

LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE EL EMPLEO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

*J. Rosa Marrero Rodríguez**

Universidad de La Laguna

*Raquel Huete Nieves***

Universidad de Alicante

RESUMEN

Se analiza la opinión de los residentes en la Comunidad Valenciana (España) sobre las características del empleo en el sector turístico. Se plantean tres hipótesis: el turismo es una actividad económica valorada positivamente por la población de acogida, pues se identifica como un importante generador de empleo y riqueza; la opinión general es que las condiciones laborales en el sector turístico son peores que las de otras actividades económicas; y en tercer lugar, las personas más vinculadas al turismo son más proclives a aceptar la actividad y a valorar positivamente sus condiciones laborales.

Palabras clave: impactos sociales del turismo, empleo turístico, teoría del intercambio social, sociedad de acogida.

Residents' attitudes toward tourism employment in the Region of Valencia (Spain)

ABSTRACT

The residents' opinions about the characteristics of employment in the tourism in the Valencia Region (Spain) are analyzed. Three hypotheses are proposed: a) tourism is an economic activity evaluated positively by the host population because it is identified as an important generator of employment and wealth; b) but people recognize that working conditions in the tourism sector are worse than those of other economic activities; c) those

Recibido: 1 de junio de 2012

Devuelto para revisión: 11 de diciembre de 2012

Aceptado: 25 de febrero de 2013

* Departamento de Sociología, Instituto de Ciencias Políticas y Sociales, Facultad de Ciencias Económicas, Campus de Guajara s/n, Universidad de La Laguna. 38071 LA LAGUNA, S/C Tenerife (España). E-mail: jrmarrod@ull.es

** Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas. Universidad de Alicante. Apartado de correos 99. 03080 ALICANTE (España). E-mail: R.Huete@ua.es

people most related to tourism are more likely to accept the activity and positively assess their working conditions.

Key words: social impacts of tourism, tourism employment, Social Exchange Theory, host society.

1. INTRODUCCIÓN

Desde hace décadas se analizan las consecuencias económicas, sociales y medioambientales provocadas por el turismo. En la tradición académica centrada en el análisis de los impactos sociales tiene un peso específico el estudio de las opiniones, percepciones y discursos de la sociedad receptora. En esa literatura se asume que las opiniones de las poblaciones locales son muy importantes, debido a que los residentes forman parte del destino turístico, e incluso en algunos casos, del propio producto turístico (Allen et al., 1988; Ap, 1992; Brunt y Courtney, 1999; Harrill, 2004; Ritchie e Inkari, 2006). La indiferencia o la hostilidad de la sociedad de acogida pueden afectar a la satisfacción de los turistas; además, dichas opiniones o discursos resultan un elemento central en los modelos de desarrollo sostenible (McIntyre, 1993).

Es indudable la importancia del turismo en la sociedad española, pero ello no ha tenido un reflejo significativo en las investigaciones relativas a las opiniones de los residentes españoles sobre el mismo (Mantecón, 2010). No obstante, hay un interés académico creciente, que ha tenido traducción concreta en investigaciones realizadas en Islas Baleares, Islas Canarias o Andalucía (Aguiló y Rosselló, 2005; Díaz Armas, 2010; Rodríguez González, 2007). Aunque la Comunidad Valenciana ocupa la quinta posición de las comunidades autónomas españolas por número de turistas (IET, 2012), los estudios sobre percepción social del turismo publicados hasta la fecha se refieren a espacios turísticos concretos (García y Sancho, 2000; Osorio Acosta, 2006) y con desarrollos turísticos particulares (Huete, Mazón y Mantecón, 2008; Huete, 2010). Tal y como se refleja en los siguientes datos, la importancia del turismo en esta región es indudable: en 2010 recibió casi 21 millones de turistas; en 2009, la participación del turismo en la economía valenciana se estimó en el 12,8% del total del PIB —13.023 millones de euros—, 12,6% del total del empleo —257.154 puestos de trabajo—, el 6,8% del total de la inversión —1.835 millones de euros de Formación Bruta de Capital Inversión— y el 5,4% del gasto público —1.048 millones de euros— (Generalitat Valenciana, 2010).

Este artículo es resultado del trabajo realizado en el marco de una investigación sobre la percepción social del turismo en la Comunidad Valenciana¹. El objetivo específico que se plantea es el análisis de la opinión pública acerca de las características del empleo en el sector turístico. El supuesto de partida es que las opiniones sobre las repercusiones del turismo en el empleo generado por esta actividad son más positivas cuanto mayor es la

1 Los datos a partir de los cuales se realizará el análisis proceden del proyecto de investigación «La percepción social del turismo en la Comunidad Valenciana. Análisis sociológico y prospectiva» (CSO2009-10293, subprograma GEOG; financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación), dirigido por el profesor Tomás Mazón desde la Universidad de Alicante.

vinculación de la persona con el sector. Para analizar cuáles son las opiniones que los valencianos manifiestan hacia el empleo turístico se va a proceder de la siguiente manera. En primer lugar, se expondrán las bases teóricas desde las que se analiza la cuestión, esto es, la Teoría del intercambio social; a continuación, y a partir de la revisión de literatura especializada, se realiza una descripción de las condiciones laborales en el sector turístico, desde una perspectiva académica. Tras el apartado metodológico, se expondrán los resultados empezando por las opiniones de la población sobre el desarrollo del turismo en la región; seguidamente, sus valoraciones sobre el empleo, teniendo en cuenta las características sociodemográficas de los entrevistados y también considerando la mayor o menor vinculación económica que cada entrevistado siente que tiene con respecto al turismo. Por último, en las conclusiones se reflexionará sobre los supuestos de partida y la coyuntura actual.

2. ANTECEDENTES TEÓRICOS

2.1. La Teoría del intercambio social

La Teoría del intercambio social es una de las perspectivas teóricas más utilizadas a la hora de abordar la explicación sobre los impactos sociales del turismo. Básicamente, esta teoría propone que los residentes apoyarán el desarrollo turístico siempre y cuando perciban que los beneficios esperados serán mayores que los costes (Ap, 1992; Gursoy et al., 2002). Siguiendo este esquema teórico se ha observado que los empleados en la industria turística expresan opiniones más positivas sobre el desarrollo turístico que quienes no lo están (Pizam, 1978). La mayoría de los investigadores han confirmado este principio (Andereck y Vogt, 2000; Jurowski et al., 1997; King et al., 1991; Perdue et al., 1990; Sharma y Dyer, 2009) y, en general, se afirma que quienes se benefician económicamente del turismo de forma directa tienden a prestar menos atención a los impactos medioambientales, al tiempo que subrayan los efectos positivos, culturales y económicos principalmente.

Ahora bien, igualmente se ha sugerido la necesidad de enriquecer la interpretación de los datos utilizando perspectivas ajenas al enfoque predominante de esta teoría, al observarse en ocasiones resultados contradictorios (Andereck et al., 2005). En concreto, Smith y Krannich (1998) afirman que los residentes en comunidades económicamente dependientes del turismo perciben los impactos de forma más negativa que los habitantes en comunidades menos dependientes. Al respecto, Teye et al. (2002) incluso plantean que las personas que trabajan en negocios relacionados con el turismo tienen una actitud negativa hacia esta actividad. Tampoco se ha logrado un consenso a la hora de identificar los factores que determinan la percepción positiva o negativa del desarrollo del turismo (distancia entre los espacios de residencia y espacios turísticos, tiempo de residencia, variables socio-demográficas de los residentes, fase de desarrollo del turismo, etc.). Así, aunque puede acordarse que si bien el esquema explicativo que se ha desarrollado a partir de la Teoría del intercambio social ha tenido numerosos seguidores, el hecho es que la complejidad de la realidad turística y la casi infinita variedad de contextos en la que se manifiesta han impedido, de momento, elaborar explicaciones con validez universal (Vargas-Sánchez, Porras-Bueno y Plaza-Mejía, 2011).

2.2. Las características del empleo turístico

En este epígrafe se realizará una breve descripción de las condiciones laborales existentes en el sector turístico. Esta aproximación sirve como contexto para comprender la selección de variables en el estudio de las opiniones sobre el empleo en dicho sector.

Aunque la atención a las condiciones laborales en los servicios tiene menos tradición que en la industria, lo cierto es que cada vez sabemos más de las mismas. Y lo que en líneas generales se dice en la literatura académica es que el sector turístico, debido a sus condicionantes estructurales, tiende a crear condiciones laborales más propias de los mercados secundarios que de los primarios. De aquí el interés por profundizar en las percepciones de los residentes en la Comunidad Valenciana con respecto al empleo. Veamos con algo más de detenimiento estas ideas.

Por un lado, hay que considerar las particularidades de las actividades de servicios como la turística. En primer lugar, la producción y el consumo coinciden en el tiempo, de tal manera que gran parte de la actividad se realiza sólo en presencia de los clientes. Ello supone mayor dificultad para homogeneizar, almacenar y establecer criterios de normalización en su organización. En segundo lugar, se trata de un servicio que implica tratamiento de información, objetos y de personas, de manera que «se produce la intervención como input del cliente... existe una relación directa entre el productor y el consumidor ya sea definiendo el servicio, utilizando el equipamiento del productor o recibiendo directamente el servicio sobre su persona» (Gutiérrez Junquera, 1993: 25). Por estos motivos, en los servicios se presenta el problema del control de los trabajadores y de la producción bajo una óptica más compleja que en otros sectores porque si la producción es simultánea al momento del consumo y si los resultados del servicio son muchas veces inmateriales, entonces ocurre que el control sobre dicha «producción» requerirá de condiciones diferentes. De hecho, es frecuente que sea el mismo cliente el que ejerza el control sobre la producción-consumo. Todas estas cuestiones también obstaculizan la definición de los criterios de calidad que rigen la actividad de servicios, más difusa que en la producción de mercancías.

Por tanto, las empresas turísticas presentan los siguientes componentes estructurales:

- a) las cualidades necesarias para el desempeño de las actividades de servicios son técnicas y sociales;
- b) hay mayores dificultades que en la producción de bienes para establecer criterios de mejora de la productividad;
- c) dada la presencia del cliente, los mecanismos de control se vuelven más complejos;
- e) la demanda es inestable (a lo largo del año, de la semana y, a veces, del día);
- d) se produce una fuerte heterogeneidad en lo que a ocupaciones, destrezas, conocimientos o competencias se refiere. Esto afecta además al concepto de cualificación (Marrero Rodríguez, 1996).

Estos componentes estructurales facilitan el desarrollo de ciertas condiciones laborales. Así, según la *European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions* (2004), en un informe dedicado a las condiciones de empleo en el sector de hostelería de quince países europeos, y a partir de datos cuantitativos de cada país y entrevistas cualitativas, tenemos las siguientes tendencias (véase también Álvarez Aledo, 1996; Airey y

Frontistis, 1997; Baum, 1995, 2007; Lam, 2002; Lee y Kang, 1998; Lennon y Wood, 1989; Lever, 1987; Liu y Wall, 2005; Pizam, 1999; Riley y Szivas, 2003; Rodríguez Rodríguez y Arroyo Varela, 2000; Servicio Público de Empleo Estatal, 2011; Sheldon, 1989; van den Bergh, 1992):

1. Características de los individuos:
 - Mayor presencia proporcional de mujeres, debido a la existencia de «puestos femeninos».
 - Importante presencia de jóvenes y extranjeros.
 - Tanto el empleo autónomo como las empresas familiares tienen una presencia importante.
2. Características de los puestos:
 - Diversidad interna de puestos.
 - Abundancia de puestos considerados de baja cualificación, lo que favorece la presencia de personas con bajos niveles educativos (desigual según subsectores).
 - Las competencias requeridas suelen ser técnicas, sociales, comportamentales, estéticas y actitudinales. Algunas de ellas, muy importantes, están poco reconocidas y formalizadas, lo que a su vez afecta a los salarios.
 - La demanda inestable favorece la presencia de contratos a tiempo parcial, temporales y turnos partidos.
 - El reclutamiento está considerado discrecional en algunos casos.
 - En muchos países, el prestigio social de muchas de las ocupaciones del sector es bajo.
3. Características de las condiciones de trabajo:
 - Salarios bajos.
 - Jornadas laborales más amplias de lo habitual.
 - Ritmos de trabajo flexibles, según las necesidades demandadas por la clientela.
 - Alta rotación. Amplia afluencia de empleados, estancias cortas y salidas frecuentes. Ello está vinculado a la estacionalidad que facilita la entrada y salida frecuente de empleados.
 - Organización con intensos niveles de trabajo, que se tornan irregulares dependiendo de la evolución de la demanda. Esta situación acentúa el estrés que provoca el continuo contacto con los clientes.
 - Algunos de los riesgos están relacionados con actos de violencia y acoso por parte de los clientes.
 - Por otro lado, la flexibilidad reduce la exposición al trabajo repetitivo y puede dar mayor satisfacción personal.
4. Relaciones colectivas:
 - Las organizaciones más frecuentes son las asociaciones de empresarios y los sindicatos. Aunque también es importante la presencia gubernamental.
 - Los sindicatos suelen tener bajos niveles de asociacionismo.

En cualquier caso, el empleo turístico esconde virtudes, que no siempre son abordadas, pero que lo hacen interesante para muchas personas que buscan empleo. Tal como plantean Riley, Ladkin y Szivas (2002), muchos empleos turísticos presentan unas características

que lo hacen accesible, poco rutinario, flexible, proclive a la improvisación, con atractivos vínculos entre ocio y trabajo, con la oportunidad de trabajar con personas; y que permite un fácil aprendizaje de competencias básicas. Todo ello conduce a una imagen agrietada.

Como consecuencia, los mercados de trabajo internos, que crean condiciones laborales estables, son más difíciles de implementar en el sector turístico (Ladkin y Riley, 1996). Para Riley, Ladkin y Szivas (2002), si diferenciamos los espacios laborales entre mercados laborales fuertes y débiles (primarios y secundarios), el turístico sería secundario. Ello viene motivado por sus estándares de contratación inespecíficos, las múltiples puertas de entrada, las escasas habilidades específicas requeridas, la ausencia de formación continua y de criterios fijos de promoción, la debilidad sindical, o los roles y responsabilidades flexibles.

3. OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA

El objetivo que se plantea es el análisis de las percepciones de la población residente en la Comunidad Valenciana acerca del empleo en el sector turístico. En concreto, se estudiarán las opiniones sobre algunas de las características que presentan las condiciones laborales del sector.

Las hipótesis que se contrastarán se formalizan con los siguientes enunciados:

1. El turismo es una actividad económica valorada positivamente por la población residente, pues se identifica como un importante generador de empleo y riqueza.
2. Sin embargo, la población general reconoce que las condiciones laborales en el sector turístico son peores que las de otras actividades económicas.
3. Aquellas personas más vinculadas a la actividad turística son más proclives a legitimar y aceptar la actividad y a valorar positivamente sus condiciones laborales.

En el marco de un proyecto de investigación más amplio, cuyo objetivo es el estudio sociológico de las opiniones y los discursos públicos en relación con las distintas dimensiones del turismo en la Comunidad Valenciana, se realizó, en marzo de 2011, una encuesta telefónica a una muestra de 1.156 personas, representativas de la población de 18 y más años residentes en la Comunidad Valenciana. Según los datos del Padrón Municipal de Habitantes de 2010, el universo era de 4.204.320 personas. El error muestral es $\pm 2,9$ para $p=q=50\%$ y un nivel de significación del 95,5%. La selección de la muestra se realizó en tres etapas, comenzando por el municipio; selección aleatoria estratificada a partir de la variable «estructura turística» que contiene cuatro estratos según esté el municipio formando parte de grandes ciudades, litoral, interior con menos de 20.000 habitantes, o interior con más de 20.000 habitantes. La siguiente etapa tiene como unidad de selección el hogar y la tercera el individuo en el hogar. En este último caso, con control de cuotas de sexo por edad para cada estrato, con re-llamada y aplazamiento posterior.

El cuestionario fue sometido a un pre-test ($N=120$) y tras la consiguiente depuración, plantea una serie de preguntas sobre la economía valenciana, la importancia relativa del turismo en la estructura económica, las características del turismo, el volumen de turistas que visita la Comunidad, los efectos del turismo, su relación con las instituciones, la relación de los entrevistados con los turistas, y las características del empleo turístico. Este último aspecto es el que se trata en este artículo.

En cuanto a la operacionalización de los conceptos, y a partir de lo expuesto en el apartado anterior, se han seleccionado cuatro ítems para el tratamiento de las «condiciones laborales»:

- cualificación («valore de 0 a 10 la importancia de las siguientes medidas para mejorar la situación del turismo: mejorar la cualificación de los empleados del sector turístico»);
- presencia relativa de inmigrantes («en qué medida está de acuerdo con la siguiente frase: la mayor parte de los puestos de trabajo que crea el turismo son ocupados por inmigrantes»);
- salarios femeninos («en qué medida está de acuerdo con la siguiente frase: los trabajos que consiguen las mujeres en el turismo están peor pagados que los de los hombres»);
- percepción general de las condiciones laborales («en qué medida está de acuerdo con la siguiente frase: en general, el sector turístico ofrece a sus trabajadores condiciones laborales peores que otros sectores»).

La vinculación de los individuos con la actividad turística se ha medido mediante cuatro ítems («considera que el turismo actualmente beneficia la situación económica de su familia», «considera que el turismo es actualmente una opción para encontrar empleo para algún miembro de su familia», «considera que el turismo ayudará a mejorar la situación económica de su familia en los próximos 12 meses» y «en su familia más cercana —padre, madre, hermanos/as, nietos/as—, ¿hay algún miembro que trabaje en el sector turístico?») que se sintetizaron en el índice «vinculación económica familiar» y la pregunta «¿hasta qué punto está relacionado su trabajo con el turismo o con los turistas?».

Los datos obtenidos han sido tratados con SPSS 20.0 y se presentan resultados descriptivos y pruebas de dependencia basadas en Chi-cuadrado y ANOVA.

4. RESULTADOS

4.1. El contexto de legitimación del turismo en la Comunidad Valenciana

Las percepciones de la ciudadanía residente en la Comunidad Valenciana sobre el turismo y su importancia en la región son altamente positivas. Así, la actividad económica más importante de la región es el turismo (48%), seguido de la construcción (19%), la industria (17%), el comercio (8%) y la agricultura y pesca (7%). Además, la población considera importante el turismo para su municipio, si bien hay diferencias significativas según los estratos (tabla 1).

Se puede afirmar que los valencianos apoyan el desarrollo turístico. Por una parte, el turismo despierta interés en la población: el 69% responde que está bastante o muy interesado por «los temas relacionados con el turismo en la Comunidad Valenciana». Además, casi la mitad considera que la Comunidad Valenciana recibe un número suficiente de turistas e incluso apoyan un aumento de visitantes. La práctica totalidad de los entrevistados (93%) afirma que los turistas no le generan molestias importantes. En cuanto a su percepción de la situación actual (recuérdese: 2011), el 86% de los entrevistados cree que la situación general para el turismo es buena o muy buena y el 66% opina que en los

Tabla 1
IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO SEGÚN ESTRATO

Estrato	Media	N	Desviación típica
Grandes ciudades	7,8	353	1,81
Litoral	7,8	264	2,23
Interior <=20.000	5,7	264	2,90
Interior >20.000	5,6	274	2,96
Total	6,8	1155	2,69

Fuente: Elaboración propia. Pregunta: «Valore de 0 a 10 la importancia que tiene el turismo para la economía de su localidad» F= 68,840, g.l. 3, Sig. <0,000.

siguientes 12 meses la situación será igual o mejor. También la mayoría (58%) considera que la oferta turística valenciana es de muy buena calidad. El 59% de la población no percibe que el número de turistas haya disminuido, aunque el 83% cree que los turistas que les visitan gastan cada vez menos.

El empleo y las infraestructuras de transporte son los aspectos sobre los que la población percibe una influencia del turismo más evidente: el 80% de la población valora el efecto del turismo sobre el empleo como positivo (tabla 2).

Por tanto, la opinión acerca del turismo tiene como marco de partida una consideración positiva del mismo en dicha Comunidad, y de su aportación al crecimiento y a la economía. Queda así confirmada la primera hipótesis.

Tabla 2
INFLUENCIA DEL TURISMO

Aspecto	Media	Desviación típica	N
El empleo	7,4	1,93	1.153
Las infraestructuras de transporte (aeropuertos, autovías, ferrocarriles)	7,4	1,91	1.145
La economía en general	6,9	2,13	1.148
La conservación del medio ambiente	5,6	2,18	1.143
La oferta cultural	6,6	1,96	1.136
La tranquilidad y buena convivencia	6,4	2,16	1.153
La seguridad ciudadana	6,3	2,13	1.153
El equipamiento urbano (calles, parques, alcantarillado)	6,5	2,06	1.145
La disponibilidad de viviendas a precios asequibles	4,9	2,42	1.125
El servicio sanitario público (hospitales, centros de salud)	6,2	2,41	1.141

Fuente: elaboración propia. Pregunta: «Puntúe de 0 a 10 cómo influye el turismo en los siguientes aspectos, siendo 0 muy negativo y 10 muy positivo»

4.2. La percepción sobre el empleo turístico

Para contrastar la segunda hipótesis (la población general reconoce que las condiciones laborales en el sector turístico son peores que las de otras actividades económicas), se ha preguntado a los entrevistados por cuatro aspectos concretos del empleo en el sector turístico: la cualificación, la presencia de inmigrantes, las condiciones laborales de las mujeres y las condiciones laborales del trabajo que oferta en comparación con otros sectores. Las razones por las que se han seleccionado estos aspectos del empleo turístico se justificaron en el apartado dedicado a los antecedentes teóricos.

Ante una pregunta relativa a las políticas de mejora del sector turístico (mejora de los servicios públicos, la seguridad ciudadana, construcción de nuevos hoteles, restauración de monumentos, protección del medio ambiente, promoción del destino turístico, ayudas a las empresas, organización de eventos, limitación de la construcción de viviendas en el litoral, apoyo a la oferta rural, medidas para la desestacionalización, mejoras en el transporte y mejoras en la cualificación de los empleados) esta última propuesta obtuvo una puntuación media de 8,2 (desviación típica de 1,6), lo que significa que es prácticamente unánime la percepción de que el turismo es un sector que requiere de mayor cualificación. No se han encontrado diferencias estadísticas significativas en esta respuesta con las variables sociodemográficas (género, edad, nivel estudios, municipio de residencia, situación laboral, ingresos y lugar de nacimiento).

En cuanto a la percepción de los entrevistados sobre la presencia de los inmigrantes en el sector turístico, casi la mitad está de acuerdo con la afirmación «la mayor parte de los puestos de trabajo que crea el turismo son ocupados por inmigrantes» (49,6%). Y en este caso, sí se observan diferencias al prestar atención a algunas variables sociodemográficas: según género ($p=0,006$) (el 54% de las mujeres está bastante-muy de acuerdo, mientras que es el caso del 45,5% de los hombres); según nivel de estudios ($p=0,000$) (los que tienen estudios primarios están más de acuerdo con esta afirmación (58%), sucediendo lo contrario con los que tienen estudios universitarios (35%), estando los otros dos grupos de personas -sin estudios- y -nivel secundario- más cerca de la media). También se encuentran relaciones si se atiende al tipo de municipio de residencia y a los ingresos. En cuanto al tipo de municipio ($p=0,045$), los que viven en grandes ciudades tienden a estar menos de acuerdo con la afirmación de que los puestos de trabajo en turismo están ocupados por inmigrantes (44%), mientras que los que viven en municipios de litoral están de acuerdo con esta afirmación (55%). Y en cuanto a los ingresos ($p=0,006$), son los grupos con mayor y menor nivel de ingresos los que muestran alguna relación. Los de menos ingresos están más de acuerdo con la afirmación planteada (57%), mientras que las personas con más ingresos están más en desacuerdo (41%). Los grupos intermedios están más cerca de la media.

¿Cuál es la opinión sobre la situación laboral de las mujeres en el sector? La pregunta se planteó de la siguiente manera: «diga su grado de acuerdo con la afirmación: los trabajos que consiguen las mujeres en el turismo están peor pagados que los de los hombres». El 72% de los entrevistados está de acuerdo con tal afirmación. Se observa relación con las siguientes variables: género, edad y lugar de nacimiento. En cuanto al género ($p=0,022$), más mujeres (75%) que hombres (69%) están de acuerdo con la frase planteada; por grupos de edad ($p=0,004$), es el colectivo de 18 a 29 años aquel en el que menos personas

Tabla 3
TABLA DE CONTINGENCIA «EN GENERAL, EL SECTOR TURÍSTICO OFRECE A SUS TRABAJADORES CONDICIONES LABORALES PEORES QUE EN OTROS SECTORES» SEGÚN SITUACIÓN LABORAL DEL ENTREVISTADO, PORCENTAJES VERTICALES

	Trabaja actualmente	Retirado/ Pensionista/ Incapacitado	Parado habiendo trabajado antes	Parado en busca primer empleo	Estudiante (no trabaja)	Labores del hogar (no trabaja)	Total
Muy de acuerdo	107 (9,2%)	48 (4,1%)	41 (3,5%)	2 (0,2%)	10 (0,9%)	20 (1,7%)	228 (19,7%)
Bastante de acuerdo	177 (15,3%)	72 (6,2%)	57 (4,9%)	2 (0,2%)	21 (1,8%)	51 (4,4%)	380 (32,8%)
Ni mucho ni poco	1 (0,1%)	7 (0,6%)	3 (0,3%)	0	0	4 (0,3%)	15 (1,3%)
Poco de acuerdo	167 (14,4%)	67 (5,8%)	54 (4,7%)	2 (0,2%)	41 (3,5%)	28 (2,4%)	359 (31%)
Nada de acuerdo	57 (4,9%)	38 (3,3%)	19 (1,6%)	0	3 (0,3%)	12 (1%)	129 (11,1%)
No sabe	13 (1,1%)	18 (1,6%)	5 (0,4%)	0	3 (0,3%)	7 (0,6%)	46 (4%)
Total	522 (45,1%)	250 (21,6%)	179 (15,5%)	6 (0,5%)	78 (6,7%)	122 (10,5%)	1157 (100)

Fuente: Elaboración propia. Chi-cuadrado de Pearson 59,274, g.l. 25, Sig. asintótica (bilateral) <0,000.

expresan estar de acuerdo con esta afirmación (62%); en el colectivo de 45 a 59 años ocurre lo contrario, hay más personas que la media que consideran que los trabajos de las mujeres están peor pagados que los hombres (77%). En cuanto al lugar de nacimiento ($p=0,058$), también hay relación. Los nacidos en otra comunidad autónoma presentan un mayor número de personas que afirma que los trabajos de las mujeres están peor pagados que los hombres (86%), siendo también una opinión mayoritaria, pero en menor medida, entre los nacidos en otro país (64%). En realidad, a éstos últimos les parece que los salarios entre hombres y mujeres son más igualitarios que al resto de grupos. En cualquier caso, es mayoritaria la opinión de que las mujeres están peor remuneradas que los hombres.

Por último, ante la afirmación «en general, el sector turístico ofrece a sus trabajadores condiciones laborales peores que otros sectores», el 53% de los entrevistados se muestra muy o bastante de acuerdo (tabla 3). Esta afirmación está relacionada con el nivel de estudios ($p=0,049$), pues los que menos nivel de estudios tienen están más de acuerdo con dicha afirmación. Aunque las diferencias son importantes desde un punto de vista estadístico, no está tan claro que los sean desde un punto de vista sociológico, al ser las diferencias muy leves. También hay relación, en términos estadísticos, con la situación laboral del entrevistado (tabla 3).

Por tanto, la percepción de las condiciones laborales en el sector turístico por parte de los residentes valencianos no es positiva. Es patente la percepción de que el sector requiere de una mayor cualificación, que los inmigrantes tienen una presencia importante, que las remuneraciones de las mujeres son peores que la de los hombres y que, en general, es un sector con peores condiciones laborales que otros.

Por otro lado, se advierte la variación de las opiniones relativas a la presencia de inmigrantes y mujeres y a las condiciones laborales, teniendo las variables sociodemográficas una mayor o menor importancia relativa en cada caso, no apreciándose en ocasiones tendencias claras a la hora de relacionar las opiniones sobre algunas características del empleo turístico y las variables sociodemográficas consideradas.

4.3. Vinculación con la actividad turística

Más de un tercio de los entrevistados ocupados considera su trabajo muy-bastante relacionado con el turismo o los turistas (tabla 4).

Tabla 4
RELACIÓN DEL EMPLEO PROPIO CON EL SECTOR

Mucho	12,0
Bastante	22,4
Ni mucho ni poco	0,4
Poco	27,1
Nada	37,7
NS/NC	0,4
	100,0

Fuente: Elaboración propia. Pregunta: ¿Hasta qué punto está relacionado su trabajo con el turismo o con los turistas? N= 706.

No se ha podido establecer ninguna diferencia estadísticamente significativa entre quienes se consideran vinculados laboralmente al sector y aquellos cuyo empleo no mantiene relación con el mismo, para ninguna de las cuestiones planteadas, tales como la importancia del turismo en la economía valenciana, la calidad de la oferta turística, o las molestias ocasionadas por los turistas. Sin embargo, dado que esta pregunta sólo es respondida por aquellos individuos que en el momento de la realización de la encuesta se encuentran en situación laboral de ocupados, se han considerado otras variables que dimensionan la mayor o menor vinculación de los individuos al sector turístico. Se trata de cuatro preguntas dicotómicas que atienden a la percepción del beneficio personal que proporciona el turismo (tabla 5).

Tabla 5
VINCULACIÓN ECONÓMICA DE LA FAMILIA CON EL SECTOR TURÍSTICO

Variable	Porcentaje de respuesta afirmativa
¿Considera que el turismo actualmente beneficia la situación económica de su familia?	25,1
¿Considera que el turismo es actualmente una opción para encontrar empleo para algún miembro de su familia?	42,0
¿Considera que el turismo ayudará a mejorar la situación económica de su familia en los próximos 12 meses?	28,9
En su familia más cercana (padre, madre, hermanos/as, nietos/as), ¿hay algún miembro que trabaje en el sector turístico?	14,5

Fuente: Elaboración propia.

Estas preguntas se han recodificado y convertido en una variable ordinal, sumando las puntuaciones: nada (contesta no a las 4 preguntas); poco (una respuesta positiva); algo (2); bastante (3); mucha (4). A esta nueva variable se la ha denominado «vinculación económica familiar» (tabla 5).

Esta nueva variable se ha cruzado con la pregunta descrita anteriormente «relación del empleo propio con el sector» y el resultado es que la relación es estadísticamente significativa (Chi-cuadrado de Pearson= 171,451, g.l. 20, sig. <0,000) lo que refuerza la utilidad de creación de estas categorías según la «vinculación económica familiar».

Sin embargo, no se encuentra relación entre este «índice de vinculación económica familiar» y las cuatro variables relativas a las condiciones laborales en el sector (tabla 7), excepto en la cuestión de la necesidad de cualificación de los empleados.

Por lo tanto, la tercera hipótesis —aquellas personas más vinculadas a la actividad turística son más proclives a legitimar la actividad y a valorar positivamente sus condiciones laborales— ha de ser rechazada. Se puede decir que los beneficios del turismo para la economía se perciben de forma abstracta y general, pero ello no se concreta nítidamente en el plano personal y familiar.

Tabla 6
VINCULACIÓN ECONÓMICA FAMILIAR

	Frecuencia	Porcentaje válido
Nada	516	45,6
Poco	256	22,6
Algo	154	13,6
Bastante	139	12,3
Mucho	68	6,0
Total	1.133	100,0
NS/NC	23	

Fuente: Elaboración propia.

Como dato adicional, el 82% de la población considera que el turismo será una fuente de creación de empleo para la Comunidad Valenciana en los siguientes 12 meses mientras que apenas el 29% cree que se beneficiará de la mejora económica derivada del turismo.

Tabla 7
ANOVA SEGÚN ‘VINCULACIÓN ECONÓMICA FAMILIAR’

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Mejorar la cualificación de los empleados del sector turístico	Inter-grupos	34,290	4	8,572	3,182	0,013
	Intra-grupos	3009,720	1117	2,694		
	Total	3044,010	1121			
La mayor parte de los puestos de trabajo que crea el turismo son ocupados por inmigrantes	Inter-grupos	173,946	4	43,487	0,874	0,479
	Intra-grupos	56061,515	1127	49,744		
	Total	56235,461	1131			
Los trabajos que consiguen las mujeres en el turismo están peor pagados que los de los hombres	Inter-grupos	165,982	4	41,496	0,202	0,938
	Intra-grupos	231943,327	1127	205,806		
	Total	232109,309	1131			
En general, el sector turístico ofrece a sus trabajadores condiciones laborales peores que otros sectores (industria, agricultura, otros servicios)	Inter-grupos	738,870	4	184,718	0,742	0,564
	Intra-grupos	280686,183	1127	249,056		
	Total	281425,053	1131			

Fuente: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

Con respecto a las hipótesis planteadas, los resultados confirman la primera de ellas; para los entrevistados, el turismo es una actividad económica valorada positivamente y, a partir de los indicadores considerados, queda clara también la identificación de la relación entre el turismo y su capacidad para generar empleo y riqueza. También se cumple la segunda de las hipótesis, dado que, a grandes rasgos, se reconoce que las condiciones laborales en el sector turístico son peores que las de otras actividades económicas. Es bastante unánime dicha opinión, aunque en algunos casos, aparecen variaciones que dependen de una u otra variable sociodemográfica, no encontrándose ninguna que discrimine claramente. Mientras la opinión sobre la importancia del turismo y sus repercusiones en la economía valenciana es claramente positiva, no ocurre lo mismo con las condiciones laborales en el mismo. Casi tres cuartas partes de los entrevistados valoran la necesidad de mayor cualificación en el sector y lo visualizan como un espacio donde las mujeres perciben peores salarios. Además, prácticamente la mitad de los entrevistados reconoce que es un sector con peores condiciones laborales que el resto de sectores.

Sin embargo, no se puede corroborar la tercera de las hipótesis planteadas: aquellos colectivos más cercanos a la actividad turística son más proclives a legitimar y aceptar la actividad y valorar positivamente sus condiciones laborales. No se ha encontrado evidencia suficiente para avalar esta hipótesis. Por ello, hay que concluir que las opiniones sobre las condiciones laborales son independientes de la vinculación de los entrevistados con el sector. Sí puede afirmarse que el turismo se considera un factor prioritario para el desarrollo económico de la Comunidad Valenciana, independientemente de percibir un beneficio directo y propio del mismo. La Teoría del intercambio social, tal y como se ha venido aplicando en los estudios de turismo hasta hoy, muestra una vez más su debilidad.

Ahora bien, estos resultados nos dan también la oportunidad de realizar una serie adicional de reflexiones que creemos de interés en la investigación sociológica sobre los impactos sociales del turismo. En primer lugar, ¿por qué el turismo recibe un respaldo tan amplio por parte de la ciudadanía, pese al reconocimiento de unas condiciones laborales que, como esa misma ciudadanía reconoce, distan mucho de ser óptimas? Debemos considerar para ello el marco más general de la situación del empleo en España. En palabras de Prieto Rodríguez (2004), hemos pasado de una sociedad con un modelo de orden social de trabajo justo (sociedad salarial) apoyado en el pacto keynesiano, y donde las condiciones laborales eran elementos centrales de negociación, a otro modelo social «flexible», caracterizado por la adaptación permanente a las necesidades del mercado y de las empresas. Un modelo en el que los derechos y las condiciones laborales «son ajustados a la baja siguiendo criterios de mercado» (p. 87). Antes, la acción de los asalariados se orientaba hacia la mejora de sus salarios y condiciones laborales, procurando reducir la explotación; ahora, el objetivo es conseguir ser uno de los «privilegiados de la explotación» (López López, 2000). Es este contexto general el que ayuda a comprender las respuestas sobre la relación entre turismo, empleo y condiciones laborales. Este cambio de modelo de relaciones laborales, junto con los efectos de la globalización, hacen que el desempleo se convierta en una dimensión central.

De este modo, el desempleo desplaza al rincón del olvido a las condiciones laborales, e incluso a la estabilidad y el salario. Por ejemplo, Pinilla García (2004) muestra cómo se viene produciendo en las últimas décadas una intensificación del ritmo y la carga de trabajo en España. Otros autores inciden en que, pese al aumento del volumen de actividad preventiva en las empresas, ello no ha revertido en la mejora de las condiciones de salud en los centros de trabajo, lo que viene a estar vinculado al incremento de la precarización laboral (Mancheño y Plaza, 2007).

No está en la agenda de discusión pública la bondad de las condiciones laborales. El objetivo central para cada individuo/familia es conseguir empleos. Los efectos psicológicos, disciplinarios y de política de empleo que tiene el desempleo resultan claros. Menor relevancia tiene que las condiciones laborales se alejen de ser óptimas.

Todo ello nos lleva al terreno más general de los impactos del turismo y su interrelación con las condiciones socioeconómicas españolas. Muchos de los estudios sobre los impactos del turismo se realizan en países en los que la actividad turística no tiene un peso tan significativo en la economía estatal como en el caso español y donde, quizá, la importancia del desempleo no sea tampoco la misma. En España, el desempleo tiene un componente estructural, y también es el caso de la Comunidad Valenciana, que ha pasado del 9,6% de tasa de paro en 2008 al 25,4% en 2011 (EPA-INE). Es la relevancia del desempleo en el contexto socioeconómico valenciano y español lo que permite comprender que la percepción de condiciones laborales negativas en el sector no impida su apoyo social. Se acepta toda actividad que genere empleo aunque sus condiciones laborales no sean óptimas.

De los datos aportados también se deriva otro asunto que tiene que ver con la relación entre las percepciones de los residentes y los discursos académicos. Por un lado, la literatura académica es crítica con el sector, subrayando las dimensiones negativas sobre las positivas, y así viene siendo desde que Gaviria (1974) comenzó a estudiar su importancia en la España de los sesenta; por otro lado, los residentes apoyan con entusiasmo el turismo. Sin embargo, cuando se les pregunta por las características del sector, se acercan a las valoraciones críticas de los académicos. La conclusión de todo ello pudiera ser que el apoyo al turismo no obvia la identificación de los problemas que genera su mercado laboral. La población identifica las debilidades del empleo turístico y su opinión se aproxima a las advertencias de los expertos y académicos. Los residentes valencianos parecen tener una percepción de las características del sector turístico cercanas a las que los académicos consideran propias del mismo, si bien, se resignan a que una actividad económica determinante para la sostenibilidad económica de la región se caracterice por la precariedad de los empleos que genera. Se produce así tanto un reconocimiento de la importancia económica del sector turístico como de la ausencia de óptimas condiciones laborales en el mismo.

La sociedad valenciana reivindica el turismo pero, al mismo tiempo, reconoce que no genera buenos puestos de trabajo. Ante esta contradicción, cabe preguntarse quiénes deben o merecen trabajar en un sector tan decisivo para la sostenibilidad económica del país —y muy especialmente de esta región— cuyas condiciones laborales son percibidas poco gratificantes y, en consecuencia, reclama para su funcionamiento perfiles profesionales de escaso prestigio y consideración social. No parece arriesgado aventurar que las personas mejor cualificadas intentarán labrar su futuro profesional en otros ámbitos, quedando el sector turístico como un ámbito de atracción para los trabajadores de menor cualificación.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILÓ, E. y ROSSELLÓ, J. (2005): «Host community perceptions and attitudes toward tourism. A cluster analysis», *Annals of Tourism Research*, vol. 32, nº 4, pp. 925-941.
- AIREY, D. y FRONTISTIS, A. (1997): «Attitudes to careers in tourism: An anglo greek comparison», *Tourism Management*, vol. 18, nº 3, pp. 149-158.
- ALLEN, L.R.; LONG, P.T.; PERDUE, R.R. y KIESELBACH, S. (1988): «The impact of tourism development on residents perceptions of community life», *Journal of Travel Research*, vol. 27, nº 1, pp. 16-21.
- ÁLVAREZ ALEDO, C. (1996): *El impacto de la contratación temporal sobre el sistema productivo español*. Madrid, Consejo Económico y Social.
- ANDERECK, K.L. y VOGT, C.A. (2000): «The relationship between residents attitudes towards tourism and tourism development options», *Journal of Travel Research*, vol. 39, nº 3, pp. 27-36.
- ANDERECK, K.L.; VALENTINE, K.M.; KNOPF, R.C. y VOGT, C.A. (2005): «Residents' perceptions of community tourism impacts», *Annals of Tourism Research*, vol. 32, nº 4, pp. 1056-1076.
- AP, J. (1992): «Residents perceptions on tourism impacts», *Annals of Tourism Research*, vol. 19, nº 4, pp. 665-690.
- BAUM, T. (1995): *Managing human resources in the European tourism and hospitality industry: A strategic approach*. London-New York, Chapman & Hall.
- BAUM, T. (2007): «Human resources in tourism: Still waiting for change», *Tourism Management*, vol. 28, nº 6, pp. 1383-1399.
- BRUNT, P. y COURTNEY, P. (1999): «Host perceptions of sociocultural impacts», *Annals of Tourism Research*, vol. 26, nº 3, pp. 493-515.
- DÍAZ ARMAS, R. (2010): «La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia», *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 8, nº 4, pp. 431-444.
- GARCÍA, G. y SANCHO, A. (2000): «Un estudio de los impactos que genera el turismo sobre la población local». Ponencia presentada en el *5th International Forum on Tourism Statistics*, Glasgow. Disponible en <<http://www.uv.es/garciagr/pdf/GLASGOW2000.pdf>> consultado el 2 de febrero de 2010.
- GAVIRIA, M. (Dir.) (1974): *España a go-gó: Turismo chárter y neocolonialismo del espacio*. Madrid, Turner.
- GENERALITAT VALENCIANA, CONSELLERIA DE TURISME (2011): *El turismo en la Comunidad Valenciana 2010*. Disponible en: http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/observatorio/anuarios/El_Turismo_en_la_CV-2010.pdf, consultado el 5 de mayo de 2012.
- GURSOY, D.; JUROWSKI, C. y UYSAL, M. (2002): «Resident attitudes: A structural modeling approach», *Annals of Tourism Research*, vol. 29, nº 1, pp. 79-105.
- GUTIÉRREZ JUNQUERA, P. (1993): *El crecimiento de los servicios. Causas, repercusiones y políticas*. Madrid, Alianza Economía.

- HARRILL, R. (2004): «Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning», *Journal of Planning Literature*, vol. 18, nº 3, pp. 251-266.
- HUETE, R. (2010): «Opiniones y actitudes ante el turismo residencial en el sur de la Comunidad Valenciana», *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, nº 8, pp. 445-461.
- HUETE, R.; MANTECÓN, A. y MAZÓN, T. (2008): «¿De qué hablamos cuando hablamos de turismo residencial?», *Cuadernos de Turismo*, nº 22, pp. 101-121.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2012): *Balance del turismo en España*. Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es>, consultado el 5 de mayo de 2012.
- JUROWSKI, C.; UYSAL, M. y WILLIAMS, D. (1997): «A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism», *Journal of Travel Research*, vol. 36, nº 2, pp. 3-11.
- KING, B.; PIZAM, A. y MILMAN, A. (1991): «Social impacts of tourism: host perceptions», *Annals of Tourism Research*, vol. 20, nº 4, pp. 650-665.
- LADKIN, A. y RILEY, M. (1996): «Mobility and structure in the career paths of UK hotel managers: a labour market hybrid of the bureaucratic model?», *Tourism Management*, vol. 17, nº 6, pp. 443-452.
- LAM, T. (2002): «New employees' turnover intentions and organizational commitment in the Hong Kong hotel industry», *Journal of Hospitality and Tourism Research*, vol. 26, nº 3, pp. 217-234.
- LEE, C. y KANG, S. (1998): «Measuring earnings inequality and median earnings in the tourism industry», *Tourism Management*, vol. 19, nº 4, pp. 341-348.
- LENNON, J. J. y WOOD, R. C. (1989): «The sociological analysis of hospitality labour and the neglect of accommodation workers», *International Journal of Hospitality Management*, vol. 8, nº 3, pp. 227-235.
- LEVER, A. (1987): «Spanish tourism migrants: The case of Lloret de Mar», *Annals of Tourism Research*, vol. 14, nº 4, pp. 449-470.
- LIU, A. y WALL, G. (2005): «Human resources development in China», *Annals of Tourism Research*, vol. 32, nº 3, pp. 689-710.
- LÓPEZ LÓPEZ, P. (2000): «Modernización, flexibilización, sumisión: Las condiciones laborales en la sociedad de la información», *El Viejo Topo*, nº 143, pp. 37-43.
- MCINTYRE, G. (1993): *Sustainable tourism development: Guide for local planners*. Madrid, World Tourism Organization.
- MANCHEÑO, C. y PLAZA, C. (2007): «El nuevo modelo preventivo en las empresas: Una aproximación a la realidad», *Cuadernos de Relaciones Laborales*, vol. 25, nº 1, pp. 87-107.
- MANTECÓN, A. (2010): «Tourist modernisation and social legitimation in Spain», *International Journal of Tourism Research*, vol. 12, nº 5, pp. 617-626.
- MARRERO RODRÍGUEZ, J.R. (1996): «Semejanzas y diferencias en la producción de bienes y servicios. Una reflexión sociológica a partir de la reestructuración de la actividad productiva», *Sociología del Trabajo*, nº 26, pp. 63-80.
- OSORIO ACOSTA, E. (2006): *Gestión competitiva en los destinos turísticos de interior*. Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Valencia.

- PERDUE, R.; LONG, P. y ALLEN, L. (1990): «Resident support for tourism development», *Annals of Tourism Research*, vol. 17, nº 4, pp. 586-599.
- PIÑILLA GARCÍA, J. (2004): «Intensificación del esfuerzo de trabajo en España», *Cuadernos de Relaciones Laborales*, vol. 22, nº 2, pp. 117-135.
- PIZAM, A. (1978): «Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents», *Journal of Travel Research*, vol. 16, nº 4, pp. 8-12.
- PIZAM, A. (1999): «The state of travel and tourism human resources in Latin America», *Tourism Management*, vol. 20, nº 5, pp. 575-586.
- PRIETO RODRÍGUEZ, C. (2004): «Por un empleo seguro, estable y con derechos para todos y todas o el sentido del conflicto social (por un trabajo decente) en la sociedad española actual», *Cuadernos de Relaciones Laborales*, vol. 22, nº 2, pp. 83-91.
- RILEY, M. y SZIVAS, E. (2003): «Pay determination - A socioeconomic framework», *Annals of Tourism Research*, vol. 30, nº 2, pp. 446-464.
- RILEY, M.; LADKIN, A. y SZIVAS, E. (2002). *Tourism employment. Analysis and planning*. England, Channel View Publications.
- RITCHIE, B.W. e INKARI, M. (2006): «Host community attitudes toward tourism and cultural tourism development: the case of the Lewes District, Southern England», *International Journal of Tourism Research*, vol. 8, nº 1, pp. 27-44.
- RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, P. (2007): *Los andaluces y el turismo: percepción social del turismo en Andalucía*. Sevilla, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, J. y ARROYO VARELA, S. R. (2000): «La gestión de los recursos humanos a través de la flexibilidad laboral interna. Estudio empírico de los hoteles de la Costa del Sol», *Papers de Turisme*, nº 28, pp. 67-95.
- SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL (2011): *Características sociodemográficas y perfiles competenciales de los trabajadores del sector turismo*. Madrid, Ministerio de Trabajo e Inmigración.
- SHARMA, B. y DYER, P. (2009): «Residents' involvement in tourism and their perceptions of tourism impacts», *Benchmarking: An International Journal*, vol. 16, nº 3, pp. 351-371.
- SHELDON, P. J. (1989): «Professionalism in tourism and hospitality», *Annals of Tourism Research*, vol. 16, nº 4, pp. 492-503.
- SMITH, M. y KRANNICH, R. (1998): «Tourism dependence and resident attitudes», *Annals of Tourism Research*, vol. 25, nº 4, pp. 783-802.
- TEYE, V.; SÓNMEZ, S.F. y SIRAKAYA, E. (2002): «Residents' attitudes toward tourism development», *Annals of Tourism Research*, vol. 29, nº 3, pp. 668-688.
- VAN DEN BERGHE, P. L. (1992): «Tourism and the ethnic division of labor», *Annals of Tourism Research*, vol. 19, nº 2, pp. 234-249.
- VARGAS-SÁNCHEZ, A.; PORRAS BUENO, N. y PLAZA MEJÍA, M.A. (2011): «Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible?», *Annals of Tourism Research*, vol. 38, nº 2, pp. 460-480.