

Percepción de los residentes hacia el turismo en Andalucía

Objetivo general

Conocer las opiniones, motivaciones y actitudes de las personas que residen en Andalucía sobre el turismo.

El apoyo de la población residente al desarrollo turístico es esencial para afrontar con éxito cualquier proceso de planificación turística. Por ello se hace necesario conocer las opiniones y actitudes de los residentes sobre el turismo, ya que su desarrollo puede provocar determinadas reacciones o impactos significativos (positivos o negativos) en el entorno donde se desarrolla, ya sean de índole económica, sociocultural y/o medioambientales.

Objetivos específicos

- Conocer la percepción sobre el turismo según diferentes **perfiles** sociodemográficos, lugares de residencia/trabajo dentro del municipio y nivel de calidad de vida / bienestar.
- Conocer la **percepción global** sobre el turismo.
- Identificar los impactos económicos (positivos y/o negativos) del turismo según la opinión de los residentes.
- Identificar los **impactos sociales** (positivos y/o negativos) del turismo según la opinión de los residentes.
- Identificar los **impactos culturales** (positivos y/o negativos) del turismo según la opinión de los residentes.
- Identificar los **impactos ambientales** (positivos y/o negativos) del turismo según la opinión de los residentes.
- Conocer la opinión de los residentes sobre **estrategias de mejora** en el desarrollo turístico.

Estudio cualitativo

Ficha técnica

Diseño y metodología

Se ha realizado una **investigación cualitativa** en la que se han recogido las percepciones globales y los impactos en medio ambiente, cultura, economía y vida social del turismo entre los residentes y sus opiniones y propuestas.

Para ello se han celebrado **seis Focus Group** en seis localidades andaluzas. En estos grupos de discusión se comenzaba por conocer la percepción global sobre el turismo y con posterioridad, se focalizaba el grupo hacia cada uno de los aspectos reseñados.

La selección de participantes se realizó mediante un trabajo de campo con captadores en los municipios de **Vera, Capileira, Zuheros, Sevilla, Málaga y Tarifa**.

Las personas fueron seleccionadas en función de grupos de edad, género y su vinculación profesional o no con el turismo. Target: personas de ambos sexos mayores de 18 años que residen en Andalucía.

Se transcribieron los Focus con herramientas de inteligencia artificial. El estudio y análisis de las transcripciones se realizó con el software de investigación cualitativa MAXQDA 2022.

Composición de los Focus Group

Los grupos estuvieron formados por 48 personas, 24 mujeres y 24 hombres, observándose a continuación las distribuciones de grupos de edad y género:

Tabla 1. Distribución de la muestra según género y edad

GÉNERO	MENOS 30	30-45	46-60	MÁS DE 60	TOTAL
HOMBRE	4	8	9	3	24
MUJER	7	8	7	2	24

Se hizo una división también por municipios de alta saturación turística, media saturación y saturación baja:

Grupo 1: 9 personas residentes **vinculadas a la actividad turística** en una capital andaluza con alto nivel de saturación turística. Municipio elegido: **Málaga capital**.

Grupo 2: 8 personas residentes **no vinculadas a la actividad turística** en un municipio de interior con alto nivel de saturación turística. Municipio elegido: **Capileira (Granada)**.

Grupo 3: 7 personas residentes **mixtas** (4 con vinculación al turismo y 3 sin dicha vinculación) en un municipio del litoral andaluz con alto nivel de saturación turística. Municipio elegido: **Tarifa (Cádiz).**

Grupo 4: 9 personas residentes **mixtas** (4 con vinculación al turismo y 4 sin dicha vinculación) en una capital andaluza con alto nivel de saturación turística. Municipio elegido: **Sevilla capital.**

Grupo 5: 7 personas residentes **vinculadas a la actividad turística** en un municipio de litoral con nivel medio de saturación turística. Municipio elegido: **Vera (Almería).**

Grupo 6: 8 personas residentes **no vinculadas a la actividad turística** en un municipio de interior con nivel bajo de saturación turística. Municipio elegido: **Zuheros (Córdoba).**

Los Focus Group tuvieron una duración entre la hora y treinta minutos y la hora y cincuenta minutos. Todos ellos se realizaron presencialmente en cada uno de los municipios. Los participantes recibieron una gratificación económica.

El trabajo de campo se realizó entre el 16 y el 23 de junio de 2023.

Tabla 2. Composición de cada focus group

Grupo 1 - Málaga (15 junio) 9 personas. - Vinculadas al turismo. - De 30 a 60 años 4 hombres y 5 mujeres.	Grupo 2 - Capileira (22 junio). 8 personas. - No vinculadas al turismo - De 22 a 56 años. 4 hombres y 4 mujeres	Grupo 3 - Tarifa (16 junio). 7 personas. 4 personas vinculadas y 3 no vinculadas al turismo. 29 a 68 años. 4 hombres y 3 mujeres.
Grupo 4 - Sevilla (19 de junio). 9 personas. 4 personas vinculadas y 5 no vinculadas al turismo. - De 27 a 56 años. 4 hombres y 5 mujeres.	Grupo 5 - Vera (23 de junio). 7 personas. 4 personas no vinculadas y 3 vinculadas al turismo. - De 23 a 58 años. 4 hombres y 3 mujeres.	Grupo 6 - Zuheros (15 de junio). 8 personas. - No vinculadas al turismo. 22 a 67 años. 4 hombres y 4 mujeres

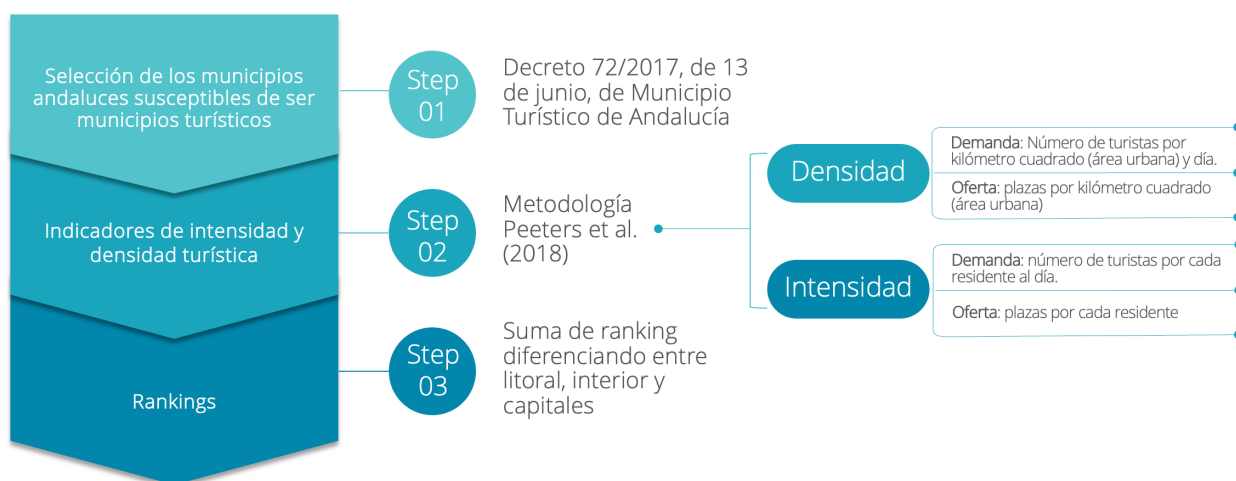
Dirección científica: Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.
Trabajo de campo: Sevicampo Estudios de Mercado S.L.

Estudio cuantitativo

Ficha técnica

Metodología de selección de municipios

A la hora de elegir los municipios andaluces donde realizar las encuestas, se tienen en cuenta los diferentes niveles de saturación turística existentes en la Comunidad Autónoma, ya que la percepción de los residentes puede variar significativamente. A continuación, se expone el proceso llevado a cabo para identificar a los municipios que formaran parte del estudio:



1º| Selección de los municipios andaluces susceptibles de ser municipios turísticos según el Decreto 72/2017, de 13 de junio, de Municipio Turístico de Andalucía (Junta de Andalucía, 2017).

2º| Sobre esos municipios se calculan los indicadores de intensidad y densidad turística siguiendo la metodología basada en Peeters et al. (2018). Estos autores determinan la densidad y la intensidad del turismo como las principales causas del overtourism. Y los indicadores que contemplan son los siguientes:

Para **densidad turística**:

DEMANDA: Número de turistas por kilómetro cuadrado (área urbana) y día.

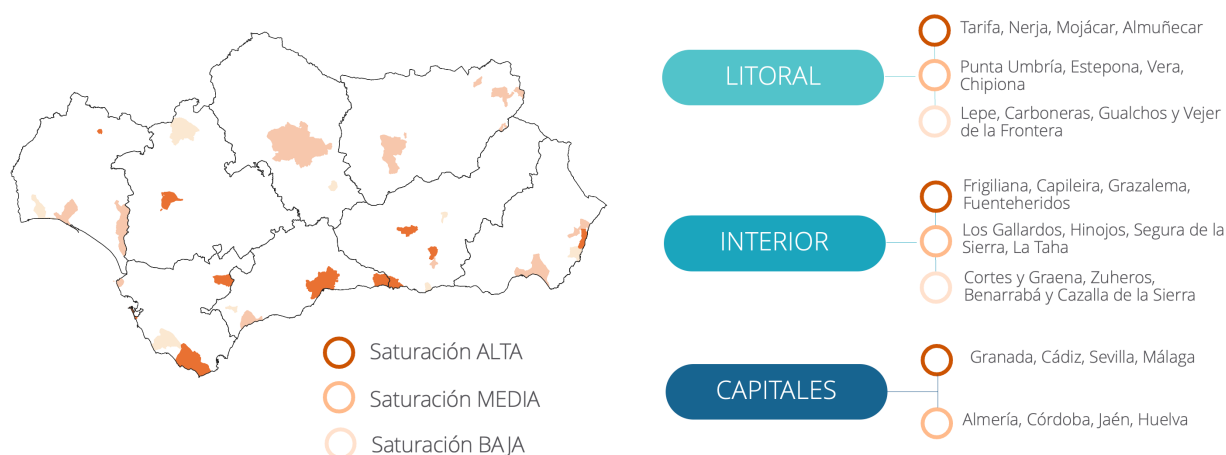
OFERTA: Plazas por kilómetro cuadrado (área urbana).

Para **intensidad turística**:

DEMANDA: Número de turistas por cada residente al día.

OFERTA: Plazas por cada residente.

3º| Finalmente, se realiza una suma de la posición que ocupa cada municipio en los rankings de los indicadores anteriores y se vuelve a ordenar, en este caso de menor a mayor, para establecer una medida de saturación turística, obteniendo un ranking final de municipios diferenciando entre litoral, interior y capitales de provincia. Se establecen terciles en este ranking final para definir los puntos de corte entre alto, medio y bajo.



Diseño muestral

Tamaño de la muestra: Se calcula el tamaño de la muestra necesario para cada segmento, basándose en la representatividad estadística y los niveles de confianza deseados. En este caso, los **3.200 cuestionarios** realizados nos ofrecen un error muestral del +/- 1,8% para un nivel de confianza del 95,5% ($p=q=50\%$).

Ficha técnica:

Técnica:	Entrevista personal (CAPI) con cuestionario estructurado.
Muestra:	3.200 cuestionarios.
Error muestral:	+/- 1,8% error para un nivel de confianza del 95,5% ($p=q=50\%$).
Puntos:	32 municipios andaluces en distintas ubicaciones (litoral, interior y capitales) y grado de saturación turística (alto, medio y bajo).
Fecha de campo:	Agosto a Diciembre de 2023.

Distribución muestral

Litoral	Saturación Alta	400 cuestionarios
	Saturación Media	400 cuestionarios
	Saturación Baja	400 cuestionarios
Total litoral		1.200 cuestionarios
Interior	Saturación Alta	400 cuestionarios
	Saturación Media	400 cuestionarios
	Saturación Baja	400 cuestionarios
Total interior		1.200 cuestionarios
Capitales	Saturación Alta	400 cuestionarios
	Saturación Media	400 cuestionarios
Total capitales		800 cuestionarios

Distribución de la muestra:

MUESTRA 1.200	Saturación	Municipios	TEMPORADA		TOTAL
			Agosto	Octubre	
LITORAL	ALTA	Tarifa	50	50	100
		Nerja	50	50	100
		Mojácar	50	50	100
		Almuñécar	50	50	100
	MEDIA	Punta Umbría	50	50	100
		Estepona	50	50	100
		Vera	50	50	100
		Chipiona	50	50	100
	BAJA	Lepe	50	50	100
		Gualchos (Granada)	50	50	100
		Vejer de la Frontera	50	50	100
		Carboneras	50	50	100
			600	600	1200

MUESTRA 1.200	Saturación	Municipios	TEMPORADA		TOTAL
			Agosto	Octubre	
INTERIOR	ALTA	Frigiliana	50	50	100
		Capileira	50	50	100
		Grazalema	50	50	100
		Fuenteheridos	50	50	100
	MEDIA	Gallardos, Los	50	50	100
		Hinojos	50	50	100
		Segura De La Sierra	50	50	100
		Taha, La	50	50	100
	BAJA	Cortes Y Graena	50	50	100
		Cazalla de la Sierra	50	50	100
		Benarrabá (Málaga)	50	50	100
		Zuheros	50	50	100
			600	600	1200

MUESTRA 800	Saturación	Municipios	TEMPORADA		TOTAL
			Agosto	Octubre	
CAPITALES	ALTA	Granada	50	50	100
		Cádiz	50	50	100
		Sevilla	50	50	100
		Málaga	50	50	100
	MEDIA	Almería	50	50	100
		Córdoba	50	50	100
		Jaén	50	50	100
		Huelva	50	50	100
			400	400	800

Segmentación por sexo y edad: Con el objetivo de trabajar con una muestra representativa de la realidad andaluza, la población se segmenta en diferentes grupos según el sexo y rangos de edad a nivel municipal, utilizándose para ello los demográficos extraídos del Padrón Municipal.

Finalmente, en el proceso de cálculo de las cifras globales se **ponderan los resultados en función del peso poblacional de cada municipio** en el total de Andalucía.

Este tipo de diseño permite obtener una representación equitativa y precisa de las distintas subpoblaciones dentro de una comunidad o región, asegurando que las conclusiones del estudio sean generalizables a toda la población.

Colaboraciones

El estudio de percepción de los residentes hacia el turismo en Andalucía se ha llevado a cabo con la colaboración de la **Universidad de Surrey**, institución que ocupa la segunda posición en el Academic Ranking of World Universities (ARWU - Shanghai) en la categoría de *Hospitality*, y la **Universidad de Barcelona**.

Dirección científica: Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

Trabajo de campo: Sevicampo Estudios de Mercado S.L.

Anexo. Estudio cuantitativo

Cuestionario

El apoyo de la población residente al desarrollo turístico es esencial para afrontar con éxito cualquier proceso de planificación turística. Por ello desde la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte se plantea esta investigación cuyo objetivo principal es recopilar a través de este cuestionario información sobre la percepción y las actitudes de la población residente con respecto a los impactos causados por el desarrollo del turismo.

El cuestionario va dirigido a personas mayores de 18 que residan en Andalucía (mínimo un año), concretamente en alguno de los municipios seleccionados en el estudio.

Se garantiza el anonimato de todos los datos proporcionados, que están destinados exclusivamente a la realización del estudio indicado.

P.01. Sexo:

- 01 Hombre
- 02 Mujer
- 03 Otros
- 04 No contesta

P.02. Edad: _____

P.03. Situación laboral:

- 01 Trabajo por cuenta ajena o propia.
- 02 En paro.
- 02 Estudiante.
- 03 Labores del hogar.
- 04 Retirado/jubilado.
- 05 Otros.

P.04. ¿Cuántos años llevas residiendo en (nombre del municipio)? _____

P.05. ¿Vives en el centro histórico de (nombre del municipio)?

- 01 Si
- 02 No

P.06. ¿Trabajas en el centro histórico de (nombre del municipio)?

- 01 Si
- 02 No

P.07. Antes de hablar sobre el turismo, me gustaría conocer, en términos generales, ¿en qué medida se considera Ud. una persona feliz o infeliz? Por favor, use una escala de 1 a 10, en la que 1 significa que se considera “completamente infeliz” y 10 que se considera “completamente feliz”.

Completamente infeliz						Completamente feliz				Ns/Nc
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99

P.08. En términos generales, cuál dirías que es tu nivel de satisfacción en relación a los siguientes aspectos de tu vida personal. Por favor, use una escala de 1 a 10, en la que 1 significa “nada satisfecho” y 10 que se considera “completamente satisfecho”.

	Nada satisfecho					Completamente satisfecho					Ns/Nc
Con tu familia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
Con tu situación económica	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
Con tu bienestar físico	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
Con tu bienestar mental	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
Con el municipio donde resides	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99

P.09. ¿Alguna persona de su hogar trabaja en el sector turístico¹?

- 01 Si, yo
- 02 Si, otra persona
- 03 No

(Para respuestas 01 y 02 de P.09.)

P.10. ¿En qué actividad turística¹?

- 01 Hoteles y otros alojamientos
- 02 Restauración
- 03 Transporte turístico
- 04 Otras actividades turísticas

¹ Entrevistador: ver lista de actividades características del turismo en Anexo I.

P.11. A continuación me gustaría preguntarle su opinión respecto a cómo considera que afecta el turismo sobre una serie de aspectos de este municipio. *(Entrevistador, entregue tarjeta nº 1 y vaya preguntando una a una por todas las cuestiones del cuadro siguiente ...)*

	Efecto muy negativo	Efecto negativo	Indiferente / no afecta	Efecto positivo	Efecto muy positivo	No Sabe
01. Economía de este municipio.	1	2	3	4	5	99
02. Construcción y mantenimiento de infraestructuras (calles, carreteras, parques, etc.)	1	2	3	4	5	99
03. Trabajo para los residentes.	1	2	3	4	5	99
04. Precios (en general).	1	2	3	4	5	99
05. Tradiciones y costumbres del municipio.	1	2	3	4	5	99
06. Protección y conservación del entorno natural (montes, playas, etc.)	1	2	3	4	5	99
07. Seguridad ciudadana.	1	2	3	4	5	99
08. Oferta de actividades culturales.	1	2	3	4	5	99
09. Convivencia con los residentes.	1	2	3	4	5	99
10. Uso del espacio público						

P.12. En relación al IMPACTO ECONÓMICO que genera el turismo en su municipio, en qué medida está usted de acuerdo o en desacuerdo con los siguientes aspectos que le muestro a continuación: *(Entrevistador, entregue tarjeta nº 2 y vaya preguntando una a una por todas las cuestiones del cuadro siguiente ...)*

	Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo	No sabe
01. El turismo mejora la economía local (empresas locales o de proximidad).	1	2	3	4	5	99	
02. El turismo genera empleo precario.	1	2	3	4	5	99	
03. El turismo atrae nuevos inversores.	1	2	3	4	5	99	
04. En mi municipio aumentan los establecimientos dirigidos a los turistas en detrimento de los establecimientos tradicionales.	1	2	3	4	5	99	
05. El turismo encarece el precio de las viviendas (alquiler y venta).	1	2	3	4	5	99	

P.13. En relación al IMPACTO SOCIAL que genera el turismo en su municipio, en qué medida está usted de acuerdo o en desacuerdo con los siguientes aspectos que le muestro a continuación: *(Entrevistador, entregue tarjeta nº 3 y vaya preguntando una a una por todas las cuestiones del cuadro siguiente ...)*

	Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo	No sabe
	1	2	3	4	5		
01. El turismo aumenta la calidad de vida de la población residente.	1	2	3	4	5		99
02. El turismo está provocando desplazamientos de la población local a zonas alejadas del centro.	1	2	3	4	5		99
03. El turismo ayuda a mejorar el prestigio e imagen de mi municipio.	1	2	3	4	5		99
04. El turismo cambia los hábitos del día a día de la población residente.	1	2	3	4	5		99
05. El turismo genera congestión en el espacio, infraestructuras o servicios públicos (transporte, sanidad, basura,etc.)	1	2	3	4	5		99

P.14. En relación al IMPACTO CULTURAL que genera el turismo en su municipio, en qué medida está usted de acuerdo o en desacuerdo con los siguientes aspectos que le muestro a continuación: *(Entrevistador, entregue tarjeta nº 4 y vaya preguntando una a una por todas las cuestiones del cuadro siguiente ...)*

	Totalmente en desacuerdo					Totalmente de acuerdo	No sabe
01. El turismo ayuda a la conservación y revalorización de los monumentos de mi municipio.	1	2	3	4	5		99
02. El turismo incrementa las opciones de ocio (actividades culturales, fiestas, bares, ocio nocturno, etc.) .	1	2	3	4	5		99
03. El turismo está fomentando que se sustituya la gastronomía local por la internacional.	1	2	3	4	5		99
04. El turismo contribuye a la pérdida de identidad, cultura y tradiciones del municipio.	1	2	3	4	5		99
05. El turismo contribuye a crear una sociedad más tolerante y multicultural	1	2	3	4	5		99

P.15. En relación al IMPACTO AMBIENTAL que genera el turismo en su municipio, en qué medida está usted de acuerdo o en desacuerdo con los siguientes aspectos que le muestro a continuación: *(Entrevistador, entregue tarjeta nº 5 y vaya preguntando una a una por todas las cuestiones del cuadro siguiente ...)*

	Totalmente de Totalmente en desacuerdo acuerdo					No sabe
01. El turismo ayuda a conservar y revalorizar los espacios naturales (montes, playas, etc.)	1	2	3	4	5	99
02. El turismo trae consigo un aumento del tráfico en mi municipio y falta de aparcamiento.	1	2	3	4	5	99
03. El turismo mejora servicios como la limpieza del municipio.	1	2	3	4	5	99
04. El turismo aumenta los niveles de contaminación, en general (acústica, lumínica, etc.)	1	2	3	4	5	99
05. El turismo consume recursos (agua, energía, suelo, etc.) que condiciona el uso a la población residente.	1	2	3	4	5	99

P.16. ¿Qué perfiles de visitantes considera que su municipio debería fomentar? Mi municipio debería atraer visitantes ... (Entrevistador, entregue tarjeta nº 6 y vaya preguntando una a una por todos los perfiles del cuadro siguiente ...)

	Totalmente en desacuerdo				Totalmente de acuerdo	No sabe	
01. Nacionales	1	2	3	4	5		99
02. Extranjeros	1	2	3	4	5		99
03. Jóvenes	1	2	3	4	5		99
04. Familiar	1	2	3	4	5		99
05. Senior (mayores de 65 años)	1	2	3	4	5		99
06. Por motivos profesionales (congresos, reuniones, etc.)	1	2	3	4	5		99
07. por motivos deportivos (practicar)	1	2	3	4	5		99
08. por motivos deportivos (asistencia a eventos)							
09. Por motivos educativos o de formación.	1	2	3	4	5		99
10. Por visita a monumentos/museos, cultura, etc	1	2	3	4	5		99
11. Por sol y playa (si procede)	1	2	3	4	5		99
12. Por naturaleza (si procede)	1	2	3	4	5		99
13. Por visita a familiares o amigos	1	2	3	4	5		99
14. Por ocio nocturno (fiestas, despedidas de soltero)	1	2	3	4	5		99
15. Por tratamientos de salud o médicos							
16. Por compras							

P.17. Además de los anteriores. ¿Considera algún perfil que...?

- 01 Se debería fomentar (Especificar) _____ Ns/Nc
- 02 No se debería fomentar (Especificar) _____ Ns/Nc

P.18. ¿Cree que su municipio debe apostar por atraer más turistas?

- 01 Si
- 02 No
- 03 No sabe

P.19. ¿Cree que se deberían hacer cambios en el modelo turístico actual de su municipio?

- 01 Si
- 02 No
- 03 No sabe

P.20. Por último, En qué medida está usted de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes estrategias turísticas a desarrollar en su municipio: *(Entrevistador, entregue tarjeta nº 7 y vaya preguntando una a una por todas las cuestiones del cuadro siguiente ...)*

	Totalmente en desacuerdo			Totalmente de acuerdo		No sabe
01. Promover una mejor distribución de los turistas a lo largo del año.	1	2	3	4	5	99
02. Distribuir a los turistas entre todos los barrios del municipio.	1	2	3	4	5	99
03. Limitar la oferta de apartamentos turísticos.	1	2	3	4	5	99
04. Priorizar al turista de proximidad (turista español).	1	2	3	4	5	99
05. Invertir en otros sectores económicos diferentes al turismo.	1	2	3	4	5	99
06. Aplicar una tasa o impuesto al turismo.	1	2	3	4	5	99
07. Fomentar que vengan menos turistas.	1	2	3	4	5	99
08. Incrementar la vigilancia (cámaras, policías, etc.)	1	2	3	4	5	99