

Turismo y Responsabilidad Social

Edición Especial

ISSN: 2183-0800

www.isce-turismo.com



Volume 8 | Número 2 | Maio 2017
Volume 8 | Number 2 | May 2017
Volumen 8 | Número 2 | Mayo 2017



UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO



Patrocinadores:



International Student Identity Card



FORMAS DE ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE ANFITRIONES Y TURISTAS.

Marcelo Sánchez-Oro Sánchez¹

Universidad de Extremadura, España

12

Sánchez-Oro Sánchez M. (2017). Formas de análisis de la relación entre anfitriones y turistas. *Tourism and Hospitality International Journal*, 8(2), 12-33.

¹ Este artículo ha sido posible gracias al Gobierno Regional de Extremadura y al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), a través de la ayuda a Grupos de Investigación (ref.) GR15126 DELSOS

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo presentar algunos aspectos del estudio de la relación entre “anfitriones e invitados” en el ámbito del turístico (en el contexto anglosajón, “host & guest”). Esta relación tiene cada vez más importancia en el llamado turismo sostenible que se basa en el tipo de relación que los residentes en zonas con “encanto” y con potencialidades turísticas, establecen con los visitantes. A nuestro juicio, de cómo evolucione esta relación, depende buena parte de la sostenibilidad del “negocio” turístico. El intercambio entre ambos grupos de actores (anfitriones e invitados) es la base de esta relación. Este intercambio se puede desarrollar de diferentes modos: puede ser equilibrado o desequilibrado, en función de las capacidades negociadoras de cada parte. Puede favorecer o no la dependencia de una de las partes, más aún cuando las alternativas viables al negocio turístico son limitadas. Por el contrario, puede favorecer la independencia y el empoderamiento de las partes, si existen contrapartidas aceptables y opciones alternativas. Este intercambio, en fin, estará en función de una serie de variables de entre la que destacamos el grado de exposición de “los anfitriones” al fenómeno turístico. La Teoría del Intercambio Social (TIS) ofrece un paradigma explicativo del papel de las estrategias que los diferentes actores pueden desplegar en este contexto relacional. En el plano empírico, la literatura ofrece ejemplos de cómo abordar analíticamente la relación entre anfitriones y turistas. En este artículo se explican algunas investigaciones, los diseños muestrales y las escalas que se han confeccionado, validado y aplicado. Todo ello tiene el interés de poder ser replicados en contextos diferentes a los que se han utilizado para su generación y desarrollo, en especial en zonas rurales de regiones periféricas.

Palabras claves

Intercambio social, Sociología del turismo, Anfitriones e invitados, Turismo rural

Abstract

The present article intends to present some aspects about the study of the relationship between hosts and guests in the field of tourism (the 'host & guest' context, for Anglo-Saxon scholars). This relationship is increasingly important in so-called sustainable tourism, which is based on the interaction between the residents in charming and tourism potential areas, with visitors. In our opinion, much of the sustainability of the tourism "business" depends on how this relationship evolves. The exchange between both groups of actors (hosts and guests) is on the basis of this relationship. This exchange can be developed in different ways: it can be balanced or unbalanced, according to the negotiating capacities of each part. It may favor or not the dependence of one of the parties, especially when the viable alternatives to the tourist business are limited. On the contrary, it can favor the independence and empowerment of the parties, if there are acceptable counterparts and alternative options. This exchange will be in function on a series of variables from which we stand out the degree of exposure of 'the hosts' to the tourist phenomenon. The Theory of Social Interchange (TIS) offers an explanatory paradigm of the role of the strategies that the different actors can deploy in this relational context. At the empirical level, literature offers examples of how to approach analytically the relationship between hosts and tourists. This article explained some researches, the sampling designs and the scales that have been made, validated and applied. All this has the interest of being able to be replicated in contexts different from those that have been used for its generation and development, especially in rural areas of peripheral regions.

Keywords

Social exchange, Tourism sociology, Hosts and guests, Rural tourism

Introdução

Desde el punto de vista de la sociología del turismo lo que se trata, con los diferentes trabajos que abordan la interacción "host-guest", es detectar los factores que pueden condicionar el desarrollo de la actividad turística, la calidad del servicio que se presta, su sostenibilidad a medio plazo y el impacto que estas tienen en las redes sociales locales. Entre las variables de triangulación que se suelen utilizar para explicar las percepciones y los condicionamientos de ambas partes del binomio se encuentran la formación, las rentas complementarias obtenidas por actividades para el turismo y el régimen de incentivos; cuyo peso, en cada caso, será necesario conocer y, el nivel de exposición al fenómeno turístico por parte de la población residente o anfitriona.

En nuestro contexto, son muchos los trabajos que se centran en el análisis las características que definen los flujos turísticos y sus diversas tipologías; en cambio, son escasas las aportaciones que se dedican a recoger las opiniones y percepciones de la población local receptora que mantienen una relación con estos flujos, en uno casos directa y en otros indirecta y ocasional, pero que contribuye a generar un clima social específico sobre la industria turística, que puede condicionar su desarrollo. Apoyándonos en trabajos de autores como Perdue, Long & Allen, L. (1987), Feleppa, R. (1986), Ap, J. (1992), Jacobsen (2000), Teye, Sirakaya & Sömmez (2002), Ritchie, B.W. & Inkari, M. (2006), Gutiérrez Brito, J., (2007), Castaño (2005), Mantecón (2008); Huete (2010), Díaz Armas, R. (2010); Marrero, J.R. y Huete, R. (2013), Huete y Mantecón (2015), nos planteamos en este artículo analizar las principales formas de abordar el estudio de estas relaciones seleccionado alguna de las herramientas utilizadas por estos investigadores que pueden resultar de interés para el desarrollo de estas línea de investigación en territorios concretos. Como se verá más adelante estas herramientas son escalas de evaluación de la relación con los turistas dentro de un esquema de costes-beneficios percibidos que, a su vez nos lleva necesariamente a comentar la Teoría del Intercambio Social (TIS) como sustento argumental de la explicación sociológica de este intercambio.

La Teoría del Intercambio Social (TIS) es considerada como el marco más adecuado para explicar las causas que subyacen al proceso de percepción de los impactos que se producen por el contacto directo con los flujos turísticos y sus efectos sobre los residentes (Castaño 2005:225). En esta interacción los actores se proveen mutuamente de recursos significativos para ambos. Blau (1964), dentro de sus aportaciones a esta teoría, incluye la perspectiva individualista, que enfatiza la visión utilitarista apoyada, a su vez, en la Teoría de la Elección Racional, en base al siguiente axioma: la gente es intrínsecamente hedonista y sus comportamientos están regidos por el interés y el beneficio propio. La idea fundamental es que el poder es el resultado de quien más aporta en la relación y la dependencia la situación a la que es reducido el que menos contribuye (Giner & Espinosa, 1998:392). En consecuencia, para que esta interacción sea posible se han de dar dos condicionantes al menos: (a) que la conducta esté

orientada hacia metas cuya satisfacción solo puede ser alcanzada mediante la interacción con los demás, y (b) que la interacción provea de los medios necesarios para llegar a dichas metas (Blau, 1964).

Metodologia

El objetivo de nuestro trabajo es presentar las posibilidades de la Teoría del Intercambio Social en el estudio de las relaciones que se establecen entre los turistas y las comunidades locales.

Para ello, como metodología, se presentan algunas referencias empíricas y se comentan trabajos pioneros en este campo, que permiten ilustrar el sistema de hipótesis y dimensiones que habitualmente utiliza el modelo TIS, así como algunas estrategias de estudio, esencialmente de tipo comparativo entre grupos: análisis de percepciones y actitudes de residentes y visitantes; así como las herramientas utilizadas para estos diagnósticos; generalmente escalas cuantitativas. Lo cual conduce a una reflexión sobre la pertinencia de utilizar en estos trabajos de forma casi exclusiva la metodología cuantitativa.

Enquadramento Teórico

La Teoría del Intercambio Social Aplicada al Turismo

Entre los principales autores que han utilizado la Teoría del Intercambio Social como marco para explicar el fenómeno de los impactos del turismo sobre la población local está John Ap (1992) quien propone un paradigma del intercambio social que puede facilitar la comprensión de las causas por las que los habitantes de un lugar turístico determinado perciben los impactos del turismo de manera negativa o positiva. El modelo aborda el proceso en el que los residentes se implican en los intercambios del turismo, mantienen estos intercambios o se desligan de los mismos. Los componentes básicos implicados en dicho proceso son: las necesidades de satisfacción, la relación de intercambio y las consecuencias del intercambio y del no-intercambio.

El punto de partida de este modelo de "intercambio social", centrado en el turismo es que las relaciones sociales implican un intercambio de recursos entre los agentes sociales y éstos buscan ventajas mutuas a partir de la relación de intercambio. El motivo principal para iniciar el intercambio, desde la óptica del residente, es la mejora del bienestar social y económico de la comunidad. Las percepciones y actitudes host son predictores del comportamiento hacia el turismo en los intercambios host-guest (residente-turismo). La siguiente matriz (ilustración 1) pone en relación el tipo de intercambio que cabe esperar en torno al turismo, en función de la capacidad que cada parte tiene de poder e influencia sobre la otra parte.

“En los cuadrantes 1 y 4 se sitúan los intercambios equilibrados que representan los niveles altos y bajos de poder, respectivamente, llevados a cabo

por los actores. Cuando los niveles de poder son altos para ambos, el intercambio es mutuamente beneficioso. Cuando los actores tienen muchos recursos a intercambiar, hay mayor probabilidad de que puedan alcanzar al menos uno significativo y obtener cierta ventaja de ello. Es también posible que ambos actores posean niveles bajos de poder (cuadrante 4) en cuyo caso las consecuencias del intercambio no producen las ventajas previstas. En este caso los recursos disponibles en el intercambio tienen un valor limitado o escaso. Los cuadrantes 2 y 3 representan el intercambio desequilibrado donde los niveles de poder son diferentes. Dependiendo de la posición de poder de uno de los actores respecto al otro, el intercambio puede ser ventajoso o no. Es ventajoso para aquél con mayor poder, pues puede obtener un recurso con valor añadido a expensas del otro que no obtuvo el recurso significativo que esperaba” (Castaño 2005:236).

En términos turísticos, concluye Castaño (2005:236) una comunidad o un recurso que es un destino popular de vacaciones con fuertes medidas de planificación y de control está en una posición ventajosa de poder, porque coloca al tour-operador en una posición de dependencia. Es decir, una empresa turística que trata de posicionarse en la zona con un producto determinado debe aceptar dichos controles si quiere llevar a cabo con éxito el proyecto. Cuando logra credibilidad y reputación dentro de la comunidad, la dependencia disminuye mientras los residentes acepten su presencia y parte de los beneficios. Si por el contrario, considera que los controles de planificación y de gestión no resultan aceptables, pero aun así prosigue con su proyecto, es probable que perciba cierta pérdida de control, dándose una relación desequilibrada de intercambio. Si los controles se consideran poco razonables y se perciben como influyentes en la viabilidad de proyecto el operador podría retirar el proyecto y buscar otro lugar y, por tanto, no se produciría ningún intercambio.

De manera complementaria al modelo de John Ap; Perdue, Long y Allen (1987) formulan, como hipótesis, que las actitudes favorables hacia el turismo aumentan con la dependencia económica de las persona al turismo. Además, sostienen, existe muy poca diferencia en las actitudes hacia el turismo en base a las características socio-demográficas de la población receptora. También sostienen que el impacto percibido por el turismo disminuye a medida que crece la distancia entre el domicilio del individuo y el emplazamiento de los recursos turísticos, ahora bien, cuando las ventajas personales obtenidas del turismo son controladas, los residentes con opiniones positivas apoyan el desarrollo adicional y específico del turismo.

Por su parte Bryant y Napier, (1981), en línea con lo anterior afirman que debido a los costes de oportunidad asociado con el uso turístico de determinadas áreas, los participantes en actividades turísticas, en comparación con los no participantes, perciben impactos más negativos del turismo y, en consecuencia, tienen unas menores actitudes favorables hacia el desarrollo turístico complementario y actitudes más favorable relativas a la idoneidad de los impuestos especiales de turismo. Aquellas personas que se benefician del turismo perciben un menor impacto social y ambiental del mismo y

tienen actitudes más favorables hacia el desarrollo turístico adicional. Plantean también como hipótesis que, tras una interrupción inicial, asociada con la construcción y apertura de nuevas oportunidades, los residentes locales tienden a desarrollar mecanismos para hacer frente a los turistas y con la pérdida de oportunidades que previamente había sido de hecho reservado para ellos.

Este conjunto de formulaciones hipotética sirven de sostén para algunas de las indagaciones empíricas que explicamos seguidamente, no obtente, de manera previa, deseamos hacer alguna consideración respecto al método de estudio.

La Percepción de los Cambios que Originan los Turistas en las Comunidades Locales.

Castaño, J. M. (2005: 200-208) señala que la actitud hacia el desarrollo turístico, es una cuestión relevante pero insuficientemente investigada. A pesar del papel que desempeña en regiones periféricas como es el caso de Extremadura y el peso que este sector tiene en relación al PIB y en términos de empleo. La selección de referencias que lleva a cabo este autor es relevante, en lo concierne a los estudios que abordan el problema de las relaciones entre los turistas y las poblaciones receptoras. En torno a este binomio se quiere destacar la importancia de esta interacción para el sostenimiento de la "industria" turística en unos casos y en otros, para consolidar e incrementar el modelo negocio que gira sobre este sector.

Uno de los trabajos de referencia es el de Teye, Sirakaya y Sömmez (2002) quienes analizan las actitudes de dos comunidades de Ghana (la Costa del Cabo y de Elmina), para concluir que "Los resultados indican que el turismo no responde a las expectativas de la población local y que los trabajadores de los sectores relacionados tienen actitudes negativas hacia la industria del turismo" (Castaño 2005:202). En este ejemplo, se citan como causas para esta insatisfacción varias, entre ellas las altas expectativas generadas en torno al turismo como motor de desarrollo económico. También que los viajes son organizados por tour-operadores y con estancias muy cortas que no generan rentas a la población local produciendo una "industria es muy estacional y el nivel de ocupación tiende a ser bajo. Todo ello puede explicar una cierta actitud negativa del personal que trabaja en el turismo y sus industrias relacionadas". En cambio, la actitud positiva de la población es la de aquellos sectores con niveles educativos más altos.

Para llegar a estas conclusiones los investigadores comparan los datos sobre las percepciones de dos muestras diferentes, la de residentes en la Costa del Cabo (Cape Coast) (n=249) y de Elmina (n=215). Se hacen por tanto un total 464 encuestas a la población local sobre el turismo en estas zonas. Utilizan como variables independientes respecto de los informantes locales: el número de años viviendo en la localidad, el nivel educativo (número de años en centros escolares), el número de días interactuando con turistas por semana. Por ejemplo, respecto de esto último, en el caso de los informantes de Costa del Cabo la media es de 2,23 días (Dt=1,97) y de Elmina era 3,02 días (Dt=1,68) y la edad media del entrevistado (Teye, et al., 2002:668-688). En conjunto se

analizan 29 ítems y se utiliza el "análisis de componentes principales" para la verificación de las hipótesis. Posteriormente, con las medias de los ítems que integran los factores, se lleva a cabo un análisis de regresión.

Teye, Sirakaya y Sömmez (2002) agrupan los ítems de la escala en 7 factores. El factor 1 es el relativo a la interacción social con los turistas. Aquí se analizan cuestiones tales como si se han desarrollado amistades con los turistas, si estas interacciones con turistas son consideradas positivas y útiles, si gusta interactuar con turistas o si existe un interés por aprender sobre el país y cultura de los turistas. El factor 2 aborda el impacto cultural atribuido al turismo. Se pregunta, por ejemplo, si consideran que el turismo promueve el intercambio cultural; o si son deseables los puestos de trabajo que este sector ofrece; si consideran que el turismo promueve un mejor entendimiento entre las personas y ayuda a aumentar el conocimiento local y la apreciación del medio ambiente. Si ayuda a preservar y mejorar la cultura y tradiciones, y en consecuencia debido al desarrollo del turismo, hay un mayor aprecio de la cultura local. El factor 3 evalúa los impactos que se atribuyen al turismo sobre el bienestar, se investiga si turismo mejora de servicios públicos en la comunidad; o si por ejemplo, a causa de turismo los pueblos tienen mejores carreteras. Si la calidad de los servicios públicos es mejor debido a que hay más turismo, etc. El factor 4 analiza la posible interferencia negativa del turismo en la vida diaria, por ejemplo, si el desarrollo turístico llega a provocar "lamentar tener que vivir aquí". O si debido al turismo, hay más dificultad para participar en eventos de entretenimiento. Si el turismo interfiere con el disfrute de esta ciudad. O si los informantes entienden que la mayoría de la gente que conocen no le gusta el turismo o si se está en contra de las nuevas instalaciones de turismo que atraiga a más turistas a la localidad. El factor 5 analiza los impactos económicos atribuidos al turismo, se plantea con proposiciones del siguiente tipo: "turismo sólo beneficia a unas pocas personas ". "El turismo aumenta el coste de la vida". "Los turistas deben pagar más que los residentes locales por visitar determinada atracciones turísticas". El factor 6 aborda específicamente el problema de la permisividad sexual asociada al turismo a través de dos ítems: si el turismo incrementa la prostitución en las localidades y la permisividad sexual. Por último, el factor 7 evalúa la percepción de hacinamiento debido a la actividad turística: si se percibe que los turistas saturan las localidades. Las áreas de recreación de (localidades) presentan hacinamiento debido al turismo. El sector turístico ofrece un mercado para la producción de los agricultores locales.

El interés de este trabajo, no es solamente por los factores analizados, sino también por el conjunto de ítems que los integran, en base a los cuales los autores construyen escalas, cuya consistencia es medida con alfa de Cronbach.

Un según ejemplo investigación centrada en el estudio de las percepciones hacia el turismo, es la aportación de Perdue, Long y Allen (1987). Estudian los factores que afectan a la percepción y actitudes hosts sobre los impactos del turismo, a partir de las influencias entre el apoyo institucional complementario al turismo (impuestos especiales, ayudas) y dichas percepciones.

Su objetivo específico era comprender los impactos producidos por un evento deportivo específico. Una de las variables determinantes que identifican estos investigadores de la de los beneficios, bajo el siguiente supuesto: cuando las ventajas personales obtenidas del turismo son controladas, los residentes con opiniones positivas apoyan el desarrollo adicional y específico del turismo. La hipótesis sobre la que pivota este estudio es que, debido a los costes de oportunidad asociado con el uso turístico de las áreas recreativas utilizadas para actividades al aire libre, los no participantes en ellas, perciben impactos más negativos del turismo y, en consecuencia, son menos favorable hacia el desarrollo turístico adicional y más favorable actitudes relativas a la idoneidad de los impuestos especiales de turismo.

El turismo es una alternativa al desarrollo en muchas áreas rurales de Estados Unidos. Por desgracia, sostienen estos autores, en la toma de la decisión de promover el desarrollo del turismo, la mayoría de los gobiernos locales han examinado sólo el beneficio económico percibido de tales desarrollos. Con el creciente reconocimiento de los posibles costos sociales y ambientales del desarrollo turístico, sin embargo, la importancia de examinar los impactos no económicos es evidente. En consonancia con Bryant y Napier (1981) sugieren Perdue, Long y Allen, que tras esta interrupción inicial asociada con la construcción y apertura de nuevas oportunidades, los residentes locales desarrollan mecanismos para hacer frente a los turistas y con la pérdida de oportunidades.

El trabajo de Perdue, Long y Allen se centra en los habitantes de cinco comunidades rurales, en las que se desarrollan actividades al aire destinadas al turismo, en concreto pesca y camping. Su propósito es examinar las diferencias en las percepciones y actitudes respecto del turismo, comparando a dos grupos de informantes: los participantes y no participantes en estas actividades. Tres tipos de cuestiones se examinan son: el impacto percibido del turismo, el deseo de actividades adicionales al desarrollo turístico y la conveniencia de establecer de los impuestos especiales de turismo.

Estos autores subrayan que las diferentes investigaciones llevadas hasta el momento han encontrado muy poca diferencia en las actitudes de turismo en base a las características socio- demográficas. Así mismo se constata que el impacto percibido de turismo disminuye a medida que aumenta la distancia entre el domicilio del individuo y la zona de afluencia de turistas; a la vez que las actitudes favorables hacia el turismo aumentan con la dependencia económica de la persona en relación a estos turistas. Dado que, siguiendo la lógica de la teoría del intercambio (Bryant & Napier 1981) las personas que se benefician del turismo perciben un menor impacto social y ambiental del turismo y tienen actitudes más favorables hacia un desarrollo turístico adicional.

Por lógica similar, se plantea la hipótesis de que, debido a los costos de oportunidad asociado con el uso turístico de las áreas recreativas al aire libre, los participantes, en comparación con los no participantes, perciben impactos más negativos del turismo y, en consecuencia, tienen actitudes menos favorables hacia el desarrollo turístico

adicional y actitudes más favorable relativas a la idoneidad de los impuestos especiales de turismo.

La hipótesis alternativa de diferencias en la percepción del turismo y actitudes apoyaría Bryant y de Napier (1981) postular que los participantes locales en actividades al aire libre desarrollan mecanismos para hacer frente a la alteración provocada por los turistas. Si tienen éxito, dichos mecanismos de control, podrían eliminar o mitigar las posibles diferencias de percepción y de actitud entre participantes y no participantes en actividades turísticas. El propósito de esta investigación fue examinar la influencia en las comunidades de los practicantes de actividades al aire libre, específicamente en el camping y la pesca, en relación a las percepciones y actitudes de los residentes en comunidades rurales seleccionadas Colorado.

Para este trabajo los autores recogieron datos mediante encuesta en 30 pequeñas localidades de Colorado (EE.UU.), que tenían una población entre 261 a 5.259 habitantes, con una media de 1.411. El trabajo formaba parte del "Proyecto Colorado Rural, Realización y Desarrollo" (Colorado Rural Recreation Development Project). Es de interés detallar la estructura de la investigación, por las posibilidades que esta ofrece de ser replicada en otros contextos. El cuestionario incluyó preguntas sobre la participación de los miembros de las comunidades locales durante el verano, (concretamente entre las fecha del Memorial Day y el Labor Day), así como las percepciones y actitudes hacia los turistas. Los cuestionarios fueron auto-administrados, para ello se entregaron a mano en los hogares seleccionados de en cada comunidad mediante un muestreo sistemático con arranque aleatorio. De los hogares en contactados, el 67 % completó el cuestionario. Por comunidades, la tasa de respuesta varió desde 48% hasta 98 %. El tamaño de la muestra final fue de 264 entrevistados.

La escala contenía las siguientes categorías que se detallan en la tabla 1.

Como era de esperar, las actitudes y percepciones sobre el turismo varían según el tipo de comunidad. En particular se observó una importante influencia en función de su exposición al fenómeno turístico así, la Oficina de Negocios Investigación de la Universidad de Colorado en Boulder proporcionó datos sobre el porcentaje de las ventas al por menor derivado de turismo en cada una de las comunidades: seis comunidades dependían de turismo para al menos el 25% de sus ventas al por menor.

Entre los resultados de esta investigación destacamos que, en relación con el impacto percibido de los niveles existentes de turismo, los encuestados tienden a estar de acuerdo con las cuestiones relativas a impactos positivos del desarrollo del turismo y, en cambio se manifiestan en desacuerdo con los ítems que expresan impactos negativos del turismo. Específicamente, 68% de los encuestados coincidieron en que el desarrollo turístico ha mejorado el aspecto de su comunidad y que el desarrollo turístico había mejorado la calidad de vida en su área. Aunque 53% estuvieron de acuerdo con la afirmación de que el desarrollo turístico aumenta, de forma inapropiada, los costos de bienes básicos de la comunidad. Así mismo el 57% consideró que el turismo no tenía consecuencia un aumento de los problemas de delincuencia. Y, quizás lo más importante para este trabajo, el 74% consideró que la calidad de las actividades aire

libre (principalmente la pesca y campismo) no se habían visto afectadas negativamente por el turismo.

De forma específica, de los encuestados, el 68,5% y el 65,4% indicó que habían participado en las actividades de camping y la pesca, respectivamente, durante el verano de 1984. No se encontraron diferencias entre los campistas y no campistas (nocampers) o pescadores y no pescadores (nofishermen) en las percepciones de los impactos del turismo. Del mismo modo, había muy pocas diferencias en sus actitudes hacia un desarrollo turístico adicional o complementario a la oferta existente en ese momento. Específicamente, de ocho pruebas estadísticas sólo uno fue significativa en $\alpha=0,05$; cuando se compara con noncampers, una mayor proporción de los campistas no estuvo de acuerdo con la afirmación de que "esta comunidad debe tratar de atraer a más turistas a esta zona".

Por último, también había muy pocas diferencias estadísticas en las actitudes relativas a la adecuación de los impuestos especiales de turismo. En comparación con noncampers y nonfishermen, campistas y pescadores fueron menos favorables hacia tarifas diferentes a los usuarios e impuestos de hospedaje. La diferencia entre los pescadores y nonfishermen sobre la idoneidad de impuestos específicos a los alojamientos fue, sin embargo, el único de significación estadística.

El examen de la matriz de correlación de las cuestiones turísticas ofrece alguna información complementaria sobre estos resultados. Las correlaciones entre cada una de las percepciones de los elementos de impacto del turismo y la conveniencia del desarrollo turístico adicional como se indica en respuesta a la declaración "Esta comunidad debe tratar de atraer a más turistas a esta zona". De las cinco declaraciones de impacto, el impacto percibido del turismo en el aire libre local oportunidades de realización tenían la relación más fuerte con la conveniencia del desarrollo turístico adicional. Como el impacto percibido de turismo en las oportunidades de realización al aire libre aumenta, la conveniencia de turismo adicional disminuyó significativamente.

La variación en las respuestas a las preguntas sobre los impactos del turismo presenta algunas limitaciones en cuanto a la escala, que los autores señalan. A pesar de que se utilizó un formato de respuesta de cuatro puntos, las respuestas se limitan generalmente a las categorías "de acuerdo" y "en desacuerdo". Se necesita desarrollar mejores herramientas de medición, que consideren mejor la varianza de los impactos percibidos, las actitudes hacia el desarrollo del turismo, y las actitudes en relación con la conveniencia de impuestos especiales de turismo.

En definitiva, los datos no apoyan la hipótesis de que los costes de oportunidad asociados con el uso turístico de las áreas recreativas, los no participantes en ellas, perciben impactos más negativos del turismo y, en consecuencia, sean menos favorables hacia el desarrollo turístico adicional y más favorables actitudes relativas a la idoneidad de los impuestos especiales de turismo. Perdue, Long y Allen (1987:427) sostienen que no hay diferencias en las percepciones del turismo y las actitudes de los participantes en estas actividades en comparación con las no participantes. Esto se explica porque las actitudes de los residentes hacia el turismo son algo dinámico, cambiante, tanto como

las personas a adaptarse al turismo y otras condiciones en la comunidad (por ejemplo, la economía).

El Estudio de las Actitudes

Steen Jacobsen (2000) estudia las actitudes y prácticas, que el autor denomina "anti-turísticas", de los veraneantes en destinos mediterráneos convencionales (Ant tourist attitudes Mediterranean charter tourism). En este caso, los cuestionarios no se hacen a la población local, sino a los propios turistas. En realidad, como sostiene Castaño (2005:202) "Analiza el comportamiento de un tipo de viajeros que no quieren ser considerados turistas y hacen un esfuerzo para alejarse de esa categoría". Por tanto estos anti-turistas son el tipo de turista que no quieren ser considerados como tales, por cuanto que este rol es asociado al turista de masas que viaja en tour hiper-organizado a destinos masivos. En el trabajo de Jacobsen cobra importancia el concepto de "rol turístico" y las tipologías, ya clásicas, de Pearce (1982) y de Plog (1977). "Los datos del estudio provienen de una encuesta realizada a veraneantes noruegos que utilizaron en sus desplazamientos vuelos chárter con destino a Grecia, España y Turquía. Los resultados empíricos logrados son contrastados con los obtenidos en investigaciones anteriores. Sugieren una perspectiva alternativa y empírica de los roles, ligados a los viajes de los veraneantes en el Mediterráneo" (Castaño, 2005:202).

Esta investigación aporta claves metodológicas que pueden ser de utilidad en el desarrollo de esta línea de investigación en nuestro país. En síntesis, se estudian las valoraciones de los turistas que viajan de regreso a Noruega en vuelos chárter, seleccionados en seis aeropuertos de tres países mediterráneos (Grecia, España y Turquía) durante el verano. Se pidió a la muestra que contestaran, durante el vuelo, a un cuestionario en lengua noruega distribuido y recogido por el equipo de la cabina. El tamaño de la muestra fue de 1.502 unidades. La encuesta se amplía con la colaboración de dos tour-operadores: uno de ellos trabaja con turistas "de masa" (mainstream) y el otro con turistas más "exclusivos" (offbeat).

Como indica Jacobsen (2000:285) el concepto de "anti-turismo" se formula en los años sesenta, y hace referencia a un cierto rechazo hacia el turismo de masas y a lo superficial de la experiencia del turismo masivo organizado. De hecho, sostiene Jacobsen (2000:287), no sin cierta sorna que "A menudo se asume que muchos anti-turistas creen que las posibilidades de experimentar algo auténtico y típico son inversamente proporcional al número de turistas presentes en un área". Así mismo, en muchos casos la actitud anti turística se relaciona con el nivel de formación, tanto de los turistas como de la población receptora.

La actitud anti-turismo, tiene relación con la tipología de los turistas aloécnicos de Plog (1977), por su carácter individualista y aventurero, en oposición al turista psicocéntrico. Generalmente, el aloécnico parece estar más cerca de la noción de viajero, que de la que la idea de anti-turismo a la que a veces también se ha vinculado. Como es sabido, algunos autores (Pearce, 1982) distinguen entre la turista y el viajero

como dos roles diferentes. De hecho en los años ochenta del siglo pasado, Smithson ideó un "índice de borrosidad" del rol turístico que permite discriminar aquellos comportamientos netamente turísticos de los que no lo son (Castaño 2005:81).

Hay varias maneras de explorar las actitudes anti- turísticas: una es pedir a los informantes que se describan a sí mismos como turistas, a través de una pregunta abierta, utilizando como una especie de técnica proyectiva. En otro momento se pregunta sobre las preferencias de los encuestados respecto a la comida nueva o conocida cuando se come fuera. Otra cuestión tratada es sobre la independencia personal o grado de libertad, a la hora de visitar nuevos lugares, preguntándoles si preferirían hacerlo solos, sin guías, aún a riesgo de que puedan llegar a perderse. A los encuestados también se les preguntó lo importante que era para ellos experimentar "lo típicamente local" (griego / español / turco), y qué harían si fueran experimentar algo a fondo y típicamente local / nacional en su destino turístico. Los aspectos del rol turístico tratados en el cuestionario se derivan en parte de la entrevista personal con los turistas en ciertos destinos.

Algunas conclusiones empíricas de este trabajo de Jacobsen son que alrededor del 65% de los encuestados pasó dos semanas a su destino, el 33% llegó en una visita de una semana, mientras que el restante 2% se quedó tres a cuatro semanas. Aproximadamente el 58% eran mujeres, lo que refleja, en opinión de Jacobsen, que una mayoría femenina opta por este tipo de giras. Entre los que han trabajado, se emplearon 60 % en el sector privado de la economía. Alrededor del 35% tenían una educación superior, 15 % todavía asistían a la escuela o la universidad / universidad. Cabe señalar que el 37 % de los noruegos que fue a Grecia, España, Turquía o en su gira más larga de vacaciones de verano, contaba con una educación superior.

Las respuestas a la pregunta abierta determinan tres categorías diferentes: una positiva, una neutral y una negativa. Los descritos como un turista en términos negativos fueron considerados "anti-turistas", estos son los que tratan de forma intensa de distanciarse del rol turístico; es lo que Jacobsen (2000:291) denomina "Role Distance". La actitud, medida como una impresión negativa de la papel de turismo, era más o menos al mismo nivel entre los turistas que van a Turquía y a Mallorca (España).

La proporción de las actitudes anti- turísticas no varía sólo en función del destino, sino también en función de operador turístico. Eso parece indicar que tanto los anti-turistas y los que no lo son, prefieren el operador turístico con una imagen poco convencional. En gran medida, estos operadores ofrecen apartamentos, estudios, o habitaciones de hotel en unidades más pequeñas y más integradas o al menos, menos separados de la población local que los grandes operadores.

Castaño (2005: 203) se refiere al trabajo de Saremba y Gili (1991) como un "caso particular dentro de la cuestión de las actitudes anti-turismo son las vinculadas con el tipo de explotación de los recursos, especialmente los medioambientales, muchas veces origen de conflictos". Se trata de investigar los "Conflictos de valores en los Parques de Montañas". Estos autores plantean la relación entre las actitudes (restrictivas/permisivas) de la población hacia la preservación del medio ambiente y los

valores sociales asociados. Así, la lucha de intereses entre aficionados a la pesca y aficionados a la práctica del turismo activo, o entre ganaderos y hoteleros, son algunos ejemplos".

En la base de estos planteamientos está la idea de que "al desarrollar y atraer el turismo hacia una comunidad, la meta es alcanzar unos resultados que permitan optimizar el balance de los beneficios y los costes para los residentes y los promotores turísticos" (Castaño 2005:229). La población autóctona valora el turismo en términos de intercambio social, es decir, en términos de beneficios o costes previstos de los servicios que proveen. En consecuencia, se asume que los anfitriones buscan el desarrollo del turismo para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y psicológicas y mejorar el bienestar de la comunidad. Incluso para aquella comunidad en la que el turismo se desarrolla contra sus deseos, hay una oportunidad para evaluar el intercambio, puesto que en el peor de los casos puede ser visto como un proceso dinámico. En tales situaciones, es probable que el intercambio sea percibido negativamente porque hay un desequilibrio entre las ventajas y los costes compartidos entre los agentes. En cuyo caso, la estabilidad en la relación, en términos de motivación y de lealtad, no se mantiene. Sin embargo, las ventajas derivadas del intercambio pueden ser percibidas como costes más importantes.

Sobre las Dimensiones del Estudio de la Relación Anfitriones y Turistas.

Se sabe que las hipótesis son formulaciones teóricas, generadas por la ciencia y que buscan ser verificadas a lo largo del proceso de investigación. Implican un mayor grado de concreción que los objetivos, al estar constituidas por variables, y estas, con capacidad de ser operacionalizadas, conducen el proceso de investigación hacia la refutación o validación de las mismas. Algunos de los autores cuyos trabajos se han comentado anteriormente ofrecen formulaciones hipotéticas que pueden ayudar al desarrollo de esta línea de investigación.

John Ap (1992:670) sostiene que las percepciones y actitudes hosts son predictores del comportamiento hacia el turismo en los intercambios host-guest. En consecuencia formula la propuesta de que existen diferencias en las expectativas y percepciones respecto de los "invitados", en función del tipo de turismo que se desarrolla en cada área. Pero tanto las percepciones como las actitudes se basan en el intercambio, desde la óptica del residente, en el cual busca la mejora del bienestar social y económico personal y comunitaria. Como resultado, para Ap, las relaciones sociales derivadas implican un intercambio de recursos entre los agentes sociales y éstos buscan ventajas mutuas.

Para el caso de intercambio host-guest en turístico rural John Ap, plantea una operacionalizar estas proposiciones en siete dimensiones.

La dimensión 1ª, relativa a "las percepciones sobre costes/recompensa por parte del turismo", estaría compuesta por dos proposiciones: "(1a) Cuanto mayor sea la recompensa obtenida por el turismo, más positiva serán las percepciones hosts sobre el

mismo” y “(1b) “Cuanto mayor sea el coste derivado del turismo, más negativas serán las percepciones hosts sobre el mismo”.

La dimensión 2^a, referida a “actitudes de los residentes en función del nivel de satisfacción de necesidades”, contiene también dos proposiciones. (2a) “Un residente asignará un valor o una actitud positiva hacia el turismo si las ventajas resuelven un nivel aceptable de satisfacción determinado por el mismo”. Y (2b) “Un residente asignará un valor o una actitud negativos hacia el turismo si las ventajas no resuelven un nivel aceptable de satisfacción determinado por el mismo”.

La tercera dimensión, está referida a la “percepción de impactos del intercambio host-guest”. Aquí se incluyen la proposición (3a) “cuando el intercambio de recursos entre residente y actores del turismo se establece equilibradamente, los impactos son percibidos positivamente por los actores respectivos”. En esta propuesta, habría que entender que los “actores del turismo” son además de los anfitriones e invitados, los comercializadores, esto es agencias de viajes, tours operadores, etc. La segunda proposición de esta dimensión es (3b) “cuando el intercambio de recursos entre residente y los actores del turismo se establece desequilibradamente, los impactos son percibidos negativamente por los agentes respectivos”.

La dimensión 4^a, es relativa a “la percepción del valor de los recursos sujetos a intercambio entre anfitrión y el turista”. En este caso se realizan cuatro proposiciones: Las dos primeras hacen referencia a la percepción equitativa o no del intercambio:

1. “Cuando el valor de los recursos intercambiados entre el anfitrión y el turista es aproximadamente igual, la transacción de intercambio probablemente sea percibida de manera justa”. (Proposición 4a)

2. “Cuando el valor de los recursos intercambiados entre el anfitrión y el huésped es mayor para uno que para el otro, la transacción es probable que sea percibida como injusta por el agente perjudicado”. (Proposición 4b)

Las otras dos proposiciones de la dimensión cuatro, se refieren a la percepción positiva o negativa del intercambio:

3. “Cuando el valor de los recursos intercambiados entre el anfitrión y el huésped se percibe como justa, el anfitrión es probable que tenga opiniones positivas del turismo”. (Proposición 4c)

4. Cuando el valor de los recursos intercambiados entre anfitrión y huésped es percibido como injusto por el anfitrión, el último es probable que tenga opiniones negativas del turismo. (Proposición 4d)

La quinta dimensión de la propuesta de John Ap es referida a la “apreciación de los antecedentes del intercambio”. La primera propuesta (5a) se refiere a que “los antecedentes de las relaciones de intercambio deben ser satisfechos favorablemente en orden para que dichas relaciones se establezcan” y la proposición 5b: “donde se abusa de uno o más antecedentes de la relación de intercambio, dicha relación no se establecerá”.

La dimensión sexta esta está centrada en “el intercambio entre anfitriones y los tour-operadores”. En este caso se plantean seis proposiciones:

1. Proposición 6^a: “Si los anfitriones y tour-operadores tienen una relación equilibrada, cualquier iniciación de intercambio por parte de cualquiera de ellos es igualmente probable”.

2. Proposición 6b: “Si los anfitriones y tour-operadores están en una relación desequilibrada, el más dependiente de ellos será el iniciador más frecuente”.

3. Proposición 6c: “Cuando la forma de la relación de intercambio es cohesiva y el nivel de poder para ambos es alto, las opiniones de los anfitriones hacia el turismo serán positivas”.

4. Proposición 6d: “Cuando la forma de la relación de intercambio es cohesiva y el nivel de poder para ambos es bajo, las opiniones de los anfitriones hacia el turismo serán negativas”.

5. Proposición 6e “Cuando la forma de la relación implica un desequilibrio y es asimétrica, el anfitrión con ventaja tendrá opiniones hacia el turismo positivas”.

6. Proposición 6f: “Cuando la forma de la relación implica un desequilibrio y es asimétrica, el anfitrión perjudicado tendrá opiniones negativas hacia el turismo”.

Finalmente, la séptima dimensión de Ap establece que “la influencia de experiencias complementarias sobre la percepción del turismo” afectan también sobre la percepción del turismo, bajo dos formas; proposición 7^a: “El anfitrión percibirá el turismo positivamente cuando las consecuencias del intercambio proporcionen experiencias que le refuercen” y proposición 7b “El anfitrión percibirá el turismo negativamente cuando las consecuencias del intercambio proporcionen experiencias poco recompensadoras o desfavorables”.

En conjunto el sistema de dimensiones y proposiciones de Ap permite obtener una radiografía fiel del sistema del intercambio y de la calidad del mismo, en los contextos territoriales y demográficos donde se aplique, de aquí el interés de esta propuesta.

Resultados

Huete y Mantecón, (2014:313) señalan que el desarrollo de modelos de investigación partir de la Teoría del Intercambio Social ha de contar con métodos cualitativos y cuantitativos ya que “La separación dicotómica entre ambas líneas de trabajo junto a la superconcentración de análisis cuantitativos ha dado lugar a que los desarrollos teóricos más significativos se hayan elaborado a partir de las certezas estadísticas, prescindiendo de las aportaciones de naturaleza cualitativa”. Sin embargo, como veremos los trabajos realizados en las últimas décadas tienen un componente esencialmente cuantitativo “inspirados en el artículo clásico de Abraham Pizam (1978) y, especialmente, en los de John Ap (1990, 1992), en los últimos veinte años han proliferado los estudios cuantitativos sobre la percepción social de las repercusiones generadas por la actividad turística entre las poblaciones “anfitrionas”. En muchos de estos trabajos directamente se aplican escalas cuantitativas derivadas de la Teoría del Intercambio Social para realizar una interpretación de datos estadísticos casi nunca incluye el aporte discursivo, aunque el método trabajo para el estudio del intercambio “anfitrión-turista” debiera

combinar ambas lógicas, la cualitativa y la cuantitativa que. En nuestra opinión este es el caso del trabajo de Jacobsen (2000) quien, como veremos introduce matices metodológicos, en la línea de lo apuntado por Huete y Mantecón (2014).

El singular estudio sobre las actitudes anti-turistas en los países mediterráneos de Jacobsen (2000:285) adopta lo que él denomina, el enfoque semi-emic. El matiz introducido por Jacobsen trata de proporcionar una base para una comprensión amplia de cómo la población vive el intercambio con los turistas. Lo primero que apunta este autor es que como limitación, la perspectiva emic queda reducida, ya que con frecuencia solo se utilizan escalas un cuestionario estandarizado. Por este motivo Jacobsen prefiere hablar de "semi-emic", basándose en Feleppa (1986). Conviene recordar que la perspectiva emic representa la percepción de los nativos, los conceptos y las explicaciones culturales que les son significativas. Registrar esa comprensión permite conocer y la forma de pensar y actuar de los miembros de ese grupo. En tanto que etic es la versión analítica del investigador, que no es parte del sistema de conocimientos de esa sociedad, pero que trata de aportar la objetividad del análisis científico. Ambas perspectivas son complementarias (Giner & Espinosa, 1998: 238).

Hay varias maneras de explorar las opiniones, percepciones y expectativas de la población, empresarios y actores institucionales locales tienen sobre los flujos turísticos: una de las medidas aplicadas por Jacobsen (2000:285) fue pedirles a ellos mismos se describan su relación y su rol respecto de los turistas. Esta fue una pregunta abierta, utilizado como una especie de técnica proyectiva en un intento por descubrir las actitudes encubiertas de los encuestados hacia los turistas. En otro momento se pregunta sobre las preferencias de los encuestados respecto de problemas concretos que enfrentan en su relación con el turismo. Finalmente, y de manera complementaria, cabe aplicar escalas específicas de medición, como hacen Teye, Sirakaya & Sömmez (2002), Perdue, Long & Allen, L.,(1987); Ap, J., (1992), por citar tan solo a los más clásicos.

Por consiguiente el diseño de la investigación de esta relación de intercambio, debería partir de una perspectiva semi-etic, para recoger las percepciones de la población y agentes locales sobre los flujos turísticos. Esta perspectiva implica utilizar fundamentalmente escalas de medición ya validadas por la academia; pero también aproximaciones cualitativas en forma de entrevistas en profundidad y "focus-group".

Conclusión

La Teoría del Intercambio Social continúa ofreciendo posibilidades de análisis potente para el estudio de los impactos sociales del turismo. Su tradición teórica y empírica aporta un aparato conceptual, un sistema de hipótesis y un conjunto de herramientas suficientemente contrastado para el análisis social de los territorios y comunidades afectadas por flujos turísticos de diversa intensidad, pese a lo cual, en nuestro contexto nacional, existen pocas referencias en este ámbito.

La TIS pone de relieve la importancia que tienen las relaciones de poder en este campo algo que habitualmente, o pasa desapercibido, o sencillamente no se tiene en

cuenta. Estas relaciones de poder puede conducir a situaciones de dependencia respecto de los grandes tour operadores, de aquellas comunidades locales que tienen poca capacidad de negociación y que dependen en exclusiva del turismo para el sostenimiento social y económico. Los trabajos concretos que tienen basados en el modelo de la TIS permiten localizar la posición de una comunidad dentro de un teórico diagrama de sectores, según la capacidad de negociación que tengan los actores que intervienen en el intercambio.

Otra de las virtualidades del modelo es el análisis del rol que los actores locales tienen en el intercambio entre turistas y oriundos, y que determina el grado de aceptación o rechazo hacia estos flujos. Esta cuestión es importante para el sostenimiento del sector turístico ya que afecta directamente a la calidad de los servicios que se prestan. Es evidente que los grupos sociales y económicos que mantienen relaciones más próxima e intensas con el turismo mostrarán, en principio, una mayor capacidad de aceptación. Pero esto no es más que una hipótesis de las muchas que ofrece el modelo.

La perspectiva del intercambio aplicada al turismo entra en el estimulante debate sobre el método (Huete y Mantecón, 2014). La orientación exclusivamente cuantitativa, que conduce a la aplicación masiva de escalas, con frecuencia elude el discurso subyacente tanto de anfitriones como de invitados. Por eso la complementariedad de métodos se antoja como la mejor forma de análisis del intercambio social en torno al turismo. Un desarrollo concreto de esta perspectiva amplia es la que ofrece Jacobsen (2000) con el nivel semi-emic de estudio del intercambio.

En todo caso, los diferentes diseños de investigación que hemos comentado (Teye, Sirakaya y Sömmez (2002); Perdue, Long y Allen (1987), para el caso del turismo rural; y Jacobsen (2000) para el caso del turismo de sol y playa; contemplan las percepciones de ambos grupos de actores, desde la lógica comparativa (García Ferrando, 2008). Por lo demás, parece evidente que el desarrollo de la investigación sobre el intercambio se deba abordar en base a diseños con grupo de control no equivalentes (Campbell & Stanley, 1988), como los que se proponen en este artículo.

Finalmente el modelo de Teoría de Intercambio Social aplicado al turismo cuenta con herramientas fiables de captaciones de datos generadas a partir de un interesante constructo de dimensiones y variables, como el que ha desarrollado John App (1992), lo que permite su réplica en situaciones diversas y en contexto muy diferentes.

Referências

- Ap, J., (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, Issue 19, pp. 665-690.
- Blau, P., (1964). *Exchange and power*. New York: Wiley.

- Bryant, E. G. & Napier, T., (1981). The application of social exchange theory to study of satisfaction with outdoor recreation facilities. En: *Outdoor recreation planning, perspectives, and research*. Dubuque: Kendall Hunt Publishing Company, pp. 83-98.
- Campbell, D., & Stanley, J. (1988). *Diseños experimentales y cuasi experimentales en investigación social*. Amorrortu.
- Castaño, J. M. (2005). *Psicología social de los viajes y del turismo*. Madrid: Thomson.
- Feleppa, R. (1986). Emics, Etics and Social Objectivity. *Current Anthropology*(27), 243-255.
- Castaño, J. M., (2005). *Psicología social de los viajes y del turismo*.. Madrid: Thomson.
- Díaz Armas, R., (2010). La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, núm. 8(4), pp. 431-444
- García Ferrando, M. (2008). *Socioestadística. Introducción a la estadística en sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Giner, S. & Espinosa, L. D., (1998). *Diccionario de Sociología*. Alianza Editorial.
- Gutiérrez Brito, J., (2007). La investigación Social del turismo. Madrid: Thomson.
- Huete y Mantecón, (2015). La construcción de la opinión pública sobre el turismo: Crítica a la teoría del intercambio social, en Hiernaux-Nicolas, D. (coord.) *Turismo, sociedad y territorio: una lectura crítica*. Querétaro: Universidad Autónoma de Querétaro, México.
- Huete, R. (2010). Opiniones y actitudes ante el turismo residencial en el sur de la Comunidad Valenciana. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, núm. 8(4), pp. 445-461
- Jacobsen, (2000). Ant tourist attitudes Mediterranean charter tourism. *Annals of Tourism Research*, pp. 284-300.
- Pizam, A. (1978). Tourism Impacts: the social cost to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 164, 8-12
- Mantecón, A., (2008). *La experiencia del turismo. Un estudio sociológico sobre el proceso turístico-residencial*. Barcelona: Icaria.
- Marrero, J.R. y Huete, R., (2013), La opinión pública sobre el empleo turístico en la Comunidad Valenciana. *Cuadernos de Turismo*, núm. 32: 189-206.
- Pearce, (1982). *The social psychology of tourist behaviour*.. Sydney: Pergamon.
- Perdue, Long & Allen, L., (1987). Rural resident tourism perception and attitudes. *Annals of Tourism Research*, Issue 14, pp. 420-430.
- Plog, (1977). Why destination areas rise and fall in popularity.. En: *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. s.l.:s.n., pp. 55-58.
- Ritchie, B.W. e Inkari, M.(2006). Host community attitudes toward tourism and cultural tourism development: the case of the Lewes District, Southern England. *International Journal of Tourism Research*, núm. 8(1), pp. 27-44.
- Saremba y Gili, (1991). Value conflicts in Mountain Park settings. *Annals of Tourism Research*, 18, 3, 455-473.

Teye, Sirakaya & Sömmez, (2002) Resident's attitudes toward tourism development.
Annals of Tourism Research, pp. 668-688.

		POWER OF ACTOR "B"	
		High	Low
POWER OF ACTOR "A"	High	<p>1</p> <p>BALANCED MUTUAL EXCHANGE</p>	<p>2</p> <p>UNBALANCED EXCHANGE</p> <p>(Actor "A" advantaged)</p>
	Low	<p>3</p> <p>UNBALANCED EXCHANGE</p> <p>(Actor "A" disadvantaged)</p>	<p>4</p> <p>BALANCED UNREWARDING EXCHANGE</p>

Fuente: tomado de Ap (1992:681)

Ilustración 1. Matriz de consecuencias del "intercambio" de John Ap.

Tabla 1.

Escala de medición de impacto turístico rural de Perdue, Long y Allen (1987)

Percepción del impacto del turismo
1. El desarrollo de las atracciones turísticas y las instalaciones ha mejorado el aspecto de esta comunidad.
2. El turismo ha aumentado la calidad de vida en esta zona
3. El desarrollo turístico aumenta injustamente los costes reales inmobiliarios
4. El turismo se ha incrementado el número de problemas de la delincuencia en esta área.
5. El turismo se ha reducido la calidad de realización al aire libre oportunidades en esta área
6. Conveniencia de un Desarrollo del Turismo adicional
7. El aumento del número de turistas que visitan esta zona mejoraría la economía local.
8. Esta comunidad debe tratar de atraer a más turistas a esta zona
9. Los no residentes se les debe permitir desarrollar el turismo en las atracciones de esta área
10. Esta comunidad debe controlar y restringir el turismo desarrollado en esta área
11. Conveniencia de Impuestos Especiales sobre Turismo
12. Los turistas deben pagar más que los residentes locales a visitar los parques e instalaciones de realización al aire libre en esta área.
13. Esta comunidad debe cobrar a los turistas un impuesto especial en hoteles

Nota: Categorías de las respuestas: SD=muy en desacuerdo; D= en desacuerdo; A=de acuerdo y SA=muy de acuerdo