goeldner, C. R. (1990), "*Tourism Principles, Practices*", *Philosophies*, Wiley, New York.
- Milman, A. y Pizam, A. (1988), "Social impact of tourism on Central Florida", *Annals of Tourism Research*, Vol. 15 No. 2, pp. 191-204.
- Nunnally, J. C. (1987), *Teoría Psicométrica*, Trillas, México.
- Ovidio, M. A., Castellanos, M. y Martín, D. (2008), "Gaining residents' support for tourism and planning", *International Journal of Tourism Research*, Vol. 10 No. 2, pp. 95-109.
- Perdue, R. R., Long, P. T. y Allen, L. (1990), "Resident support for tourism development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 17 No. 4, pp. 586-599.

Perdue, R. R., Long, P. T. y Kang, Y. S. (1995), "Resident support for gambling as a tourism development strategy", *Journal of Travel Research*, Vol. 34 No. 2, pp. 3-11.

Pizam, A. (1978), "Tourism's impacts: the social costs to the destination community as perceived by its residents", *Journal of Travel Research*, Vol. 16 No. 4, pp. 8-12.

Ramón, J. (2012). "Actitudes de los Residentes hacia el Turismo en Destinos Turísticos Consolidados: El Caso de Ibiza". Tesis Doctoral. Universitat de les Illes Balears. Web site: <http://hdl.handle.net/10803/104266>

Reinartz, W., Haenlein, M. y Henseler, J. (2009), "An empirical comparison of the efficacy of covariance-based and variance-based SEM", *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 26, pp. 332-344.

Ringle, C. M., Wende, S. y Will, A. (2005), "SmartPLS 2", SmartPLS, Hamburg, <http://www.smartpls.com>

Ritchie, J. R. B. (1988), "Consensus policy formulation in tourism: Measuring resident views via survey research", *Tourism Management*, Vol. 9 No. 3, pp. 199-212.

Ryan, C., Scotland, A. y 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*, Vol. 4 No. 2, pp. 115-130.

Santesmases, M. (2009), "DYANE Versión 4: Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados", Ediciones Pirámide, Madrid.

Sardá, R. y 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. y Ramachandran, S. (edi.), *Perspectives on integrated coastal management*, Springer Press, Berlin, pp. 257-277.

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

Sirakaya, E. (1997), "Attitudinal compliance with ecotourism guidelines", *Annals of Tourism Research*, Vol. 24 No. 4, pp. 919-950.

Spears, D.L. y 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*, Vol. 6 No. 2, pp. 13-27.

Stone, M. (1974), "Cross-Validatory Choice and Assessment of Statistical Predictions", *Journal of the Royal Statistical Society*, Vol. 36 No. 2, pp. pp 111-147.

Teye, V., Sirakaya, E. y Sönmez, S. F. (2002), "Resident's attitudes toward tourism development", *Annals of Tourism Research*, Vol. 29 No. 3, pp. 668-688.

Uysal, M., Jurowski, C., Noe, F. P. y McDonald, C. D. (1994), "Environmental attitude by trip and visitor characteristics: US Virgins Islands National Park", *Tourism Management*, Vol. 15 No. 4, pp. 284-294.

Vargas, A., Plaza, M. A. y Porras, N. (2009), “Understanding residents’ attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community”, *Journal of Travel Research*, Vol. 47 No. 3, pp. 373-387.

Vargas, A., Porras, N. y Plaza, M. A. (2014), “Residents' Attitude to Tourism and Seasonality”, *Journal of Travel Research*, Vol. 53 No. 5, pp. 581-596.

Werts, C. E., Linn, R. L. y Jöreskog, K. G. (1974), “Interclass reliability estimates: testing structural assumptions”, *Educational and Psychological Measurement*, Vol. 34, pp. 25-33.

Williams, J. y Lawson, R. (2001), “Community issues and resident opinions of tourism”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 28 No. 2, pp. 269-290.

Yoon, Y., Chen, J. S. y Gursoy, D. (1999), “An investigation of the relationship between tourism impacts and host communities' characteristics”, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 10 No. 1, pp. 29-44.