



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES**

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

**Análisis descriptivo de la percepción y del apoyo de
los residentes a la actividad turística en Sevilla.**

Trabajo Fin de Grado presentado por D^a Inmaculada García Barrionuevo, siendo la tutora del mismo la Dra. D^a Ana María Domínguez Quintero.

V^o. B^o. de la Tutora:

Alumna:

Dra. D^a. Ana M^a Domínguez Quintero. D^a. Inmaculada García Barrionuevo.

Sevilla, Junio de 2020.



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

TRABAJO FIN DE GRADO

CURSO ACADÉMICO 2019-2020

TÍTULO:

**ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA PERCEPCIÓN Y DEL APOYO DE LOS
RESIDENTES A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN SEVILLA.**

AUTOR:

D^a INMACULADA GARCÍA BARRIONUEVO.

TUTOR:

Dra. D^a. ANA MARÍA DOMÍNGUEZ QUINTERO.

DEPARTAMENTO:

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA I

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

MÉTODOS CUANTITATIVOS.

RESUMEN:

El crecimiento de la actividad turística conlleva todo tipo de reacciones, muy diferentes en función de la percepción que tienen los residentes sobre los impactos del turismo. Es importante que parte de los beneficios derivados de esta actividad sean recibidos por la comunidad local, si no, el intercambio estará resultando insatisfactorio para estos. Tras encuestar a un total de 199 residentes, se ha analizado la percepción que tienen de los impactos del turismo en Sevilla y cuáles son sus consideraciones con respecto al apoyo para su desarrollo, analizando además si el distrito postal de residencia influye en estos aspectos, dado la evidente presión en el Casco Antiguo. Una vez conocida la opinión de estos residentes, se han revisado las propuestas de la Unión Europea y las acciones llevadas a cabo por el Ayuntamiento de Sevilla, y se ha comprobado que aún hay margen de mejora en cuanto a un mejor tratamiento de los flujos turísticos y de la percepción que tienen los residentes con respecto al aumento de los mismos.

PALABRAS CLAVE:

Turismo; Sevilla; percepción de los residentes; apoyo al turismo; Marketing de destinos.

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
2.	CONCEPTOS BÁSICOS Y DEFINICIONES.	5
	2.1. DEFINICIÓN DE TURISMO.	5
	2.2. VIAJES, VISITANTES Y TURISTAS.	5
	2.3. CIFRAS EN SEVILLA.	7
3.	IMPACTOS DEL TURISMO.	15
	3.1. IMPACTOS ECONÓMICOS.	15
	3.2. IMPACTOS SOCIOCULTURALES.	16
	3.3. IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES.	17
4.	APOYO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO.....	19
5.	ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE LA MUESTRA.	21
	5.1. EDAD.	21
	5.2. SEXO.	21
	5.3. AÑOS RESIDIENDO EN SEVILLA.	22
	5.4. NIVEL DE ESTUDIOS.	22
	5.5. INGRESO ANUAL DEL HOGAR.	23
	5.6. DEPENDENCIA DE LOS INGRESOS ANUALES DEL HOGAR DEL TURISMO.	23
	5.7. PROFESIÓN.	24
	5.8. DISTRITO DE RESIDENCIA.	25
6.	ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE LAS VARIABLES ESTUDIADAS.	27
	6.1. IMPACTOS DEL TURISMO.	27
	6.2. APOYO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO.	30
7.	ANÁLISIS POR DISTRITO DE RESIDENCIA.	33
	7.1. INFLUENCIA DEL DISTRITO DE RESIDENCIA EN LA PERCEPCIÓN SOBRE LOS IMPACTOS DEL TURISMO.	33
	7.2. INFLUENCIA DEL DISTRITO DE RESIDENCIA EN EL APOYO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO.	40
8.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43
9.	BIBLIOGRAFÍA	47

1. INTRODUCCIÓN

La actitud de los residentes ante los impactos del turismo lleva siendo objeto de investigación durante más de 30 años (Almeida et. al., 2015)

Jafari (1986) menciona que, en la década de los sesenta, la investigación se centró en los aspectos positivos de los impactos del turismo; en los setenta, en los aspectos negativos, y ya en los ochenta es cuando el enfoque comenzó a ser más equilibrado (Andereck y Vogt, 2000). Sin embargo, es en los 70 cuando se empieza a dar a la figura del residente una mayor importancia, manifestándose en numerosos estudios y en los objetivos y métodos de investigación utilizados. (Plaza et. al., 2007). Posteriormente, en los 90, tal y como señalan Andereck y Vogt (2000), el enfoque comienza a ser micro y el estudio de los residentes se hace a nivel comunitario. Por tanto, en este sentido, la percepción del residente se debería considerar como una variable indispensable para la planificación y el desarrollo turístico (Plaza et. al., 2007).

De la investigación sobre los impactos del turismo, se concluye que estos impactos se podrían dividir en tres grupos: económico, sociocultural y ambiental, cada uno con repercusiones tanto positivas como negativas. La mayoría de estos estudios se han basado en la identificación de variables que influyen en la actitud de los residentes hacia el turismo (Akis et. al., 1996; Bujosa y Rosselló, 2007), las cuales detallaremos más adelante.

Sevilla ya vivió una primera gran expansión turística a raíz de la Exposición Universal del año 1992. Actualmente, desde 2010, las cifras no han dejado de crecer (ver Tabla 2.3.2.). Los motivos que podrían explicar este aumento continuado son varios: el auge de los viajes low-cost y los conflictos bélicos o civiles en países tradicionalmente receptores son aspectos sobre los que ni el poder gubernamental, ni la iniciativa privada, ni la población local, tienen ninguna influencia.

Por su parte, el Ayuntamiento de Sevilla, con Juan Espadas Cejas al frente como Alcalde y Antonio Muñoz Martínez como Teniente de Alcalde y Delegado de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo, han otorgado bastante protagonismo a esta actividad tratando de incentivarla desde diferentes perspectivas.

Este flujo constante de visitantes no es único y exclusivo del municipio sevillano. De hecho, el Plan Estratégico de Turismo de la ciudad de Copenhague¹ para 2020 se titula “El final del turismo como lo conocemos” y no habla de “turista” sino de “usuario temporal del espacio”.

A medida que esta actividad ha ido ganando protagonismo, se dice incluso que el turismo ha ascendido en la pirámide de las necesidades de Maslow actuando como factor de posicionamiento social, también han surgido colectivos anti-turismo que promueven la “turismofobia”. En Sevilla, ese papel lo ha adoptado CACTUS (Colectivo-Asamblea Contra la Turistización de Sevilla).

A raíz de la mayor presencia de turistas, iniciativas como la de este colectivo, y, especialmente, la Cumbre Mundial del Turismo que se celebró el pasado 2019 en Sevilla, cada vez se hacía más latente la preocupación de la comunidad local por un aumento desorbitado de estos nuevos “usuarios temporales del espacio” sevillano.

¹ <http://localhood.wonderfulcopenhagen.dk/wonderful-copenhagen-strategy-2020.pdf>

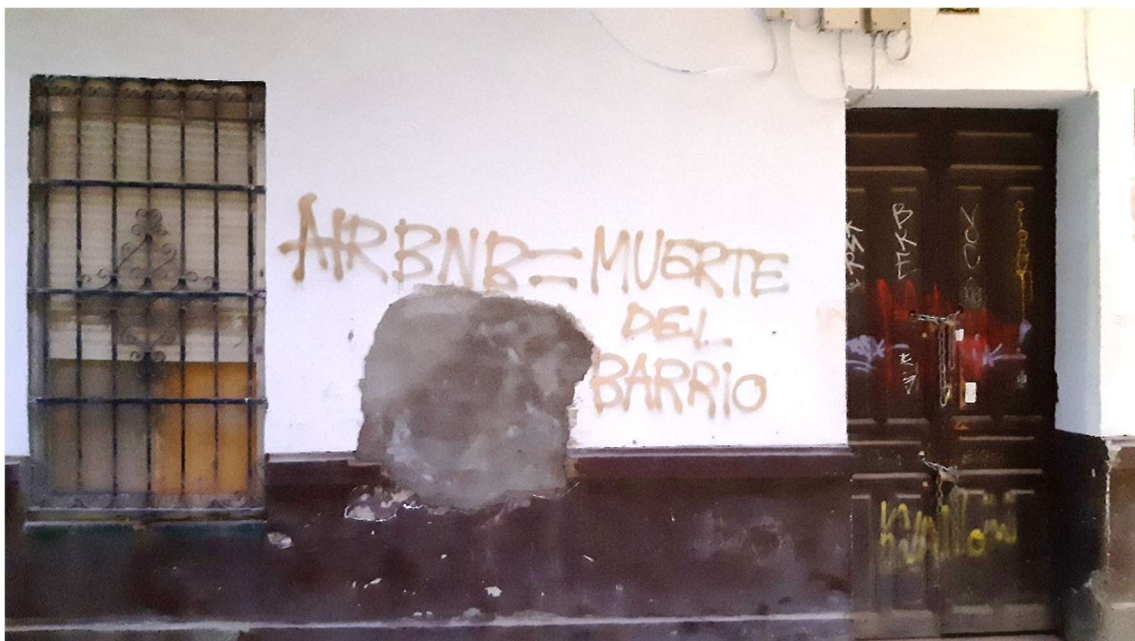
Basta con dar un paseo por la ciudad para encontrar un nuevo hotel en construcción o un edificio en obras en el que probablemente se estén construyendo apartamentos turísticos. Pero además, se pueden observar grafitis o carteles en contra del turismo y de las plataformas más conocidas (Airbnb, Booking, etc...) y críticas relacionadas con la gestión gubernamental, haciendo cada vez más latente entre la comunidad esa preocupación existente y tratando de transmitir una serie de impactos negativos que el turismo trae consigo.

Figura 1.1. Pintada en la calle Arrayán (Distrito Casco Antiguo – CP: 41003).



Autoría propia.

Figura 1.2. Pintada en la calle Martínez Montañes (Distrito Casco Antiguo – CP 41002).



Autoría propia.

Figura 1.3. Cartel y pintada en la calle Amor de Dios
(Distrito Casco Antiguo – CP 41002).



Autoría propia.

Figura 1.4. Pintada en el Pasaje Mallol (Distrito Casco Antiguo – CP 41003).



Autoría propia.

En este escenario de aparente descontento generalizado de la población local con el aumento de la actividad turística, la persistencia consistorial en destinar recursos y esfuerzos para permitir que la actividad siga creciendo, las nuevas formas de entender el turismo que se empiezan a tener en cuenta en la planificación estratégica de otros destinos turísticos, y las recomendaciones de la Unión Europea para prevenir y evitar los impactos negativos de la turistificación, es de donde surge la iniciativa para realizar este Trabajo Fin de Grado, ya que la visión personal del residente es el punto de partida a partir del cual se podrá mejorar la predisposición hacia la actividad turística (Díaz-Armas & Gutiérrez-Taño, 2010).

Este trabajo se enmarca dentro de un estudio más amplio dirigido por la Doctora Ana María Domínguez Quintero, tutora de esta investigación y profesora de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla. En él se estudiará la percepción que tienen los residentes de Sevilla sobre los impactos del turismo y su predisposición para el apoyo a dicha actividad.

Previamente se ofrece una revisión bibliográfica de las variables estudiadas, y algunas cifras con las que reflejar la situación del municipio sevillano.

Finalmente, a partir de los resultados obtenidos se proporcionarán algunas recomendaciones para asegurar la compatibilidad de las interacciones, tanto en el día a día como a largo plazo, entre turistas y residentes, en línea con las recomendaciones de la Unión Europea, y se revisarán las actuaciones llevadas a cabo por las autoridades de la ciudad y las medidas llevadas a cabo en otras ciudades con altas cifras de actividad turística.

Cabe destacar que este trabajo se ha realizado durante la pandemia ocasionada por la COVID-19, una situación que ha puesto del revés el sector turístico, que ha amenazado aspectos importantes de su estructura tal y como estaba concebida hasta ahora y que pone de manifiesto la necesidad de cambios que lo hagan más resiliente, ya que incluso ha llegado a ser objeto de discusión el valor añadido que aporta esta actividad, y no se puede olvidar que aporta entre un 12-14% del Producto Interior Bruto, y que la hipermovilidad y la hiperglobalización eran una realidad antes de esta situación y lo volverán a ser en cuanto se pueda asegurar la salud de las personas. Es, precisamente en esta situación, en la que el sector debe poner en valor su capacidad de adaptación y su aporte a la sociedad.

2. CONCEPTOS BÁSICOS Y DEFINICIONES.

2.1. Definición de turismo

Una de las primeras definiciones conocidas de *turismo* fue la enunciada por W. Hunziker y K. Krapf, considerados padres de la ciencia turística moderna, con un marcado enfoque sociológico:

“Conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que el desplazamiento o la estancia no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal.” (Hunziker y Krapf, 1942, página 5).

Esta definición fue lanzada en 1942, durante Segunda Guerra Mundial y algunos aspectos resultaban algo imprecisos, por lo que fue sustituida por la aprobada en la Conferencia Internacional sobre las Estadísticas de los Viajes y del Turismo, celebrada en Ottawa en junio de 1991, y organizada por la Organización Mundial del Turismo.

En el manual “Recomendaciones sobre las estadísticas de turismo”, publicado en 1994, quedaron aprobadas diferentes definiciones y clasificaciones relacionadas con el turismo. El propio término de turismo queda recogido como las “actividades que realizan las personas durante los viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. (OMT, 1994, página 5).

Esta versión fue revisada y en 2008 se publicaron las nuevas recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, donde turismo aparece definido como:

“... un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio.” (RIET 2008, OMT, párrafo 1.1.)

2.2. Viajes, visitantes y turistas

En la mencionada definición aparecen una serie de conceptos que sería conveniente clarificar, ya que de ellos depende a su vez la categorización de diferentes tipos de actividades relacionadas con el turismo.

El término **viaje** designa la actividad de los viajeros, mientras que un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos por cualquier motivo y duración. (RIET, 2008).

El viaje comprende, por un lado, todo desplazamiento de una persona a un lugar fuera de su lugar de residencia habitual, desde su salida hasta su regreso; por tanto, por otro lado, el viaje se compone de una serie de visitas a diferentes lugares. (RIET, 2008).

Los viajes se clasifican en:

- Viajes internos: son los viajes realizados por los residentes dentro de un país. *Por ejemplo: si se viaja de Mallorca a Sevilla, o de Múnich a Hamburgo.*
- Viajes receptores: aquellos realizados a un país distinto del país de residencia. *Por ejemplo: si se viaja de Mallorca a Múnich, o de Hamburgo a Sevilla.*
- Viajes emisores: son los realizados por los residentes fuera de un país. *Por ejemplo: en el primer caso del segundo ejemplo, el viaje emisor procede de España. En el segundo caso, de Alemania.*

Un **visitante** es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. (RIET, 2008). Se denomina visitante interno, receptor atendiendo al tipo de viaje que se ha realizado.

Relacionando estos dos términos es como finalmente llegamos a la definición de turismo. Los viajes realizados por los visitantes se consideran viajes turísticos y como ya se ha mencionado, el turismo hace referencia al conjunto de actividades de los visitantes. El turismo, por tanto, es un subconjunto de los viajes, y los visitantes un subconjunto de los viajeros. (RIET, 2008).

La última clasificación consiste simplemente en la diferenciación entre si los visitantes pernoctan o no. En el primer caso, son denominados turistas; en el segundo, visitantes del día o excursionistas. La estancia media se obtiene de dividir el número de pernoctaciones entre el total de viajeros.

2.3. Cifras en Sevilla.

La información oficial que ofrece el Ayuntamiento de Sevilla en el Centro de Datos Turísticos para el año 2019, es que el municipio sevillano recibió un total de 3.121.934 viajeros, mientras que el total de pernoctaciones alcanzaron la cifra total de 6.706.744 y se repartieron de la siguiente forma a lo largo del año:

Tabla 2.3.1. Viajeros, pernoctaciones y estancia media por meses del año 2019.

	<i>Viajeros</i>	<i>Pernoctaciones</i>	<i>Estancia media</i>
Enero	206.636	458.739	2,22
Febrero	227.862	475.237	2,09
Marzo	273.175	594.097	2,17
Abril	279.437	634.172	2,27
Mayo	298.283	638.159	2,14
Junio	271.555	574.442	2,12
Julio	237.616	516.899	2,18
Agosto	278.362	588.972	2,12
Septiembre	288.175	601.773	2,09
Octubre	300.338	636.417	2,12
Noviembre	237.190	509.772	2,15
Diciembre	223.305	478.065	2,14
2019	3.121.934	6.706.744	2,15

Elaboración propia a partir de datos del Centro de Datos Turísticos de Sevilla.

Por su parte, las encuestas de ocupación hotelera y de apartamentos turísticos ofrecen para el punto turístico de Sevilla desde el año 2010 las siguientes cifras:

Tabla 2.3.2. Viajeros, pernотaciones y estancia media en hoteles y apartamentos turísticos, 2010-2018.

Datos brutos									
	<i>Viajeros</i>			<i>Pernотaciones</i>			<i>Estancia media</i>		
	<i>Hoteles</i>	<i>Apartamentos turísticos</i>	<i>Total</i>	<i>Hoteles</i>	<i>Apartamentos turísticos</i>	<i>Total</i>	<i>Hoteles</i>	<i>Apartamentos turísticos</i>	<i>Total</i>
2019	Datos provisionales								
2018	2.677.036	328.993	3.006.029	5.527.290	840.197	6.367.487	2,064705144	2,553844611	2,118238713
2017	2.615.695	285.530	2.901.225	5.226.402	705.122	5.931.524	1,99809305	2,46951984	2,044489483
2016	2.534.963	207.261	2.742.224	4.996.378	534.751	5.531.129	1,970986559	2,580085014	2,017023044
2015	2.320.077	159.583	2.479.660	4.618.027	433.027	5.051.054	1,990462817	2,713490785	2,036994588
2014	2.079.141	153.847	2.232.988	4.053.429	432.510	4.485.939	1,949569077	2,811299538	2,008940039
2013	1.917.223	120.491	2.037.714	3.718.394	340.819	4.059.213	1,9394687	2,828584708	1,992042554
2012	1.875.375	76.916	1.952.291	3.581.089	233.522	3.814.611	1,909532227	3,036065318	1,953915169
2011	1.910.226	64.716	1.974.942	3.605.575	210.319	3.815.894	1,887512263	3,249876383	1,93215497
2010	1.778.971	48.406	1.827.377	3.332.866	167.856	3.500.722	1,873479669	3,467669297	1,915708691

Elaboración propia a partir de Encuesta de Ocupación Hotelera y Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos del INE.

Llegados a este punto, sería interesante comparar las cifras de Sevilla con las de otros grandes puntos turísticos. Resulta casi evidente que las primeras posiciones son ocupadas por Madrid y Barcelona, pero sorprendentemente, en total de pernoctaciones Sevilla es superada por localidades costeras y municipios de los archipiélagos balear y canario.

Tabla 2.3.3. Puntos turísticos con mayor número de pernoctaciones en 2018.

	Hoteles	Apartamentos turísticos	Total
28079 Madrid	19.684.880	1.723.450	21.408.330
08019 Barcelona	20.201.537	683.558	20.885.095
35019 San Bartolomé de Tirajana	12.558.749	6.078.336	18.637.085
03031 Benidorm	11.503.040	2.747.864	14.250.904
38001 Adeje	10.067.894	2.859.077	12.926.971
38006 Arona	6.005.031	4.315.353	10.320.384
07011 Calvià	8.981.400	1.208.605	10.190.005
07040 Palma de Mallorca	9.224.925	327.881	9.552.806
35015 Pájara	7.983.549	1.001.710	8.985.259
35012 Mogán	4.583.838	3.353.533	7.937.371
43905 Salou	5.732.900	915.434	6.648.334
41091 Sevilla	5.527.290	840.197	6.367.487

E

Elaboración propia a partir de Encuesta de Ocupación Hotelera y Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos del INE.

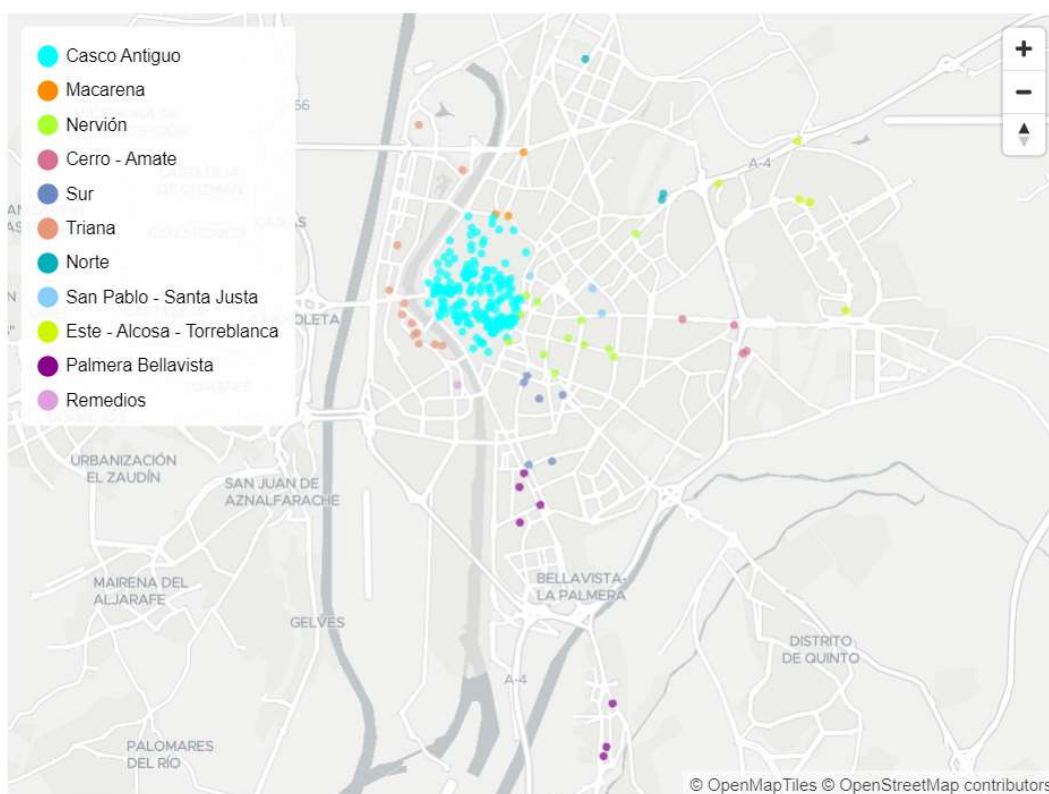
Las localidades costeras sufren de una fuerte estacionalidad, no siendo así para la localidad sevillana. Según la EOH, solo tienen menor desviación que Sevilla los municipios de Arona y Mogán, mientras que según los datos la EOAT, es Barcelona el único punto turístico con menor desviación.

En abril de 2020, en el Registro de Turismo de Andalucía había un total de 261 establecimientos hoteleros, a los que les correspondían 23.719 plazas hoteleras, mientras que los apartamentos turísticos ofrecían 5.520 plazas repartidas en 170 conjuntos. En total, se alcanzan las 29.239 plazas.

A continuación, se presentan dos mapas de Sevilla en los que aparecen representados, en primer lugar, establecimientos hoteleros y, seguidamente, los conjuntos de apartamentos turísticos, categorizados ambos por código postal.

Han sido elaborados a partir de la información obtenida del RTA y con la herramienta web Flourish.

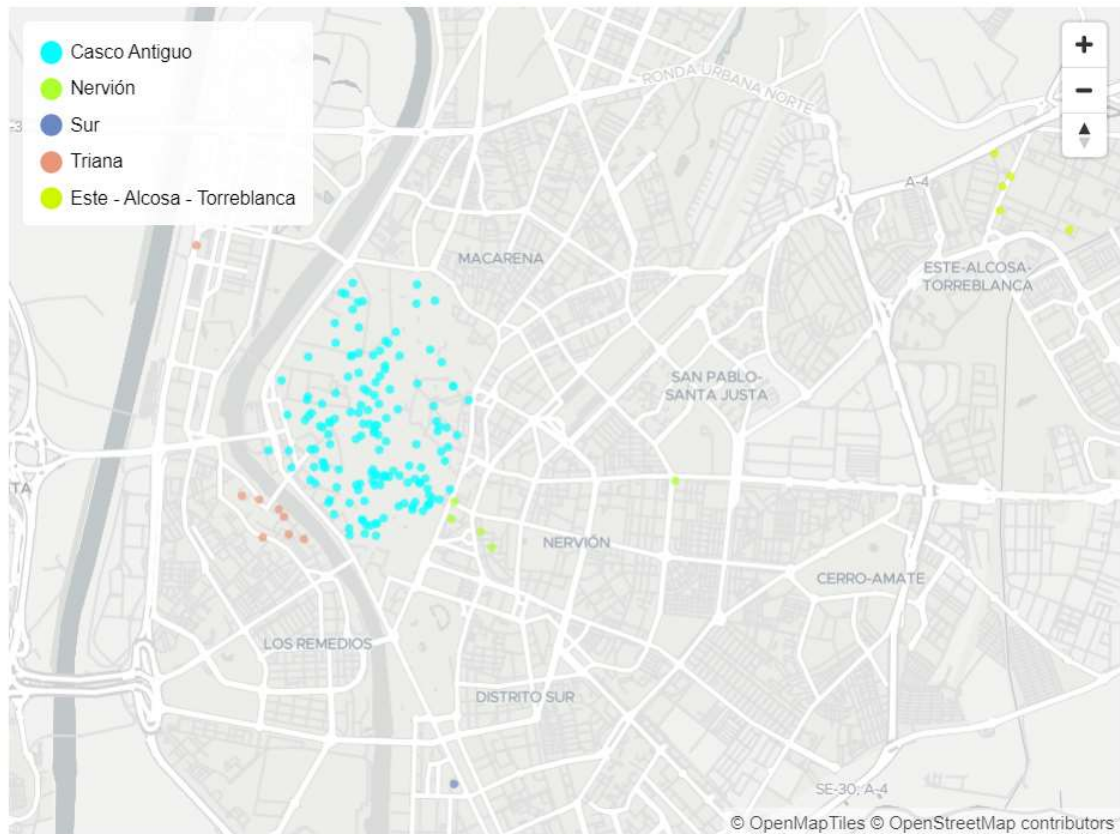
Figura 2.3.1. Establecimientos hoteleros abiertos en Sevilla a abril de 2020.



Elaboración propia a partir de datos del Registro de Turismo de Andalucía.

Partimos de la base de que el Casco Histórico de Sevilla es el más grande de España y el segundo más grande de Europa, por detrás de Génova, y de que el conjunto Alcázar-Catedral-Archivo de Indias, Patrimonio de la Humanidad, se encuentra en este distrito, y resulta más que evidente que el resultado sea que el Casco Antiguo sea el distrito con mayor número de establecimientos hoteleros, con un total de 201 establecimientos hoteleros. Seguidamente se encuentran Triana y Nervión, ambos con 12 establecimientos.

Figura 2.3.2. Apartamentos turísticos abiertos en Sevilla a abril de 2020.



Elaboración propia a partir de datos del Registro de Turismo de Andalucía.

Por otro lado están los Apartamentos Turísticos. De nuevo, es el Casco Antiguo el que alberga la mayor cantidad de apartamentos, 149. En el caso de los apartamentos turísticos, el siguiente distrito sería Triana de nuevo, con un total de ocho, mientras que Nervión estaría en tercer lugar junto con el distrito Este-Alcosa-Torreblanca, ambos con cinco.

A pesar de que el INE solo recoge las pernoctaciones que han tenido lugar en hoteles y apartamentos turísticos, son muchas más las personas que diariamente pueden recorrer los principales productos turísticos² de cualquier destino turístico³, además de las personas que se hospeden en establecimientos hoteleros y/o apartamentos turísticos.

²Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (OMT, 2019).

³Se considera destino turístico al espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado. (OMT, 2019).

Mientras que el conjunto total de plazas de ambos tipos establecimientos era de 29.239, las plazas en viviendas con fines turísticos alcanzaban las 27.154 plazas, repartidas en 5.628 viviendas con fines turísticos (VFT).

En 2018, el Ayuntamiento de Sevilla, a través de EMVISESA, publicó el Plan Municipal de Vivienda, Rehabilitación y Suelo de Sevilla 2018-2023. En él se ofrece una estimación de viviendas con fines turísticos, tanto las registradas en el RTA de Andalucía como las que no, que, sobre el total de viviendas familiares, ofrece el porcentaje de presión turística por distritos. Claramente el Casco Antiguo es el distrito más deshabitado, seguido de Triana y Los Remedios, y en menor medida, Nervión.

Tabla 2.3.4. Presión turística por distritos.

		<i>Vivienda familiar</i>	<i>VFT registrada</i>	<i>VFT no registrada</i>	<i>VFT totales</i>	<i>Presión turística (%VFT/VF)</i>
D01	Casco Antiguo	34.272	1.153	5.618	6.771	19,76%
D02	Macarena	36.265	25	539	564	1,56%
D03	Nervión	25.689	66	521	587	2,29%
D04	Cerro - Amate	38.638	7	127	134	0,35%
D05	Sur	33.092	14	359	373	1,13%
D06	Triana	24.884	170	991	1.161	4,67%
D07	Norte	29.641	1	118	119	0,40%
D08	San Pablo - Santa Justa	27.720	22	307	329	1,19%
D09	Este	40.760	2	102	104	0,26%
D10	Bellavista - La Palmera	18.205	12	211	223	1,22%
D11	Los Remedios	11.797	23	286	309	2,62%
Total Sevilla		320.963	1.495	9.179	10.674	3,33%

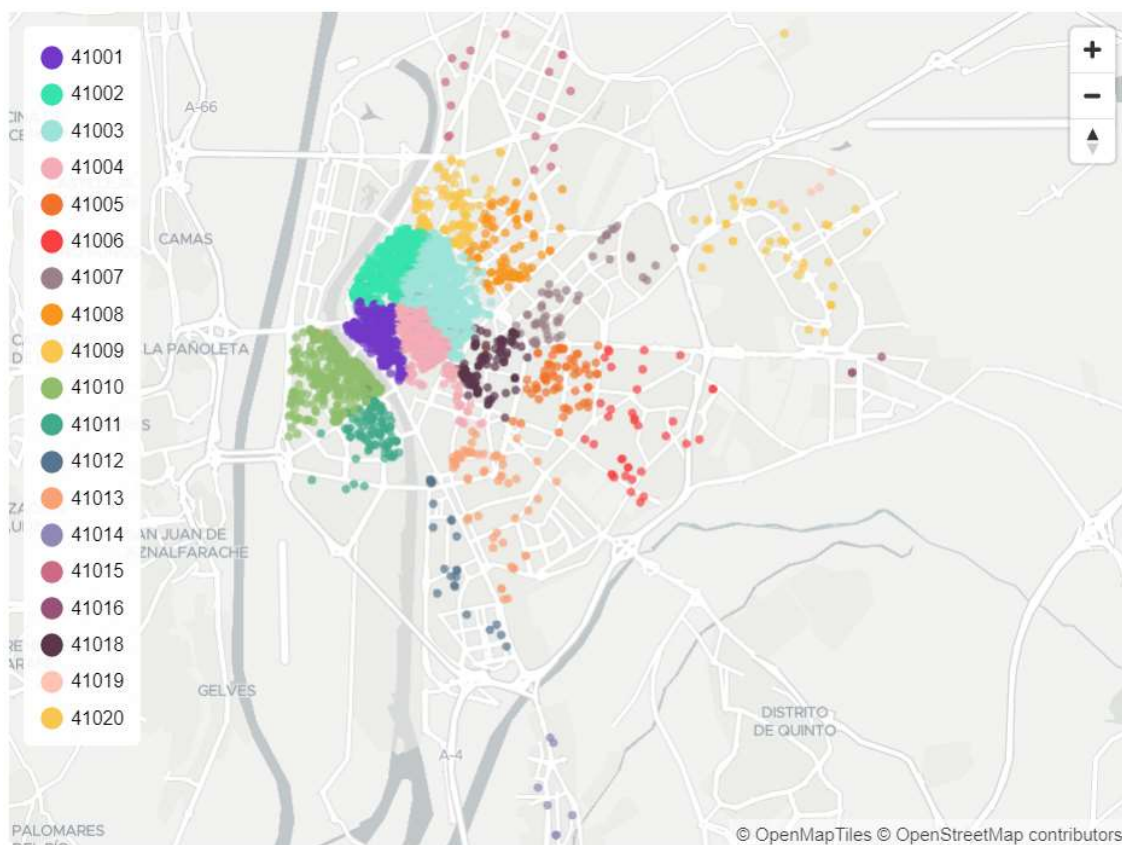
Fuente: Elaboración propia a partir del Plan Municipal de Vivienda, Rehabilitación y Suelo de Sevilla 2018-2023.

Las viviendas con fines turísticos reciben críticas continuas. Como se puede observar por la tabla de presión turística, existen muchas de ellas que no se encuentran reguladas. También es especialmente criticada por el sector hotelero, representados por la Asociación de Hoteleros de Sevilla y Provincia, ya que se erigen como una gran competencia pero lo hacen con menos condiciones o menos estrictas en cuanto al ejercicio de su actividad. De hecho, en la ciudad existe una Mesa para la Lucha contra la Oferta Ilegal de Alojamientos Turísticos.

El Ayuntamiento de Sevilla lleva trabajando continuamente contra la situación irregular de estas viviendas. En 2018, presentaban la propuesta para cambiar el PGOU y que las VVFFTT dejaran de tener un uso residencial.

De la misma forma que con los establecimientos hoteleros y apartamentos turísticos, se presenta a continuación el mapa de las viviendas con fines turísticos registradas a abril de 2020. Este ha sido categorizado por códigos postales, ya que la presión de VFTs en un mismo distrito dificultaría la visualización por distritos postales.

Figura 2.3.2. Viviendas con fines turísticos abiertas en Sevilla a abril de 2020.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Registro de Turismo de Andalucía.

3. IMPACTOS DEL TURISMO

El presente trabajo tiene como objetivo analizar desde la perspectiva local la percepción que tienen los residentes de Sevilla sobre los efectos del turismo y si, en su conjunto, consideran esta actividad económica como beneficiosa o perjudicial, tanto a nivel individual como colectivo.

Viene siendo objeto de estudio el hecho de que la actividad turística tenga un gran potencial para afectar las vidas de los residentes de una comunidad (Andereck et al., 2005). Los numerosos estudios llevados a cabo sobre los impactos del turismo parecen haber constatado la existencia de tres grupos diferenciados de impactos: económicos, socioculturales y medioambientales (Almeida-García et al., 2015).

En general, los residentes suelen tener una opinión positiva sobre los impactos económicos del turismo, mientras que para el caso de los impactos socioculturales y medioambientales, la visión es negativa. (Almeida-García et al., 2015; Andereck et al., 2005; Andriotis, 2005; Belisle & Hoy, 1980; Diedrich & García, 2009).

Dado que no hay consenso sobre los factores que provocan las diferentes actitudes frente a los impactos del turismo, la mayoría de estudios apuntan que esto se debe a las diferentes fases de desarrollo de la industria turística. (Almeida-García et al., 2015).

También hay ciertas diferencias entre los niveles de predisposición según el punto de vista del encuestado, en función de la percepción propia o comunitaria del beneficio (Díaz-Armas & Gutiérrez-Taño, 2010).

3.1. Impactos económicos.

Los impactos económicos, tanto los positivos como los negativos, son causados por una mayor demanda de bienes y servicios, infraestructura local, bienes inmuebles y servicios públicos, principalmente (Peeters et al., 2018).

Aunque depende en gran medida de la fase de desarrollo en la que se encuentre la industria turística, el grupo de impactos económicos es el que más actitudes positivas genera en los residentes. Principalmente, por las oportunidades de empleo que supone y el consecuente aumento de ingresos y la posible mejora en la calidad de vida, además de mejorar los ingresos fiscales (Rasoolimanesh et al., 2017; Andereck et al. 2005; Choi and Sirakaya 2006; Ko and Stewart 2002). Adicionalmente se mencionan también una mejor actitud hacia el trabajo y más oportunidades en cuanto a emprendimiento y/o apertura de negocios locales (Haralambopoulos, N. & Pizam, A., 1996).

Algunos estudios han evidenciado que no se perciben beneficios en algunos de los ítems relacionados con el aumento del empleo y de la calidad de los mismos (Andereck et al, 2005). Además, en algunos casos la estacionalidad podría conducir a una dependencia de la comunidad en el empleo turístico, pudiendo llegar a desarrollar una sobre dependencia y la degradación económica de otros sectores (Peeters et al., 2018).

Por el lado de lo público, la inversión en infraestructuras e instalaciones necesaria en una ciudad que afronta la llegada de cada vez más turistas, beneficia también a los residentes y posiblemente de esta forma contribuya a la mejora de su calidad de vida. En última instancia, también mejorará su actitud ante el turismo.

En cuanto a los aspectos negativos percibidos por los residentes, se consideran el aumento del coste y de los estándares de vida (Almeida-García et al., 2015), el incremento de precios de bienes y servicios (podríamos señalar especialmente el caso de la hostelería), la inflación, (Andereck et al., 2005) y el consecuente aumento del precio de la vivienda, tasas de propiedad y valor del terreno, lo que dificulta la compra del primer hogar (Rasoolimanesh et al., 2017).

Aunque la repercusión del turismo es evidente en la economía de los países y regiones en los que se desarrolla, su importancia tiene distinta intensidad según sea el dinamismo y la diversificación de dicha economía. De esta forma, la rápida inyección de ingresos que supone el gasto turístico y las inversiones extranjeras, afectan de manera mucho más significativa a países en vías de desarrollo que a países desarrollados, que generalmente cuentan con economías más diversificadas (Sancho, A. et al., 1998).

En el marco de la planificación a largo plazo para el desarrollo turístico, sería conveniente evaluar los costes y beneficios que un proyecto turístico implica, a fin de cubrir todos los impactos económicos de la actividad turística en un destino. El turismo debe ser considerado como una opción más frente a actividades económicas alternativas que pueden ser más beneficiosas (Sancho, A. et al., 1998). Otro punto de vista podría ser que la actividad turística se apoyara en otras actividades económicas y viceversa, de forma que puedan desarrollarse sinergias, lo cual terminará favoreciendo a la economía en su conjunto.

3.2. Impactos socioculturales.

Los beneficios económicos son vistos con más frecuencia como los que en mayor medida pueden ayudar a mejorar la calidad de vida de los residentes. Sin embargo, el factor sociocultural suele no ser visto de manera tan positiva (Andereck et al., 2005).

El turismo puede cambiar los valores comunes, patrones de comportamiento, estilos y calidad de vida de los miembros de la comunidad, afectando a sus hábitos, costumbres y creencias. Si bien es cierto que con la interacción entre turistas y residentes surgen nuevas oportunidades sociales y culturales, también lo es que el residente puede llegar a sentirse bajo presión, en peligro, e incluso sentir amenazada su propia identidad (Almeida-García et al., 2015).

En estudios llevados a cabo, se mencionan como consecuencias del turismo una mayor oferta de actividades de ocio y entretenimiento y la estimulación de actividades culturales. También, el interés en mantener y preservar el patrimonio cultural, como edificios históricos y lugares arqueológicos, lo cual ayuda a mantener el orgullo, la identidad y los valores culturales (Almeida-García et al., 2015; Andereck et al., 2005). El turismo también promovería la preservación y resurgimiento del arte, cultura y oficios tradicionales (Kim, 2002; Rasoolimanesh et al., 2017).

Como aspectos negativos se considerarían cambios irrevocables en el sistema de valores familiares y sus relaciones, problemas de tráfico y aparcamiento, y, desde un punto de vista social, los residentes llegan a reconocer un aumento de la delincuencia y el vandalismo, de la disponibilidad y el consumo público de drogas y alcohol, de la prostitución y de los crímenes y robos, así como cualquier otro tipo de actividad ilícita (Almeida-García et al., 2015; Rasoolimanesh et al., 2017; Ko & Stewart, 2002).

Además de todos ellos, en el estudio de Andereck, Valentine, Knopf and Vogt de 2005, se mencionan también otros aspectos como la comercialización de la cultura, aumento de los juegos de azar, y, ya en 1986, se observa la disminución de la hospitalidad de los residentes⁴, y desde 1994, el hacinamiento de instalaciones y recursos públicos.

Aunque los resultados en el campo de estudio de la percepción de los residentes sobre los impactos socioculturales son contradictorios (Almeida-García et al., 2015), puede llegar a evidenciarse una relación directa entre una evaluación positiva de estos efectos del turismo y el apoyo para su desarrollo (Besculides et al. 2002; Brunt & Courtney, 1999; Lankford & Howard, 1994). Al no existir un consenso general, habría que tener en cuenta de nuevo el grado, contexto y/o circunstancias en las que se encuentre el desarrollo de la actividad turística (Almeida-García et al., 2015).

3.3. Impactos medioambientales

El turismo debe ser la razón para proteger y preservar los recursos, para evitar que, como en otros atractivos pero frágiles entornos, sean dañados o destruidos (Almeida-García et al., 2015; Andereck et al., 2005). Sin embargo, también se plantea la posibilidad de que las políticas locales estén demasiado orientadas a la atracción de turistas y la cobertura de sus necesidades, a través de la provisión de instalaciones públicas e infraestructuras (por ejemplo, carreteras, hoteles y otros equipamientos), así como un sector privado demasiado entusiasta y con fines de lucro. Todo ello acabaría poniendo en peligro el propio destino, al haber olvidado las consecuencias para el medioambiente y el efecto negativo que puede causar en aquellos entorno más frágiles y con mayor afluencia de turistas (Andereck et al., 2005; Rasoolimanesh et al.; 2017).

Como aspectos positivos, los residentes valoran la preservación de los recursos naturales y la mejor apariencia de la ciudad y sus alrededores (Almeida-García et al., 2015).

Por otro lado, reconocen problemas como la acumulación de basura, el aumento de todo tipo de contaminación, destrucción de la fauna por la destrucción del propio hábitat (destrucción de humedales, de suelo, playas, deforestación,...) (Almeida-García et al., 2015; Andereck et al., 2005; Rasoolimanesh et al., 2017; Ko and Stewart, 2002).

La particularidad de esta dimensión es que, aunque sus aspectos negativos preocupen a los residentes, no es significativa para aquellos que ya han alcanzado un mejor nivel de vida fruto de la actividad turística.

Por todo lo anterior, la *gentrificación* se ha convertido en un problema recurrente en los últimos años, que podría considerarse como la suma de todos los impactos negativos de los distintos grupos.

En general, los residentes enfrentan una degradación o reducción de infraestructura e instalaciones específicas de la comunidad y/o un aumento de precios en todo tipo de servicios y productos, obligándolos a abandonar un área determinada (Peeters et al., 2018).

⁴En Andereck et al., 2005 y Rasoolimanesh et al., 2017, el hacinamiento de los lugares públicos es incluido en el grupo de los impactos socioculturales, mientras que en Almeida et al., 2015, se incluye entre los impactos medioambientales.

Andereck (1995) menciona también otras consecuencias como la construcción de grandes edificios que destruyan las vistas, estilos arquitectónicos inadaptados y en disonancia con el estilo predominante de la ciudad, contaminación acústica por mayor tráfico (incluyendo coches, aviones y personas) y grafitis.

Otro tipo de impacto considerado es la degradación de la imagen de destino tal como la percibe el turista. Esta imagen se ve afectada por las experiencias negativas de los visitantes, derivadas de una mayor conciencia de la presencia en grandes cantidades en el destino de no residentes, es decir, el propio visitante también puede llegar a sentirse perturbado por el hacinamiento turístico y la congestión. (Peeters et al., 2018).

En general, se podría decir que los residentes suelen tener buena predisposición hacia el turismo, no sin que ello implique que no tengan preocupaciones en cuanto a los impactos que pueda causar en sus comunidades; estos impactos variarán entre unos lugares y otros.

4. APOYO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO.

Gran variedad de estudios han explorado el impacto del desarrollo turístico percibido por la comunidad local (Almeida-García et al., 2015; Díaz-Armas & Gutiérrez-Taño, 2010; Rasoolimanesh et al., 2017; Šegota et al., 2016). El desarrollo de la industria turística y las interacciones posteriores entre residentes y turistas pueden tener un impacto directo en la comunidad (Rasoolimanesh et al., 2015).

La actitud del residente debe ser incluida en los procesos de planificación de los destinos, ya que esta puede afectar la experiencia y la satisfacción del turista. Se hace necesaria la identificación y segmentación de los individuos con el fin de establecer líneas estratégicas y operativas adaptadas a grupos homogéneos en cuanto a percepción (Díaz-Armas & Gutiérrez-Taño, 2010).

En la mayoría de los estudios, se presupone que las actitudes positivas hacia el turismo implican apoyo para su desarrollo. King, Pizam y Milman (1993) encontraron una relación entre las actitudes y la opinión general sobre el turismo (oponerse al turismo vs. favorecer el turismo). Mientras que Jurowski, Uysal y Williams (1997) descubrieron que las percepciones sobre los impactos turísticos influyeron en el apoyo al desarrollo turístico. Ambos estudios presentan limitaciones a la hora de afirmar la existencia de una relación (Andereck & Vogt, 2000).

Anteriormente, Perdue, Long, and Allen (1990) midieron el apoyo de los residentes para el desarrollo turístico preguntándoles si pensaban que la comunidad debía intentar atraer más turistas. En su estudio constataron la existencia de una relación directa entre actitudes positivas hacia el turismo y aumento de los beneficios personales. El estudio fue llevado a cabo en Colorado, y a pesar de que confirmó la hipótesis de que las actitudes positivas hacia el turismo y la cantidad de beneficio personal se relacionaron positivamente con el apoyo para atraer a más turistas, no preguntaron a los residentes de manera específica si apoyarían un desarrollo turístico adicional (Andereck & Vogt, 2000).

Posteriormente, Snaith y Haley (1995), estudiaron la relación entre las actitudes de los residentes y el apoyo al desarrollo del turismo en el área urbana, obteniendo que una percepción positiva del turismo predice el apoyo para su desarrollo (Andereck & Vogt, 2000).

Cuando se trata de destinos con lugares declarados Patrimonio de la Humanidad, como es el caso de Sevilla, es importante desarrollar tanto el lugar como sus alrededores como destino turístico, para facilitar el desarrollo económico de la comunidad local. Al mismo tiempo se debe priorizar la sostenibilidad mediante programas de conservación dentro del área para mantener el propio lugar en sí (Rasoolimanesh et al., 2017).

El desarrollo turístico en estos destinos puede ayudar a las comunidades locales a preservar y promover su cultura a través de actividades culturales, aumentando así el orgullo de los residentes por su cultura y preservando su identidad cultural (Rasoolimanesh et al., 2017).

Es importante resaltar la necesidad de lograr un equilibrio entre los impactos económicos y sociales positivos para el desarrollo del turismo en destinos Patrimonio de la Humanidad y los esfuerzos para su conservación (Rasoolimanesh et al., 2017).

5. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE LA MUESTRA

En este punto, se incluyen los datos correspondientes a aspectos sociodemográficos básicos como son la edad, el sexo, los años que lleva la persona encuestada residiendo en Sevilla y el nivel de estudios. También se pregunta, por un lado, cuál es el ingreso anual de su hogar y si depende del turismo, y por otro, cuál es su profesión y si está relacionada con la actividad turística. Finalmente, ya que es bastante interesante en relación al objetivo de este trabajo, se analiza el distrito de residencia de las personas encuestadas.

Todos los resultados que se muestren a continuación se corresponden con la muestra a partir de la cual se ha realizado el análisis, la cual está conformada por 199 observaciones en sus distintos aspectos.

5.1. Edad:

La mayoría de encuestados tenían entre cuarenta y cinco y cincuenta y cuatro años. Para este intervalo de edad, la mayoría de las personas encuestadas se identificaban con el género femenino.

5.2. Sexo:

En general, la mayoría de personas que contestaron la encuesta se identificaban con el género femenino, un 53,27%, frente al 46,73% que se identificaban con el género masculino.

Tabla 5.2.1. Distribución por edad y sexo.

Aspectos sociodemográficos: Sexo y Edad				
	Masculino	Femenino	Total	%
18-24	16	16	32	16,08%
25-34	13	14	27	13,57%
35-44	15	25	40	20,10%
45-54	26	31	57	28,64%
55-64	15	11	26	13,07%
Más de 65	8	9	17	8,54%
Total	93	106	199	100%
%	46,73%	53,27%	100%	

Elaboración propia.

5.3. Años residiendo en Sevilla:

Una gran parte de los encuestados, en concreto el 77,9% de los mismos, llevan más de diez años residiendo en Sevilla.

Tabla 5.3.1. Distribución de los años de residencia en Sevilla.

Aspectos demográficos: Años residiendo en Sevilla		
		%
<i>Menos de un año</i>	15	7,5
<i>De uno a cinco años</i>	20	10,1
<i>De seis a 10 años</i>	9	4,5
<i>Más de diez años</i>	155	77,9
<i>Total</i>	199	100

Elaboración propia.

5.4. Nivel de estudios:

Un 61,31% de los encuestados han alcanzado, al menos, un nivel de estudios de graduado o licenciado. Son mayoría frente al 38,69% que han alcanzado el nivel de bachillerato o formación profesional, como máximo.

Tabla 5.4.1. Distribución de los años de residencia en Sevilla.

Aspectos sociodemográficos: Nivel de estudios		
		%
<i>Primaria</i>	2	1%
<i>Secundaria</i>	11	5,53%
<i>Bachillerato/Formación profesional</i>	64	32,16%
<i>Graduado/Licenciado</i>	78	39,20%
<i>Máster/Doctorado</i>	44	22,11%
<i>Total</i>	199	100%

Elaboración propia.

5.5. Ingreso anual del hogar:

La mayoría de los encuestados reportan un ingreso anual de entre 10.000 y 19.999€, un ingreso no demasiado elevado.

El porcentaje de personas que alcanzan, al menos, un ingreso anual de 19.999€ son el 45,08%. Por encima de los 20.000€, el porcentaje total sería de 54,91%.

5.6. Dependencia de los ingresos anuales del hogar del turismo:

En este caso, son minoría las personas que afirman que su trabajo esté relacionado con el turismo, y por tanto, los ingresos anuales de su hogar dependan de la actividad turística.

Se han perdido 6 casos para esta tabla de resultados.

Tabla 4.6.1. Distribución de nivel de ingresos anual del hogar y relación con el turismo.

Aspectos sociodemográficos: Ingreso anual del hogar y dependencia de dichos ingresos del turismo

	¿Depende un porcentaje de los ingresos del hogar del turismo?		Total	%
	Sí	No		
Menos de 9.999€	6	33	39	20,21%
Entre 10.000€ y 19.999€	11	37	48	24,87%
Entre 20.000€ y 29.999€	3	38	41	21,24%
Entre 30.000€ y 39.999€	3	27	30	15,54%
Más de 40.000€	5	30	35	18,13%
Total	28	165	193	100,00%
%	14,51%	85,49%	100%	

Elaboración propia.

5.7. Profesión:

La mayoría de los encuestados, aunque no un gran porcentaje de ellos, responden ser trabajadores cualificados.

Al igual que para el caso anterior, la mayoría de los encuestados no presentan una profesión relacionada con el turismo. Es por ello que sus ingresos anuales no dependen de dicha actividad.

La diferencia en el porcentaje de relación/dependencia es que para esta tabla se ha perdido solo un caso.

Tabla 5.7.1. Profesión de los encuestados y dependencia del turismo.

Aspectos sociodemográficos: Profesión y relación con el turismo

	Sí	%	No	%	Total
<i>Trabajador cualificado</i>	12	19,05%	51	80,95%	63
<i>Estudiante</i>	1	2,94%	33	97,06%	34
<i>Profesional liberal</i>	2	7,41%	25	92,59%	27
<i>Jubilado</i>	2	10,53%	17	89,47%	19
<i>Empresario</i>	4	22,22%	14	77,78%	18
<i>Desempleado</i>	2	22,22%	7	77,78%	9
<i>Directivo</i>	1	16,67%	5	83,33%	6
<i>Otros (Varios)</i>	2	33,33%	4	66,67%	6
<i>Otros (Funcionario)</i>	0	0,00%	5	100,00%	5
<i>Otros (Profesor/Investigador/Coordinador docente)</i>	1	20,00%	4	80,00%	5
<i>Trabajador no cualificado</i>	1	25,00%	3	75,00%	4
<i>Ama de casa</i>	0	0,00%	2	100,00%	2
Total	28	14,14%	170	85,86%	198

Elaboración propia.

5.8. Distrito de residencia:

A la hora de analizar los resultados de la investigación, se ha prestado especial atención a los distritos de residencia. La tendencia es pensar que los impactos de la turistificación afecten más a unos barrios que otros. En Sevilla, principalmente, esto es así para el caso del Casco Antiguo, y en menor medida, Triana o Nervión... Sin embargo, la percepción que tienen los residentes sobre los impactos de la actividad turística se ha demostrado que no se ve influida por el distrito de residencia, a pesar de que algunos de ellos estén menos “congestionados”.

La mayoría de los encuestados, residen precisamente en el Casco Antiguo. En segundo lugar, se encuentran los residentes de la Macarena y Los Remedios. Seguidamente, se encuentran los residentes del distrito Nervión. En la tabla se presentan los resultados ordenados de mayor a menor.

Tabla 5.8.1. Distribución por distritos de residencia.

Aspectos sociodemográficos: Distrito de residencia		
		%
<i>Casco Antiguo</i>	43	21,61%
<i>Macarena</i>	22	11,06%
<i>Los Remedios</i>	22	11,06%
<i>Nervión</i>	21	10,55%
<i>Norte</i>	20	10,05%
<i>Triana</i>	16	8,04%
<i>San Pablo-Santa Justa</i>	15	7,54%
<i>Sur</i>	14	7,04%
<i>Este-Alcosa-Torreblanca</i>	13	6,53%
<i>Cerro-Amate</i>	7	3,52%
<i>Bellavista-La Palmera</i>	6	3,02%
Total	199	100%

Elaboración propia.

6. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE LAS VARIABLES ESTUDIADAS

6.1. Impactos del turismo.

Se ha estudiado la variable impactos del turismo. Se les pedía a los encuestados que valoraran del 1 al 7, siendo 1 “muy malo” o “negativo” y 7 “muy bueno” o “positivo”, el impacto que puede ejercer el turismo en los aspectos recogidos en los ítems.

Todas las variables se han medido en escalas de Likert de siete puntos, a pesar de que otros muchos trabajos de la literatura académica utilicen este tipo de escalas con niveles de cuatro o cinco puntos. Sin embargo, una mayor variación en los niveles de la escala redundaría en la obtención de valoraciones más diversas y evita que los encuestados se decanten mayoritariamente por valores intermedios.

El ítem que se ha valorado más positivamente es el que corresponde a “Ingresos generados en la economía local”, mientras que para el que los residentes consideran que la actividad turística ha tenido un impacto más negativo, es el “precio de la compra/alquiler de viviendas”.

Todos los ítems son asimétricos a la izquierda. Es precisamente el ítem de “precio de la compra/alquiler de viviendas” es el que menos asimetría presenta.

De nuevo, el ítem que presenta mayor desviación es el de “precio de la compra/alquiler de vivienda”.

Para el análisis de la normalidad de cada uno de los ítems, se ha obtenido en el test de Kolmogorov-Smirnov que todos los p-valores asociados a los estadísticos del contraste valen cero, con lo cual podemos afirmar que las muestras seleccionadas no se corresponden con una distribución normal.

Es importante destacar que los aspectos para los que el residente considera que el turismo ha tenido un impacto más positivo, además de para los ingresos generados en la economía local, son las actividades culturales y de entretenimiento y la posibilidad de conocer gente de otras culturas.

El resto de ítems están valorados en torno al cuatro, por lo que los residentes consideran que el impacto es moderado. También se podría tratar de una falta de información por parte de los residentes, lo cual les frena a la hora de considerar una respuesta más cercana a los extremos.

Tabla 6.1.1. Estadísticos descriptivos: Impactos del turismo (I)

	<i>Ingresos generados en la economía local</i>	<i>Nivel de vida</i>	<i>Nº de empleos generados</i>	<i>Infraestructuras</i>	<i>Precio de la compra/alquiler de viviendas</i>	<i>Oportunidad para conocer gentes de otras culturas</i>	<i>Actividades culturales y de entretenimiento</i>	
Nº válidos	197	199	198	197	197	197	199	
Nº pérdidas	2	0	1	2	2	2	0	
Media	5,28	4,81	4,73	4,64	3,62	5,19	5,21	
Mediana	6,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	
Moda	6	5	5	4	4	6	5	
Varianza	2,284	1,832	2,309	1,895	3,297	2,296	1,693	
Desviación	1,511	1,354	1,519	1,377	1,816	1,515	1,301	
Mínimo	1	1	1	1	1	1	1	
Máximo	7	7	7	7	7	7	7	
Asimetría	-0,986	-0,586	-0,599	-0,384	-0,001	-0,696	-0,704	
Curtosis	0,590	0,157	-0,064	-0,016	-1,077	-0,202	0,586	
Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	Zv	0,216300	0,209363	0,196182	0,158663	0,140322	0,181172	0,184308
	Pv	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Elaboración propia.

Tabla 6.1.2. Estadísticos descriptivos: Impactos del turismo (II)

		<i>Disponibilidad y facilidad para el recreo</i>	<i>Calidad de los servicios públicos</i>	<i>Espíritu de pertenencia a una comunidad</i>	<i>Nivel de delincuencia</i>	<i>Niveles de ruido</i>	<i>Contaminación ambiental</i>	<i>Masificación</i>	<i>Problemas de tráfico</i>
Nº válidos		198	198	196	198	199	199	199	199
Nº perdidos		1	1	3	1	0	0	0	0
Media		5,05	4,52	4,59	4,14	4,12	4,20	4,32	4,34
Mediana		5,00	5,00	5,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00
Moda		6	5	5	4	4	4	4	4
Varianza		1,794	2,149	2,480	2,057	2,628	2,091	2,896	2,831
Desviación		1,340	1,466	1,575	1,434	1,621	1,446	1,702	1,682
Mínimo		1	1	1	1	1	1	1	1
Máximo		7	7	7	7	7	7	7	7
Asimetría		-0,707	-0,514	-0,305	-0,075	-0,124	-0,286	-0,513	-0,286
Curtosis		0,477	-0,178	-0,336	-0,431	-0,775	-0,372	-0,448	-0,687
Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	Zv	0,179973	0,178773	0,144327	0,154050	0,129873	0,158287	0,198922	0,140744
	Pv	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Elaboración propia.

6.2. Apoyo para el desarrollo del turismo.

En cuanto a la opinión de los residentes sobre distintos aspectos relacionados con el apoyo para el desarrollo del turismo. Valorando del 1 al 7, siendo 1: totalmente en desacuerdo y 7: totalmente de acuerdo, los resultados para esta variable presentan tendencias más positivas.

El aspecto que ha tenido menor puntuación (4,69) y, por tanto, con el que los residentes están menos de acuerdo es el de “Sevilla debería incrementar su número de turistas recibidos”.

Por el contrario, los residentes están bastante de acuerdo (5,63) con que “deberían participar en la planificación y el desarrollo del turismo en la ciudad”.

Los cuatro ítems son asimétricos a la izquierda pero es el de “Sevilla debería incrementar su número de turistas recibidos” el que mayor desviación presenta, a la vez que la menor asimetría.

De nuevo todos los p-valores asociados a los estadísticos del contraste en el test de Kolmogorov-Smirnov valen cero, lo cual significa que las muestras seleccionadas no se corresponden con una distribución normal.

Dado que la percepción de los residentes sobre los impactos del turismo no es extremadamente negativa, es conveniente pensar que se mostrarán favorables al desarrollo del turismo. Sin embargo, hay dos aspectos claves que reflejan los resultados de la investigación. Por un lado, que el crecimiento no puede ser desorbitado. No pueden trazarse objetivos con el único fin de incrementar las cifras de visitantes recibidos. Por otro lado, los residentes consideraron que deben estar implicados en la planificación y desarrollo del turismo en la ciudad.

Precisamente es este último uno de los seis objetivos principales que ha recogido el Ayuntamiento de Sevilla en su **Plan Turístico de Sevilla 2021-2024**⁵, los cuales, además, se complementan con los del Plan Estratégico Sevilla 2030. Estos objetivos son:

- La puesta en valor y uso de recursos turísticos
- La adecuación del medio urbano al uso turístico impulsando la accesibilidad universal
- El aumento de la calidad de los servicios turísticos
- La mejora del producto turístico existente y la creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos turísticos.
- **La sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística.**
- El fortalecimiento de la competitividad del sector local.

⁵https://www.hosteltur.com/136053_sevilla-crea-su-plan-2021-24-incidiendo-en-diversificar-focos-turisticos.html

Tabla 6.2.1. Estadísticos descriptivos: Apoyo para el desarrollo del turismo.

		<i>Estoy de acuerdo con la promoción del turismo en Sevilla.</i>	<i>Estoy de acuerdo con que se den subvenciones públicas para el desarrollo del turismo en Sevilla.</i>	<i>Sevilla debería incrementar el número de turistas recibidos.</i>	<i>Los residentes deberíamos participar en la planificación y el desarrollo del turismo en la ciudad.</i>
Nº válidos		199	199	199	199
Nº perdidos		0	0	0	0
Media		5,58	5,09	4,69	5,63
Mediana		6,00	5,00	5,00	6,00
Moda		7	5	7	7
Varianza		2,810	2,881	4,014	2,124
Desviación		1,676	1,697	2,003	1,457
Mínimo		1	1	1	1
Máximo		7	7	7	7
Asimetría		-1,250	-0,863	-0,588	-0,994
Curtosis		0,837	0,171	-0,828	0,434
Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov	Zv	0,221362	0,187292	0,175821	0,213771
	Pv	0,000	0,000	0,000	0,000

Elaboración propia

7. ANÁLISIS POR DISTRITO DE RESIDENCIA.

Tal y como se ha mencionado, el **Plan Turístico para la Ciudad de Sevilla 2021-2024**, se marca como objetivo la colaboración e inclusión de los residentes en las acciones para la promoción turística.

Una de las medidas tomadas es la creación del Observatorio de Sostenibilidad Turística, impulsada por la red INSTO de la OMT. Dicha red engloba destinos internacionales comprometidos con la sostenibilidad y que monitorean su modelo turístico para tener en cuenta, además de los principales indicadores actuales (volumen de turistas, pernoctaciones, ocupación, etcétera), otros que evalúen el impacto del turismo sobre la población residente, para así poder diseñar estrategias que propicien la convivencia y el beneficio del turismo para todos, no solo en el aspecto económico, sino también en términos de bienestar de la población.⁶

7.1. Influencia del distrito de residencia en la percepción sobre los impactos del turismo.

Con anterioridad a la realización de la prueba de contraste, se ha comprobado si los datos presentaban homocedasticidad. Los resultados obtenidos en la prueba de Levene, para un nivel de confianza del 95%, en la mayoría de los ítems presentan heterocedasticidad, al arrojar los resultados un p-valor mayor que $\alpha=0,5$, por lo que el tipo de contraste que se ha realizado ha sido la prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes.

Tabla 7.1.1. Prueba de homogeneidad de varianzas para la variable Impactos del Turismo

	Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
Ingresos generados en la economía local	4,023	10	186	0,000
Nivel de vida	2,099	10	188	0,026
Nº de empleos generados	1,653	10	187	0,095
Infraestructuras	0,715	10	186	0,710
Precio de la compra/alquiler de viviendas	2,240	10	186	0,017
Oportunidad para conocer gentes de otras culturas	0,937	10	186	0,500
Actividades culturales/entretenimiento	0,988	10	188	0,455
Disponibilidad y facilidad para el recreo	1,269	10	187	0,251
Calidad de los servicios públicos	0,845	10	187	0,586
Espíritu de pertenencia a una comunidad	1,153	10	185	0,325
Nivel de delincuencia	0,735	10	187	0,691
Niveles de ruido	1,037	10	188	0,414
Contaminación ambiental	1,180	10	188	0,307
Masificación	2,315	10	188	0,014
Problemas de tráfico	1,171	10	188	0,313

Elaboración propia.

⁶https://www.expreso.info/noticias/espana/74685_sevilla_activa_un_plan_para_el_impulso_del_turismo_2020_2021

Tabla 7.1.2. Prueba de Kruskal Wallis para la variable Impactos del Turismo.

Variable de agrupación: Distritos

Alfa: 0,05		<i>Ingresos generados en la economía local</i>	<i>Nivel de vida</i>	<i>Nº de empleos generados</i>	<i>Infraestructuras</i>	<i>Precio de la compra/alquiler de viviendas</i>	<i>Oportunidad para conocer gentes de otras culturas</i>	<i>Actividades culturales y de entretenimiento</i>
H de Kruskal-Wallis		17,608	10,799	9,420	17,876	15,211	9,539	13,404
gl		10	10	10	10	10	10	10
Sig. asintótica		0,062	0,373	0,493	0,057	0,125	0,482	0,202

Alfa: 0,05		<i>Disponibilidad y facilidad para el recreo</i>	<i>Calidad de los servicios públicos</i>	<i>Espíritu de pertenencia a una comunidad</i>	<i>Nivel de delincuencia (REC)</i>	<i>Nivel de ruido (REC)</i>	<i>Contaminación ambiental (REC)</i>	<i>Masificación (REC)</i>	<i>Problemas de tráfico (REC)</i>
H de Kruskal-Wallis		10,730	13,630	7,824	6,087	13,764	9,940	12,590	7,714
gl		10	10	10	10	10	10	10	10
Sig. asintótica		0,379	0,191	0,646	0,808	0,184	0,446	0,248	0,657

Elaboración propia.

Las hipótesis con las que trabajamos quedarían formuladas de la siguiente forma:

H₀: El distrito de residencia no influye significativamente sobre la percepción que tiene el residente de los impactos del turismo.

H₁: El distrito de residencia influye significativamente sobre la percepción que tiene el residente de los impactos del turismo.

Se ha trabajado a un nivel de significación del 95%, y todos los p-valores obtenidos en la prueba de Kruskal Wallis superan el valor 0,05. Por tanto, se acepta la hipótesis nula y se confirma que **el distrito de residencia no influye significativamente sobre la percepción que tiene el residente de los impactos del turismo.**

Sin embargo, si nos fijamos en los ítems que presentaban una mayor variación, como es el caso del “Precio de la compra/alquiler de vivienda”, que además es el que presentaba una valoración más negativa, sí observamos importantes diferencias en las respuestas según el distrito de residencia.

En los distritos en los que se presenta mayor presión turística, tanto por VVFFTT como por HH y AATT, los residentes tienen una percepción bastante negativa del impacto que tiene el turismo en el precio de la compra/alquiler de vivienda. Son los distritos Casco Antiguo y Triana, en los que actualmente el precio de la vivienda es realmente elevado, y los residentes consideran que esto puede ser fruto de la actividad turística.

Tabla 7.1.3. Resultados por distritos para la variable “Precio compra/alquiler de viviendas”.

		N	Media
Precio de la compra/alquiler de viviendas	Casco Antiguo	43	2,98
	Macarena	22	4,00
	Nervión	21	3,86
	Cerro-Amate	7	3,43
	Sur	14	3,36
	Triana	16	3,44
	Norte	19	3,79
	San Pablo-Santa Justa	14	3,57
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	4,31
	Bellavista-La Palmera	6	5,50
	Los Remedios	22	3,64
	Total	197	3,62

Elaboración propia.

Los otros dos distritos en los que los residentes consideran un peor impacto son distritos en los que se viene presentando mayor riesgo de exclusión, menores niveles de renta, mayor paro, pobreza, etc. Estos son el Distrito Sur, y en menor medida, el distrito Cerro-Amate. Podría ser fruto de la propia exclusión la razón por la que estos barrios no tienen acceso a los impactos más positivos de la actividad turística.

Sin embargo, el aspecto de “Ingresos generados en la economía local”, que fue el que los residentes perciben como más positivo, el Distrito Sur sí que presenta una percepción más negativa, mientras que es el distrito Cerro-Amate el que más positivamente lo valora. No podemos pasar por alto que todos los valores de este ítem se encuentran por encima del valor medio, dado que se trabajaba con una escala del 1 al 7.

Tabla 7.1.4. Resultados por distritos para “Ingresos generados en la economía local”.

		N	Media
Ingresos generados en la economía local	Casco Antiguo	42	4,67
	Macarena	22	5,59
	Nervión	21	5,29
	Cerro-Amate	7	6,14
	Sur	14	4,50
	Triana	16	5,13
	Norte	19	5,58
	San Pablo-Santa Justa	15	5,07
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	5,77
	Bellavista-La Palmera	6	5,67
	Los Remedios	22	5,95
	Total	197	5,28

Elaboración propia.

En general, a pesar de que el distrito de residencia no influye en la percepción que tienen los residentes sobre el turismo en Sevilla, son los residentes del distrito Casco Antiguo los que presentan unos resultados más negativos en cuanto a su percepción sobre los impactos del turismo.

Es lógico ya que es el distrito que alberga los mayores atractivos turísticos de la ciudad y, en general, mayor presión turística en todos los aspectos.

Se presentan a continuación los resultados para todas los demás ítems.

Tabla 7.1.5. Percepción media según distrito de residencia para impactos del turismo.

		N	Media
Nivel de vida	Casco Antiguo	43	4,28
	Macarena	22	4,82
	Nervión	21	4,90
	Cerro-Amate	7	5,57
	Sur	14	4,50
	Triana	16	4,56
	Norte	20	5,05
	San Pablo-Santa Justa	15	5,07
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	5,23
	Bellavista-La Palmera	6	5,17
	Los Remedios	22	5,14
	Total	199	4,81
Nº de empleos generados	Casco Antiguo	42	4,43
	Macarena	22	4,86
	Nervión	21	4,62
	Cerro-Amate	7	5,29
	Sur	14	4,29
	Triana	16	4,31
	Norte	20	4,80
	San Pablo-Santa Justa	15	4,87
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	4,62
	Bellavista-La Palmera	6	5,50
	Los Remedios	22	5,41
	Total	198	4,73
Infraestructuras	Casco Antiguo	43	4,00
	Macarena	22	4,68
	Nervión	21	4,71
	Cerro-Amate	7	5,14
	Sur	13	5,15
	Triana	16	4,06
	Norte	20	4,90
	San Pablo-Santa Justa	15	4,87
	Este-Alcosa-Torreblanca	12	5,17
	Bellavista-La Palmera	6	5,17
	Los Remedios	22	4,91
	Total	197	4,64
Oportunidad para conocer gentes de otras culturas	Casco Antiguo	43	4,72
	Macarena	22	5,41
	Nervión	21	5,29
	Cerro-Amate	7	6,00
	Sur	14	5,50
	Triana	16	4,94
	Norte	19	5,47
	San Pablo-Santa Justa	14	5,14
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	5,08
	Bellavista-La Palmera	6	5,33
	Los Remedios	22	5,32
	Total	197	5,19

Actividades culturales/entretenimiento	Casco Antiguo	43	4,65
	Macarena	22	5,27
	Nervión	21	5,10
	Cerro-Amate	7	6,00
	Sur	14	5,50
	Triana	16	5,50
	Norte	20	5,50
	San Pablo-Santa Justa	15	5,27
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	5,23
	Bellavista-La Palmera	6	5,33
	Los Remedios	22	5,36
	Total	199	5,21
Disponibilidad y facilidad para el recreo	Casco Antiguo	42	4,64
	Macarena	22	4,86
	Nervión	21	4,86
	Cerro-Amate	7	5,00
	Sur	14	5,00
	Triana	16	5,31
	Norte	20	5,50
	San Pablo-Santa Justa	15	5,53
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	5,31
	Bellavista-La Palmera	6	5,50
	Los Remedios	22	5,05
	Total	198	5,05
Calidad de los servicios públicos	Casco Antiguo	43	3,88
	Macarena	22	4,64
	Nervión	21	4,52
	Cerro-Amate	7	5,00
	Sur	14	5,07
	Triana	16	4,56
	Norte	19	4,74
	San Pablo-Santa Justa	15	4,33
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	4,46
	Bellavista-La Palmera	6	4,50
	Los Remedios	22	5,09
	Total	198	4,52
Espíritu de pertenencia a una comunidad	Casco Antiguo	42	4,26
	Macarena	22	4,32
	Nervión	21	4,43
	Cerro-Amate	7	5,57
	Sur	13	4,54
	Triana	16	4,50
	Norte	19	5,11
	San Pablo-Santa Justa	15	4,47
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	5,00
	Bellavista-La Palmera	6	5,00
	Los Remedios	22	4,68
	Total	196	4,59

Nivel de delincuencia (REC)	Casco Antiguo	42	3,83
	Macarena	22	3,77
	Nervión	21	4,38
	Cerro-Amate	7	3,71
	Sur	14	4,00
	Triana	16	3,69
	Norte	20	3,95
	San Pablo-Santa Justa	15	3,73
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	3,62
	Bellavista-La Palmera	6	3,33
	Los Remedios	22	4,00
Total	198	3,87	
Nivel de ruido (REC)	Casco Antiguo	43	3,93
	Macarena	22	3,95
	Nervión	21	4,24
	Cerro-Amate	7	5,00
	Sur	14	3,00
	Triana	16	4,44
	Norte	20	4,10
	San Pablo-Santa Justa	15	3,27
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	3,38
	Bellavista-La Palmera	6	3,33
	Los Remedios	22	3,86
Total	199	3,88	
Contaminación ambiental (REC)	Casco Antiguo	43	3,98
	Macarena	22	3,68
	Nervión	21	3,71
	Cerro-Amate	7	4,00
	Sur	14	3,14
	Triana	16	4,19
	Norte	20	4,25
	San Pablo-Santa Justa	15	3,87
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	3,31
	Bellavista-La Palmera	6	3,00
	Los Remedios	22	3,77
Total	199	3,80	
Masificación (REC)	Casco Antiguo	43	3,98
	Macarena	22	3,77
	Nervión	21	4,05
	Cerro-Amate	7	2,86
	Sur	14	3,21
	Triana	16	4,00
	Norte	20	4,05
	San Pablo-Santa Justa	15	3,87
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	3,08
	Bellavista-La Palmera	6	2,83
	Los Remedios	22	3,09
Total	199	3,68	

Elaboración propia.

Problemas de tráfico (REC)	Casco Antiguo	43	3,63
	Macarena	22	3,86
	Nervión	21	3,86
	Cerro-Amate	7	3,57
	Sur	14	3,00
	Triana	16	3,56
	Norte	20	3,75
	San Pablo-Santa Justa	15	4,40
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	3,38
	Bellavista-La Palmera	6	3,33
	Los Remedios	22	3,55
	Total	199	3,66

Elaboración propia.

7.2. Influencia del distrito de residencia en el apoyo para el desarrollo del turismo.

El resultado del test de Levene para la variable de Apoyo para el desarrollo del turismo también presentaba heterocedasticidad en las varianzas, y, de la misma manera que para la variable Impactos del turismo, se ha utilizado la prueba de Kruskal-Wallis.

Tabla 7.2.1. Prueba de homogeneidad de varianzas para la variable Apoyo para el desarrollo del turismo.

		Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
Estoy de acuerdo con la promoción del turismo en Sevilla	Se basa en la media	4,443	10	188	0,000
	Se basa en la mediana	2,376	10	188	0,011
	Se basa en la mediana y con gl ajustado	2,376	10	136,371	0,013
	Se basa en la media recortada	4,007	10	188	0,000
Estoy de acuerdo con que se den subvenciones públicas para el desarrollo del turismo en Sevilla	Se basa en la media	2,675	10	188	0,004
	Se basa en la mediana	2,327	10	188	0,013
	Se basa en la mediana y con gl ajustado	2,327	10	160,534	0,014
	Se basa en la media recortada	2,675	10	188	0,004
Sevilla debería incrementar el nº de turistas recibidos	Se basa en la media	2,903	10	188	0,002
	Se basa en la mediana	2,319	10	188	0,014
	Se basa en la mediana y con gl ajustado	2,319	10	167,402	0,014
	Se basa en la media recortada	2,884	10	188	0,002
Los residentes deberíamos participar en la planificación y el desarrollo del turismo en la ciudad	Se basa en la media	0,962	10	188	0,478
	Se basa en la mediana	0,529	10	188	0,868
	Se basa en la mediana y con gl ajustado	0,529	10	145,151	0,867
	Se basa en la media recortada	0,934	10	188	0,504

Elaboración propia.

Tabla 7.2.2. Prueba de Kruskal Wallis para la variable Apoyo para el desarrollo del turismo.

Variable de agrupación: Distritos

	<i>Estoy de acuerdo con la promoción del turismo en Sevilla</i>	<i>Estoy de acuerdo con que se den subvenciones públicas para el desarrollo del turismo en Sevilla</i>	<i>Sevilla debería incrementar el nº de turistas recibidos</i>	<i>Los residentes deberíamos participar en la planificación y el desarrollo del turismo en la ciudad</i>
H de Kruskal-Wallis	18,13560198	13,53111943	13,03424656	14,68571998
gl	10	10	10	10
Sig. asintótica	0,052718857	0,195472504	0,221763354	0,143946942

Elaboración propia

De la misma forma que para la variable anterior, las hipótesis son:

H0: El distrito de residencia no influye significativamente sobre la disposición para el apoyo al desarrollo del turismo.

H1: El distrito de residencia influye significativamente sobre la disposición para el apoyo al desarrollo del turismo.

De nuevo, los p-valores obtenidos en la prueba de Kruskal Wallis superan el valor 0,05 correspondiente a un nivel de significación del 95% y, por tanto, el distrito de residencia no influye significativamente en la disposición para el apoyo al desarrollo del turismo que tiene el residente.

Los resultados individuales por distritos son los que se muestran en la tabla a continuación:

Tabla 7.2.3. Disposición media según distrito de residencia para el apoyo al desarrollo del turismo.

		N	Media
Estoy de acuerdo con la promoción del turismo en Sevilla	Casco Antiguo	43	5,14
	Macarena	22	6,05
	Nervión	21	5,81
	Cerro-Amate	7	6,86
	Sur	14	4,86
	Triana	16	4,94
	Norte	20	5,65
	San Pablo-Santa Justa	15	5,07
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	6,15
	Bellavista-La Palmera	6	6,33
	Los Remedios	22	6,05
	Total	199	5,58
Estoy de acuerdo con que se den subvenciones públicas para el desarrollo del turismo en Sevilla	Casco Antiguo	43	4,56
	Macarena	22	5,64
	Nervión	21	5,14
	Cerro-Amate	7	5,86
	Sur	14	4,50
	Triana	16	4,88
	Norte	20	5,10
	San Pablo-Santa Justa	15	4,80
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	5,69
	Bellavista-La Palmera	6	6,00
	Los Remedios	22	5,41
	Total	199	5,09
Sevilla debería incrementar el nº de turistas recibidos	Casco Antiguo	43	3,93
	Macarena	22	5,41
	Nervión	21	4,57
	Cerro-Amate	7	4,00
	Sur	14	4,57
	Triana	16	4,75
	Norte	20	4,55
	San Pablo-Santa Justa	15	4,80
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	5,77
	Bellavista-La Palmera	6	5,67
	Los Remedios	22	4,95
	Total	199	4,69
Los residentes deberíamos participar en la planificación y el desarrollo del turismo en la ciudad	Casco Antiguo	43	5,98
	Macarena	22	5,77
	Nervión	21	5,14
	Cerro-Amate	7	5,14
	Sur	14	6,00
	Triana	16	5,75
	Norte	20	5,70
	San Pablo-Santa Justa	15	5,13
	Este-Alcosa-Torreblanca	13	5,77
	Bellavista-La Palmera	6	6,17
	Los Remedios	22	5,14
	Total	199	5,63

8. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

Se ha demostrado que los residentes que perciben beneficios personales derivados de la actividad turística, generalmente en términos de empleo, valorarán más positivamente los impactos de dicha actividad, lo cual resultará en una mejor predisposición hacia el desarrollo turístico (Šegota et al., 2017).

Sin embargo, los intereses pueden no ser los mismos (Šegota et al., 2017), por lo que se recomienda agrupar a los residentes con niveles de predisposición similares, de manera que permita adecuar las líneas estratégicas en cuanto a la planificación de destino. El destino podrá así neutralizar o mejorar la predisposición de los grupos menos sensibilizados (Díaz-Armas & Gutiérrez-Taño, 2010).

Šegota et al (2017) propone la siguiente clasificación, que considero interesante llevar a cabo para el caso de Sevilla en futuras investigaciones:

Figura 8.1. CLASIFICACIÓN DE LOS RESIDENTES



Elaboración propia a partir de Šegota et al., 2017.

La Organización Mundial del Turismo, propone diferentes estrategias y políticas recomendadas para la gestión de mayores flujos de turistas en el Resumen Ejecutivo de su estudio sobre turistificación Peeters et al. (2018), que el propio Ayuntamiento de Sevilla ha compartido, aunque antes son aclarados una serie de aspectos relacionados con el objeto de estudio de esta investigación.

En este informe se asegura que la congestión turística está localizada en un área, lo cual podemos confirmar que ocurre en el Distrito Casco Antiguo. Sin embargo, el resultado que arroja la investigación nos dice que el distrito de residencia no influye en la percepción que tienen los residentes del turismo en Sevilla ni en su predisposición para el apoyo a su desarrollo. Podría considerarse que, a pesar de que esta presión esté localizada en un área concreta, el conjunto de los residentes los perciben de una manera más o menos similar, por lo habría que utilizar otra serie de variables para la segmentación de los residentes.

Otro de los aspectos a tratar es el hecho de que un crecimiento del número de turistas, gestionado adecuadamente, no tiene porque suponer un aumento de la congestión turística. En base a esto, la OMT propone diferentes estrategias para poner en práctica en los destinos turísticos que estén experimentando un aumento del número de visitantes.

De las estrategias propuestas, se ha pretendido comprobar si el Ayuntamiento de Sevilla está tratando de llevarlas a cabo de una forma u otra.

Tabla 8.1. Comparativa estrategias recomendadas y actuaciones del gobierno local.

Estrategias recomendadas por la OMT		Situación de Sevilla; medidas y actuaciones.	
1	Promover la dispersión de los visitantes más allá de la propia ciudad.	x	El conjunto arqueológico de Itálica, así como las localidades de Carmona y Osuna, suponen una gran oportunidad, pero es necesario el acuerdo entre los gobiernos locales.
2	Promover la dispersión temporal de los visitantes.	v	Desde 2010, la estancia media está aumentando. Ver Tabla 2.3.2.
3	Estimular y desarrollar nuevos itinerarios a través del destino y atracciones dentro del mismo.	v	Es precisamente una de las medidas planteadas en el Plan Turístico de Sevilla para 2021-2024. Es conveniente tanto redirigir los flujos de turistas hacia la zona norte del casco antiguo, como exprimir la zona del Palacio de Congresos, a través del sector MOCE.
4	Revisar y adaptar la regulación para gestionar, controlar y prevenir la congestión turística.	v	Se lleva trabajando desde 2018 en un modificación del PGOU.
5	Mejorar la segmentación de los visitantes y dirigirse a ellos a través de estrategias de marketing.	?	Es posible que tanto empresas privadas como Ayuntamiento de manera interna estén realizando la segmentación de los visitantes. En cualquier caso, son datos bastante sensibles que no suelen ser públicos pero lo más apropiado sería llevar a cabo esa segmentación, incluyendo también la segmentación de los residentes.
6	Garantizar que las comunidades locales se beneficien del turismo.	x	Sevilla cuenta con tres de los barrios más pobres de España. Además de las organizaciones y movimientos en contra del turismo que ya existen en Sevilla, que no dejan de ser comunidades que consideran que no perciben suficientes beneficios del turismo.
7	Crear experiencias en la ciudad que beneficien tanto a los turistas como a los residentes.	v	La ciudad de por sí tiene mucha vida propia: horas de sol, clima, predisposición para el ocio, gran variedad de actos y celebraciones para todo tipo de público... Siempre se podría mejorar, potenciando especialmente la cultura, pero se está haciendo muy buen trabajo gracias a espacios como el CAAC, Espacio Santa Clara, las recientes aperturas del Museo Bellver y Caixaforum, y en el futuro, el Museo Regionalista.

8	Mejorar la infraestructura e instalaciones de la ciudad.	x	Una de las necesidades más acuciadas de Sevilla es mejorar la red de transporte público. Aún se está trabajando en la ampliación del tranvía a Santa Justa, y también, junto con la Junta de Andalucía, en llevar a cabo una segunda línea de metro.
9	Mejor comunicación y mayor compromiso con los grupos de interés.	v	El Ayuntamiento colabora estrechamente con la Asociación de Hoteleros de Sevilla y Provincia. Se abrió un buzón de quejas y se realizó una consulta ciudadana sobre la regulación de VFT. También se alcanzó un acuerdo con Airbnb. En este sentido, el aspecto que queda un poco más descuidado es el de los residentes, especialmente los de los barrios más periféricos.
10	Mejor comunicación y mayor compromiso con los visitantes.	-	Es el Centro de Atención Integral al Visitante del Paseo de Marqués de Contadero el que juega el papel más importante en este aspecto, pero habría que corroborar esto con los visitantes (quienes no eran objeto de estudio en esta investigación).
11	Establecer medidas para monitorear las respuestas.	?	Al igual que la segmentación, el monitoreo es posible que se esté realizando a nivel interno o por iniciativa de empresas privadas. Sería un aspecto interesante para analizar en futuras investigaciones.

Elaboración propia a partir de Resumen Ejecutivo de su estudio sobre turistificación.

Se añaden a continuación los artículos que han servido de referencia para la valoración.

Estrategia 3:

- Vargas, Á. (2020). Sevilla crea su Plan 2021-24 incidiendo en diversificar focos turísticos. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/136053_sevilla-crea-su-plan-2021-24-incidiendo-en-diversificar-focos-turisticos.html
- Barba, E. (2020). El Ayuntamiento transformará Fibes en un polo de innovación para relanzar el turismo de congresos. *ABC de Sevilla*. Recuperado de: https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-turismo-tras-coronavirus-ayuntamiento-transformara-fibes-polo-innovacion-para-relanzar-turismo-congresos-202005042228_noticia.html

Estrategia 4:

- Guzmán, M. (2020). Espadas busca el encaje jurídico para regular los pisos turísticos. *Diario De Sevilla*. Recuperado de: https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Espadas-encaje-juridico-regular-viviendas-turisticas_0_1433557049.html

Estrategia 6:

- Pérez Ávila, F. (2020). Tres barrios de Sevilla encabezan la lista de los más pobres de España. *Diario De Sevilla*. Recuperado de: https://www.diariodesevilla.es/sevilla/barrios-Sevilla-encabezan-lista-pobres-Espana_0_1468053500.html

Estrategia 7:

- Camero, F. (2020). Reforma millonaria del CAAC para situarlo en el 'top nacional' junto al Reina Sofía. *Diario De Sevilla*. Recuperado de: https://www.diariodesevilla.es/cultura/ampliacion-Centro-Andaluz-Arte-Contemporaneo-CAAC_0_1429957311.html
- Parejo, J. (2020). El museo de Aníbal González y el Regionalismo en el Pabellón Real, más cerca. *Diario De Sevilla*. Recuperado de: https://www.diariodesevilla.es/sevilla/museo-Anibal-Gonzalez-Regionalismo-Pabellon-Real-mas-cerca_0_1468053385.html

Estrategia 8:

- Barba, E. (2020). Un túnel, dos rotondas y tres paradas en la ampliación del tranvía a Nervión. *ABC De Sevilla*. Recuperado de: https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-ayuntamiento-sevilla-acaba-diseno-tranvia-hasta-santa-justa-para-empezar-obras-este-202006022003_noticia.html
- S. Ameneiro, A. (2020). Línea 3 del Metro: la Junta adjudica en junio la actualización del proyecto Pino Montano-Prado. *Diario De Sevilla*. Recuperado de: https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Linea-3-Metro-Sevilla-Pino-Montano-Prado-ampliacion-Junta-adjudica-junio_0_1464153752.html

Estrategia 9:

- Ayuntamiento de Sevilla. (2019). *El Ayuntamiento de Sevilla y Airbnb colaboran en una campaña para fomentar un turismo inclusivo y sostenible durante las fiestas navideñas*. Sevilla.

Otras medidas recomendadas en otros estudios y compartidas por la OMT en Peeters et al. (2018) son:

- Regular el tráfico y los flujos de turistas
- Estimular empresas que aborden activamente el “sobreturismo”
- Diversificar la economía para hacerla menos dependiente del turismo
- Garantizar el desarrollo sostenible
- Cooperación transfronteriza y alianzas entre destinos.

Algunos de estos otros objetivos se afrontarán en el horizonte más próximo, especialmente el de la diversificación de la economía y los empleos, debido al impacto de la COVID-19.

Tanto desde la perspectiva de los residentes como desde la de la promoción turística, queda demostrado que aún hay mucho margen de mejora, y sobre todo, de actuación.

Sería conveniente seguir profundizando en el estudio de la actitud del residente con el objetivo de poder segmentarlos para un mejor tratamiento de su percepción.

Y, aunque la promoción turística que se está realizando esté aportando beneficios económicos a la ciudad y a una parte de sus residentes, es más que necesario un tratamiento adecuado de los mismos, siguiendo medidas propuestas por la Unión Europea.

A la finalización de este estudio, la nueva realidad a la que muchos profesionales se han tenido que sumar a la hora de teletrabajar evidenciaba una nueva forma de turismo, el turismo permanente, permitiendo que cualquier persona trabaje desde su residencia personal, pudiendo así elegir cualquier lugar del mundo. España presenta grandes oportunidades para este nuevo turismo por su buen clima y porque ya es muy común que personas de la Unión Europea, principalmente, que ya disfrutaban de su jubilación se retiren en nuestro país, especialmente en Andalucía.

Para terminar, me gustaría añadir lo reflejado en *Wonderful Copenhagen* en su apartado “crecimiento basado en las personas” (página 21), ya que considero que es en esta dirección hacia donde deben orientarse los objetivos relacionados con las interacciones entre visitantes y residentes:

(...) Sevilla ofrece un gran atractivo para los viajeros, especialmente en una era de búsqueda de localidad temporal. La habitabilidad está intuitivamente entrelazada con las personas que viven en la ciudad. Ofrecer una experiencia auténtica de un destino habitable depende de los locales, mientras que la habitabilidad de nuestro destino depende de que se garantice el crecimiento basado en las personas y una interacción entre residentes y visitantes que sea, al menos, equilibrada y, en el mejor de los casos, contribuyente a la habitabilidad de los residentes. Además de destinar nuestros esfuerzos a la atracción de visitantes, es cada vez más necesario hacerlo desde una perspectiva de crecimiento basada en las personas: crecer no solo para aumentar el número de visitantes, sino también para expandir el valor de los mismos, tanto para la sociedad en general como para una escala humana.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Almeida-García, F. & Cortés, R. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives* 13, 33-40.
- Andereck, K.L. (1995). Environmental consequences of Tourism: A review of Recent Research. *Linking Tourism, the Environment, and Sustainability. Annual Meeting of the National Recreation and Park Association. General Technical Report No. INT-GNR-323*, 77-81.
- Andereck, K.L., Valentine, K.M., Knopf, R.C., & Vogt, C.A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076.
- Andriotis, K. (2005). Community groups' perceptions of and preferences for tourism development: Evidence from Crete. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(1), 67–90.
- Belisle, F.J., & Hoy, D.R. (1980). The perceived impact of tourism by residents: A case study of Santa Marta, Columbia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83–101.
- Besculides, A., Lee, M.E., & McCormick, P.J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303–319.
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493–515.
- Choi, H., & E. Sirakaya. (2006). Sustainability Indicators for Managing Community Tourism. *Tourism Management* 27 (6), 1274–89.
- Díaz Armas, R., & Gutiérrez Taño, D. (2010). La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia. *Pasos*, Vol. 8, (4), 431-444. DOI: http://www.pasosonline.org/Publicados/8410/PS0410_01.pdf
- Diedrich, A., & García, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30, 512–521.
- Haralambopoulos, N., Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of samos, *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526.
- Kim, K. (2002). The Effects of Tourism Impacts upon Quality of Life of Residents in the Community. PhD diss., Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg, VA.
- Ko, D., and W. Stewart. (2002). A Structural Equation Model of Residents' Attitudes for Tourism Development. *Tourism Management* 23 (5): 521–30.
- Lankford, S.V., & Howard, D.R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121–139.
- Organización Mundial del Turismo (2019); *Definiciones de turismo de la OMT*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.

- Organización Mundial del Turismo (2008); *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo (RIET, 2008)*. Madrid y Nueva York. ISBN: 978-92-1-161521-0.
- Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., Eijgelaar, E., Hartman, S., Heslinga, J., Isaac, R., Mitas, O., Moretti, S., Nawijn, J., Papp, B. and Postma, A., (2018); Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Bruselas.
- Rasoolimanesh, S. M., Roldán, J. L., Jaafar, M., T. Ramayah. (2017). Factors influencing Residentes' perceptions toward Tourism Development: Differences across Rural and Urban World Heritage Sites. *Journal of Travel Research*. 56(6), 760-775.
- Sancho, A. (dir) (1998): *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.
- Šegota T., Mihalič, T., Kuščer, K. (2017); The impact of residents' informedness and involvement on their perceptions of tourism impacts: The case of Bled. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6, 196–20.
- World Tourism Organization (UNWTO) (2018); 'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary; Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality; NHTV Breda University of Applied Sciences; and NHL Stenden University of Applied Sciences, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420070>.
- Walter Hunziker, Kurt Krapf (1942); *Fundamentos de la Teoría General del Turismo*. Zúrich.
- Wonderful Copenhagen. *The end of tourism as we know it*. (2020).