



RES
Revista de Ciencias Sociales

Depósito legal ppi 201502ZU4662
Esta publicación científica en formato
digital es continuidad de la revista impresa
Depósito Legal: pp 197402ZU789
● ISSN: 1315-9518 ● ISSN-E: 2477-9431

Universidad del Zulia. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Vol. XXIX, No. Especial 8 julio-diciembre 2023

Revista de Ciencias Sociales

Esta publicación científica en formato
digital es continuidad de la revista impresa
Depósito Legal: pp 197402ZU789
ISSN: 1315-9518

Apoyo del residente de Córdoba-España al turismo en un contexto de pandemia: Explorando factores sociodemográficos

Núñez-Tabales, Julia Margarita*
Rey-Carmona, Francisco José**
Durán-Román, José Luis***
Pulido-Fernández, Juan Ignacio****

Resumen

El éxito o fracaso del desarrollo turístico de un determinado destino, está relacionado con el apoyo de los residentes a su sostenibilidad. El objetivo del estudio es determinar la percepción del residente de la ciudad de Córdoba (España) sobre el apoyo al turismo en un contexto de pandemia, así como examinar qué factores sociodemográficos son determinantes en dicho apoyo. Se diseñó una investigación cuantitativa, de tipo descriptivo, con diseño de campo, no experimental y transversal. Se utilizó un cuestionario para la recogida de datos, distribuido mediante patrón aleatorio de día/hora/lugar en la población objetivo (residentes mayores de 18 años), recopilándose una muestra de 434 encuestas. Mediante la metodología estadística de tablas de contingencia afloraron las variables determinantes del apoyo al turismo por parte del residente. Los resultados evidencian que los hombres, con edad intermedia (40-54 años), no residentes en el centro de la ciudad, empresarios, con ingresos del hogar superiores a los 5.000 euros mensuales y con dependencia económica personal del turismo, son los que más apoyan la atracción de turistas en pandemia. Los resultados pueden ser muy útiles para los planificadores turísticos a la hora de definir estrategias que fomenten el desarrollo del turismo en la ciudad.

Palabras clave: Comunidad de acogida; apoyo de los residentes; turismo sostenible; COVID-19; perfiles sociodemográficos.

* Doctora en Métodos Cuantitativos en Economía. Licenciada en Investigación y Técnicas de Mercado (Marketing). Profesora Titular del Departamento de Organización Empresarial en la Universidad de Córdoba, Córdoba, España. E-mail: es2nutaj@uco.es ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6597-6029> (Autor de correspondencia).

** Doctor en Ciencias Jurídicas y Empresariales. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesor Doctor del Departamento de Organización Empresarial en la Universidad de Córdoba, Córdoba, España. E-mail: td1recaf@uco.es ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2434-556X>

*** Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas. Profesor Doctor del Departamento de Organización de Empresas, Marketing y Sociología en la Universidad de Jaén, Jaén, España. E-mail: jduran@ujaen.es ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7230-7907>

**** Doctor en Economía. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Catedrático del Departamento de Economía en la Universidad de Jaén, Jaén, España. E-mail: jipulido@ujaen.es ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9019-726X>

Resident support of Córdoba-Spain for tourism in a pandemic context: Exploring sociodemographic factors

Abstract

The success or failure of the tourism development of a certain destination is related to the residents' support for its sustainability. The objective of the study is to determine the perception of residents of the city of Córdoba (Spain) regarding support for tourism in a pandemic context, as well as to examine which sociodemographic factors are determining factors in said support. A quantitative, descriptive research was designed, with a field, non-experimental and transversal design. A questionnaire was used to collect data, distributed through a random pattern of day/time/place in the target population (residents over 18 years of age), collecting a sample of 434 surveys. Using the statistical methodology of contingency tables, the determining variables of the resident's support for tourism emerged. The results show that men, of intermediate age (40-54 years), not resident in the city center, businessmen, with household income greater than 5,000 euros per month and with personal economic dependence on tourism, are the ones who most support the attraction of tourists in a pandemic. The results can be very useful for tourism planners when defining strategies that promote the development of tourism in the city.

Keywords: Host community; residents' support; sustainable tourism; COVID-19; socio-demographic profiles.

Introducción

La literatura previa pone de manifiesto que el éxito o fracaso en el desarrollo turístico de un determinado destino está relacionado con las actitudes de la comunidad de acogida hacia los impactos del desarrollo turístico y con sus comportamientos posteriores hacia el turismo (Sharpley, 2014; Stylidis, Kokho Sit y Biran, 2018; Lee y Jan, 2019; Thyne et al., 2020; Pelegrín et al., 2020). Por tanto, la sostenibilidad del turismo depende de la buena voluntad de los residentes locales (Aguiló y Roselló, 2005). En consecuencia, examinar el nivel de apoyo de los residentes hacia el desarrollo turístico forma parte del proceso de planificación para la sostenibilidad y un indicador clave del desarrollo exitoso del turismo local (Gursoy, Chi y Dyer, 2010).

No obstante, aunque son muy diversos los factores que pueden influir en dicho apoyo, atendiendo a la Teoría de la Identidad (Stets y

Biga, 2003), que postula que la identidad de un individuo determina sus comportamientos y actitudes, sería oportuno examinar cuáles son los factores sociodemográficos del residente que determinan su apoyo al turismo.

Asimismo, siguiendo a Muler, Coromina y Galí (2018), la mayoría de los estudios que abordan el desarrollo turístico se refieren a la disposición de aceptar más turistas por parte de la comunidad de acogida. Sin embargo, la pandemia declarada por la Organización Mundial de la Salud el 11 de marzo de 2020, provocada por el nuevo coronavirus Covid-19 (Huang et al., 2020; Luna-Nemecio, 2020), ha golpeado fuertemente a la economía global en general y a la industria turística en particular (Loor, Plaza y Medina, 2021; Chica, Hernández y Bulchand-Gidumal, 2021; Škare, Riberio y Porada-Rochoñ, 2021), puesto que el movimiento de turistas durante el viaje, así como sus interacciones con las comunidades locales y entre sí, constituyen un claro

elemento multiplicador de las enfermedades infecciosas (Apolloni et al., 2014).

Ante este contexto de crisis económico-sanitaria (Hernández-Fernández, 2021), el residente se encuentra en la encrucijada entre abrir las puertas al turismo para ayudar a la recuperación económica del destino o, por el contrario, mantener cierta resistencia al mismo mientras dure la pandemia para evitar el riesgo de contagio.

Durante la pandemia ha habido una escasa atención al apoyo y actitudes de los residentes de un destino turístico hacia la afluencia de turistas (Joo et al., 2021; Kamata, 2021), y no hay precedente de ningún estudio que analice pormenorizadamente los factores sociodemográficos. Además, los países europeos, a pesar de ser Europa el principal destino turístico del mundo, se sitúan entre los menos estudiados para evaluar las actitudes de los residentes hacia el turismo (Hadinejad et al., 2019); por ello se ha seleccionado como marco geográfico del presente estudio, una ciudad Patrimonio de la Humanidad, la ciudad de Córdoba (España).

A tenor de lo expuesto, el objetivo de este trabajo consiste en examinar la percepción del residente sobre el apoyo al turismo en un contexto de pandemia en la ciudad Patrimonio de la Humanidad de Córdoba (España), explorando los factores sociodemográficos determinantes en dicho apoyo.

Este trabajo contribuye, por tanto, a profundizar en la literatura sobre apoyo al desarrollo turístico de un destino cultural en un contexto de crisis económica-sanitaria, proporcionando valiosa información para profesionales y gestores de destinos turísticos, dado que hasta la fecha no se han detectado aportaciones sobre el vínculo entre apoyo al turismo y características de los residentes en este particular contexto. Sin duda, los resultados ayudarán en la definición de estrategias que aumenten la confianza de los residentes y, a su vez, mejoren la experiencia del turista.

1. Factores intrínsecos influyentes en el apoyo al turismo por parte del residente

Estudios previos han identificado un amplio abanico de factores explicativos del apoyo al turismo por parte del residente y que dan lugar a que los mismos presenten diferentes niveles de apoyo hacia el turismo. La clasificación más extendida en la literatura es la que contempla la dicotomía entre factores intrínsecos y extrínsecos (Fredline y Faulkner, 2000; Sharples, 2014; Muler et al., 2018; Hateftabar y Chapuis, 2020). Los primeros, se refieren a las características propias o personales de los residentes; mientras que los segundos, están vinculados a su entorno (fase del ciclo turístico del destino, procedencia del turista o estacionalidad). La dimensión intrínseca reconoce que la comunidad de acogida es heterogénea y, por tanto, la percepción de los impactos puede ser distinta de acuerdo con variaciones en las características y circunstancias de cada individuo.

Si se atienden a los factores intrínsecos, los más comúnmente analizados son los sociodemográficos -el género, la edad, la situación profesional, el nivel educativo, el nivel de ingresos y el lugar de residencia- y el factor de dependencia económica del turismo. Las investigaciones en la literatura que conectan estos factores con las actitudes del residente hacia el turismo ofrecen resultados contradictorios, de tal manera que, mientras unos descartan la relación entre dichos factores y las actitudes frente al turismo (Liu y Var, 1986), otros encontraron relaciones significativas entre ambos (Andriotis y Vaughan, 2003; Jackson e Inbakaran, 2006; Wang y Pfister, 2008; Schofield, 2011). La variable edad, junto con el género, suelen ser las más analizadas.

En cuanto al género, existen estudios que no encuentran diferencias en las actitudes y el apoyo al turismo atendiendo a esta

variable (Ryan y Montgomery, 1994; Davis, Allen y Cosenza, 1988; Ritchie e Inkari, 2006). Ritchie e Inkari (2006), concluyeron que los hombres apoyaban menos el turismo que las mujeres y, por su parte, Wang y Pfister (2008) evidenciaron que las mujeres valoran más positivamente el turismo debido a que conlleva con cierta asiduidad más actividades culturales o, según Nunkoo y Gursoy (2012); y, Bumbila (2021), las mujeres favorecerán más el desarrollo turístico con ánimo de obtener ganancias económicas para cuidar de su familia.

Por otra parte, Belisle y Hoy (1980); Mason y Cheyne (2000); y, Williams y Lawson (2001), encontraron que las mujeres mostraban mayor oposición al turismo que los hombres, hecho atribuido por estos últimos a un incremento en la percepción de impactos negativos (tráfico, ruido o crimen).

La variable edad fue utilizada por Belisle y Hoy (1980); y, Ryan y Montgomery (1994), en ciudades históricas y no reveló diferencias significativas entre los residentes; llegando Davis et al. (1988) a la misma conclusión. Sin embargo, otros estudios evidenciaron que los residentes más mayores tenían una percepción del turismo más negativa que la de los jóvenes, puesto que se mostraban más preocupados por los impactos negativos (Haralambopoulos y Pizam, 1996; Weaver y Lawton, 2001; Souza y Eusébio, 2010; Da Cruz, Remoaldo y Cadima, 2013).

Por el contrario, McGehee y Andereck (2004) afirmaron que los mayores están más de acuerdo con el desarrollo turístico, porque las oportunidades de beneficiarse de ello aumentan con la edad, al tener más posibilidades de ocupar puestos directivos dentro de la industria turística por su experiencia o también porque tienen la oportunidad de obtener capital para emprender en negocios vinculados con el turismo. Por su parte, Williams y Lawson (2001), manifestaron que los residentes que están más a favor del turismo eran los de mediana edad.

Atendiendo a la educación o nivel de estudios del residente, se observa generalmente una mejora de las actitudes hacia el turismo

conforme aumenta el nivel educativo de los anfitriones (Haralambopoulos y Pizam, 1996; Andriotis y Vaughan, 2003; Sharma y Dyer, 2009; Schofield, 2011; Almeida-García et al., 2016). Esto se debe a que cuanto mayor sea su nivel educativo probablemente tendrán mayor conciencia de los beneficios derivados del desarrollo turístico a través de los medios impresos y electrónicos, que los residentes con menos estudios (Teye, Sirakaya y Sönmez, 2002). No obstante, Pavlić, Portolan y Puh (2020) no hallaron diferencias estadísticamente significativas en las actitudes hacia el turismo atendiendo a este factor.

Si se presta atención al nivel de ingresos del residente, nuevamente las investigaciones previas muestran hallazgos divergentes. Hao, Long y Kleckley (2011), no encuentran relación entre los ingresos y las actitudes del residente hacia el desarrollo turístico; no obstante, el hallazgo más extendido en trabajos anteriores es que los residentes con mayores ingresos tienden a mostrarse más a favor del turismo (Haralambopoulos y Pizam, 1996; Williams y Lawson, 2001; Sharma y Dyer, 2009).

El estado civil del residente ha sido utilizado en un menor número de estudios. Ribeiro, Do Valle y Silva (2013), no hallaron grandes diferencias en el apoyo al turismo atendiendo a esta variable; Inbakaran y Jackson (2006), sustituyen esta variable por el ciclo de vida familiar, evidenciando que los jóvenes solteros y las familias maduras son los que se muestran más a favor del turismo, dado que tienen un mayor vínculo con el sector.

El factor ocupacional o dedicación profesional del residente fue considerado por Wassler et al. (2019), destacando un neutral o bajo nivel de apoyo al turismo entre los residentes asalariados y una actitud más entusiasta entre los estudiantes. Por otra parte, Pavlić et al. (2020) no hallaron diferencias en las actitudes de la comunidad de acogida al turismo atendiendo a esta variable.

Asimismo, los factores espaciales o de ubicación, pueden influir en la actitud del residente al medir *a priori* el grado de interacción que este pudiera tener con los

turistas. Entre otras variables, se incluye la distancia entre el lugar de residencia y las principales zonas de afluencia turística (Belisle y Hoy, 1980; Weaver y Lawton, 2001; Jurowski y Gursoy, 2004), así como la concentración de turistas en determinados lugares (Sheldon y Var, 1984; Williams y Lawson, 2001).

Aunque la mayoría de las investigaciones que utilizan variables espaciales detectan una relación con el apoyo, de nuevo los resultados son contradictorios. Mientras que algunos autores han encontrado que residir cerca de los lugares turísticos origina un efecto positivo respecto al apoyo al desarrollo turístico por parte de los anfitriones, dado que aquellos que residen en zonas turísticas pueden tener una mayor dependencia económica del turismo (Belisle y Hoy, 1980; Sheldon y Var, 1984; Janusz, Six y Vanneste, 2017); otros han sugerido que estos residentes tenían actitudes menos favorables hacia el turismo, quizás porque la saturación puede impedirles disfrutar de los recursos de ocio (Jurowski y Gursoy, 2004); o conllevar otros inconvenientes como el ruido o la basura (Tyrrell y Spaulding, 1984).

Bajo el enfoque del intercambio social (Ap, 1992), el factor de dependencia económica del turismo por parte del residente es de sumo interés. La literatura detecta una relación directa, es decir, cuanto mayor es la dependencia, más favorable será la actitud hacia el turismo y mayor será el apoyo a su desarrollo (Pizam, 1978; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Harrill, 2004).

En efecto, muchos destinos ponen énfasis en el empleo como condición indispensable para la aceptación del turismo por parte de los residentes (Muler et al., 2018). Sin embargo, nuevamente la literatura muestra hallazgos inconsistentes, existiendo estudios que no encuentran relación (Ritchie e Inkari, 2006); o bien, encuentran justamente la relación contraria (Smith y Krannich, 1998; McGehee y Andereck, 2004), de forma que las comunidades de acogida más dependientes del turismo poseen actitudes más negativas hacia los impactos del turismo y son partidarias de un menor desarrollo, que aquellas comunidades que tienen menor dependencia. Este hecho fue

atribuido por Sirakaya, Teye y Sónmez (2002) a las pésimas condiciones de trabajo en este sector.

Por último, el Ministerio de Sanidad Español (2021) publicó un informe en el que se identificaban diferentes grupos de personas con un mayor riesgo de desarrollar enfermedad grave por contagio de COVID-19 -personas mayores, con enfermedades cardiovasculares e hipertensión arterial, diabetes, enfermedad pulmonar obstructiva crónica, cáncer, inmunodepresión, embarazo u otras enfermedades crónicas-. Por tanto, podría presumirse que la pertenencia a alguno de estos colectivos, aumentaría el miedo a contraer la enfermedad y derivaría en un menor apoyo al turismo, puesto que aumentaría el riesgo de contagio y podría extender la enfermedad en el destino. No se ha localizado ningún estudio previo que incorpore esta variable en el análisis de residentes.

2. Metodología

Para la realización de este estudio y cumplir con el objetivo planteado, se diseñó una investigación de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, con un diseño de campo, no experimental y transversal.

2.1. Área de estudio

La ciudad seleccionada para el desarrollo del estudio empírico de este trabajo es Córdoba, situada en la región de Andalucía, en el sur de España. Este país detenta una posición sumamente privilegiada en el panorama turístico como atestiguan las cifras. Desde 2017, se erige como el segundo país del mundo más visitado -solo por detrás de Francia-, recibiendo en el año 2019 alrededor de 84 millones de turistas (World Tourism Organization, 2020). Asimismo, España detenta la segunda posición en ingresos derivados del turismo con un montante de 80 billones de dólares en 2019, solo superada

por Estados Unidos. Por ello, representa un punto de referencia para la recopilación de datos sobre actitudes de los residentes hacia el turismo.

Aunque España es famosa mundialmente por su turismo de sol y playa -propio de sus islas y de las zonas de costa al este y al sur-, también ostenta un rico patrimonio cultural fruto de su larga trayectoria histórica. De hecho, la ciudad de Córdoba está incluida en el grupo de las 15 ciudades Patrimonio de España (UNESCO, 2022). Para la inclusión en dicho grupo se requiere un lugar histórico registrado en la UNESCO *World Heritage List* y Córdoba cuenta nada menos que con cuatro inscripciones en la lista del Patrimonio concedidas por la UNESCO: La Mezquita Catedral de Córdoba, en 1984; el casco histórico que la rodea, en 1994; la Fiesta de los Patios, en 2012; y, la Ciudad Califal de Madinat Al-Zahra, en 2018.

Todo ello justificaría su poderosa atracción como destino cultural. De hecho, en 2019, Córdoba rozó la cifra del millón de visitantes acumulados entre nacionales y extranjeros, pero el freno de la pandemia provocó un descenso del 70% en dicha cifra en el año 2020.

2.2. Población y muestra, instrumento de análisis, recogida y análisis de datos

La población objeto del estudio estuvo constituida por los residentes de la ciudad de Córdoba (España) con edad igual o superior a los 18 años y que hubieran residido en la ciudad al menos un año. La población de la ciudad ascendió a 326.039 habitantes en 2020, de los cuales 56.910 tenían una edad inferior a los 18 años (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía [SIMA], 2021; Instituto Nacional de Estadística [INE], 2021), por lo que el universo poblacional objeto de estudio se situó finalmente en 269.129 habitantes. El tamaño muestral se determinó mediante la fórmula de Cochran (1977), en este caso concreto, usando un nivel de confianza del 95% y un +/- 5% de margen de error, la muestra necesaria ascendió a 384 personas.

A los entrevistados se les planteó mediante encuesta personal la siguiente afirmación: "Apoyo atraer más turistas a la ciudad durante la pandemia", empleando una escala Likert graduada en cinco puntos que oscilan entre 1 (totalmente en desacuerdo con la afirmación) y 5 (totalmente de acuerdo con la afirmación). Además, se recopilaban las características demográficas básicas de los encuestados, junto con información acerca de su dependencia económica del turismo y de su posible inclusión en alguno de los grupos de riesgo o vulnerables de padecer la Covid-19.

Los datos fueron recopilados a lo largo del mes de abril de 2021 a través de un cuestionario estructurado auto-administrado distribuido en áreas públicas previamente seleccionadas usando un patrón aleatorio de día/hora/lugar (Bonn, Joseph y Dai, 2005). El encuestado podía elegir entre acceder al mismo a través del escaneo de un código QR mediante su teléfono móvil o bien facilitar sus respuestas al encuestador. Finalmente, el tamaño muestral obtenido ascendió a 434 individuos.

Los datos fueron tratados estadísticamente utilizando el *software Statistical Package for Social Science (SPSS) 25.0*. Mediante un análisis descriptivo se determinó el nivel de acuerdo por parte de los encuestados a atraer más turistas durante la pandemia. Posteriormente, se usó la Tabulación Cruzada (o Tablas de Contingencia) para examinar el grado de acuerdo con el desarrollo del turismo atendiendo a cada uno de los factores intrínsecos manejados y se realizó la prueba Chi-Cuadrado (χ^2), para determinar la existencia de dependencia estadísticamente significativa.

3. Resultados y discusión

3.1. Perfil sociodemográfico de los encuestados

La Tabla 1, refleja las principales variables que permiten construir el perfil de residentes encuestados en la ciudad de

Córdoba, España. Se observa una equitativa distribución por género: 214 hombres frente a 220 mujeres. La media de edad del residente se sitúa en los 43,6 años, siendo el grupo de edad más representativo el situado entre los 40 y los

54 años (41,2%) seguido del tramo más joven -18-39 años-, que representa el 37,6%. Casi la tercera parte de los entrevistados residen en el centro de la ciudad.

Tabla 1
Perfil sociodemográfico de los encuestados

Variable	Categorías	n (%)
Género	Hombres	214 (49,3%)
	Mujeres	220 (50,7%)
Edad	18-39	163 (37,6%)
	40-54	179 (41,2%)
	55 o más	92 (21,2%)
Zona de residencia	Centro ciudad	142 (32,7%)
	Otra	292 (67,3%)
Estado civil	Soltero	125 (28,8%)
	Casado/vida en pareja	273 (62,9%)
	Separado/Divorciado	31 (7,1%)
	Viudo	5 (1,2%)
Educación	Primarios/Secundarios	129 (29,7%)
	Graduado o superior	305 (70,3%)
Ocupación	Desempleado	25 (5,8%)
	Asalariado	161 (37,1%)
	Autónomo	83 (19,1%)
	Estudiante	65 (15,0%)
	Funcionario	63 (14,5%)
	Jubilado	30 (6,9%)
	Labores del hogar	7 (1,6%)
Ingresos mensuales (Euros)	<1.000 €	36 (8,3%)
	1.001-2.000 €	126 (29,0%)
	2.001-3.000 €	133 (30,6%)
	3.001-4.000 €	70 (16,1%)
	4.001-5.000 €	37 (8,5%)
>5.001 €	32 (7,4%)	
Dependencia personal del turismo	Sí	76 (17,5%)
	No	358 (82,5%)
Pertenece a grupo de riesgo COVID-19	Sí	76 (17,5%)
	No	358 (82,5%)

Fuente: Elaboración propia, 2023.

El estado civil predominante es el de casado o conviviendo en pareja en un 67,3% de los casos. Los empleados -ya sean públicos

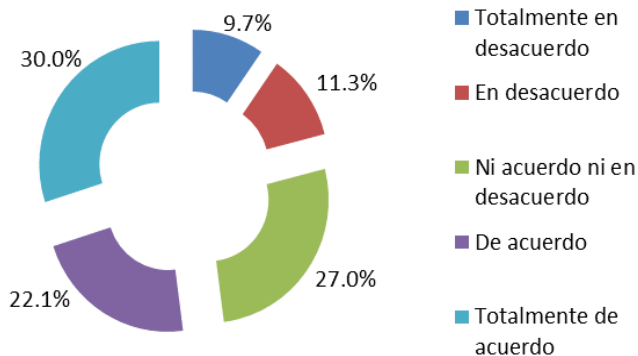
o privados- representan más de la mitad de la muestra, casi el 20% son autónomos y un 15% son estudiantes. Un 70% cuentan con un nivel

de educación universitario y casi el 60% de los entrevistados tienen un salario que oscila entre los 1.001 y los 3.000 euros mensuales.

3.2. Apoyo al desarrollo del turismo en la ciudad de Córdoba

El primer propósito de este estudio es examinar el nivel de apoyo de los residentes de la ciudad de Córdoba en un contexto de pandemia. El Gráfico I, revela la distribución

de respuestas a la afirmación “Apoyo atraer más turistas a la ciudad durante la pandemia”. Más de la mitad del total de los entrevistados afirmaron estar “muy de acuerdo” (30%) o “de acuerdo” (22,1%) con ello; mientras que los que se muestran contrarios a la atracción de turistas a la ciudad -bien “en desacuerdo” (11,3%) o “totalmente en desacuerdo” (9,7%)- se reducen a algo más del 20%. No obstante, cabe destacar que existe más de una cuarta parte de los residentes (27%) que se sitúa en una posición intermedia.



Nota: Media = 3,51; Desviación típica = 1,29.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

Gráfico I: Apoyo atraer más turistas a la ciudad durante la pandemia

Por lo tanto, aunque mayoritariamente la comunidad de acogida está dispuesta a aceptar más turistas durante la pandemia provocada por la Covid-19, existe más de una cuarta parte de los encuestados que se muestran confusos o dubitativos a la hora de posicionarse con respecto a esta cuestión. Posiblemente, son aquellos que se encuentran en el dilema de aceptar turistas para ayudar económicamente a la ciudad en un momento de crisis o, por el contrario, oponerse a la llegada de los mismos

ante la posibilidad de que aumenten los contagios por Covid-19.

3.3. Factores intrínsecos asociados al apoyo del turismo

Los resultados de las tablas de contingencia y el *test* Chi-cuadrado, se presentan en la Tabla 2. Se ha obtenido un

resultado significativo desde el punto de vista estadístico (p-valor inferior a 0.05) para solo en seis de las nueve variables inicialmente manejadas: Género, edad, lugar de residencia, ocupación, ingresos mensuales y dependencia personal del turismo. A continuación, se procede a comentar los principales hallazgos

para dichas variables. Quedaron excluidas el estado civil y el nivel de estudios -para las que Ribeiro et al. (2013); y, Pavlić et al. (2020), respectivamente, tampoco encontraron diferencias-, así como la vulnerabilidad a padecer Covid-19, variable introducida como novedad en este análisis.

Tabla 2
Resultados de las Tablas de Contingencia (test χ^2)

Características	Apoyo atraer más turistas a la ciudad durante la pandemia (%)				Totalmente de acuerdo (5)	χ^2 (p-valor)
	Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni acuerdo ni en desacuerdo (3)	Acuerdo (4)		
Género						
Hombres	7,0%	11,7%	23,4%	22,4%	35,5%	9,561 (0,049)*
Mujeres	12,3%	10,9%	30,5%	21,8%	24,5%	
Edad						
18-39 años	8,0%	11,0%	28,2%	28,8%	23,9%	16,774 (0,033)*
40-54 años	8,4%	9,5%	26,3%	18,4%	37,4%	
+55 años	15,2%	15,2%	26,1%	17,4%	26,1%	
Lugar de residencia						
Centro ciudad	16,2%	11,3%	26,8%	21,8%	23,9%	11,827 (0,019)*
Otras zonas	6,5%	11,3%	27,1%	22,3%	32,9%	
Estado civil						
Soltero	11,2%	8,0%	28,8%	27,2%	24,8%	13,373 (0,322)
Casado/vida en pareja	9,5%	13,2%	26,4%	20,9%	30,0%	
Divorciado/separado	20,0%	0,0%	40,0%	0,0%	40,0%	
Viudo	9,7%	11,3%	27,0%	22,1%	30,0%	
Educación						
Primarios/ secundarios	12,4%	15,5%	27,1%	17,1%	27,9%	6,684 (0,154)
Graduado o superiores	8,5%	9,5%	26,9%	24,3%	30,8%	
Ocupación						
Autónomo	8,4%	3,6%	16,9%	18,1%	53,0%	
Empleado (privado o público)	9,4%	14,3%	29,5%	21,9%	25,0%	40,193 (0,003)*
Estudiante	10,8%	6,2%	27,7%	29,2%	26,2%	
Desempleado/ Labores hogar	12,5%	9,4%	28,1%	31,3%	18,8%	
Jubilado	10,0%	23,3%	33,3%	10,0%	23,3%	
Ingresos mensuales del hogar (euros)						
0-1.000	8,3%	8,3%	30,6%	36,1%	16,7%	
1.001-2.000	7,9%	14,3%	27,0%	11,9%	38,9%	43,931 (0,002)*
2.001-3.000	12,0%	11,3%	33,8%	17,3%	25,6%	
3.001-4.000	5,7%	8,6%	24,3%	35,7%	25,7%	
4.001-5.000	18,9%	13,5%	16,2%	29,7%	21,6%	
5.000 o más	6,3%	6,3%	12,5%	28,1%	46,9%	
Dependencia económica personal del turismo						
Sí	4,6%	3,1%	10,8%	21,5%	60,0%	37,077 (0,000)**
No	10,6%	12,7%	29,8%	22,2%	24,7%	
Grupo de riesgo						
Sí	14,5%	14,5%	25,0%	11,8%	34,2%	8,105 (0,088)
No	8,7%	10,6%	27,4%	24,3%	29,1%	

Nota: *Los valores de F informados son significativos al 0.05; **Los valores F informados son significativos al 0.001.

Fuente: Elaboración propia, 2023.

En cuanto al género, se aprecia que los hombres están más conformes con la atracción de turistas que las mujeres, puesto que si se agregan las dos categorías superiores (de acuerdo y totalmente de acuerdo), se obtiene un 57,9% de hombres frente a un 46,3% de mujeres. Otras investigaciones previas en las que las mujeres se opusieron más que lo hombres son las de Belisle y Hoy (1980); Mason y Cheyne (2000); y, Williams y Lawson (2001). Las diferencias encontradas pueden ser atribuibles a que ambos géneros tienen visiones del mundo diferentes y son las mujeres las que tienen una mayor conciencia de los impactos negativos derivados del turismo (Mason y Cheyne, 2000).

En ese contexto de crisis económica-sanitaria, podría interpretarse que las mujeres percibirían mayores riesgos de contraer la Covid-19 ante la posible llegada de turistas contagiados. Este hallazgo también se apoya en la teoría de la identidad al postular que la identidad de un individuo influencia su actuación y comportamiento (Stets y Biga, 2003), puesto que a la mujer tradicionalmente se le han atribuido ciertos rasgos, como el de sensibilidad, especial cuidado o protección de la familia (Sinclair-Maragh, 2017), que pueden impulsarle en este contexto hacia un mayor rechazo del turista para evitar el riesgo de contagio de su familia.

Respecto a la edad, el tramo que más apoya el desarrollo del turismo es el comprendido entre los 40 y 54 años, en el que puede apreciarse un porcentaje de total acuerdo (5) del 37,4% -manteniendo una amplia distancia con respecto a los otros dos estratos-. Este resultado queda alineado con el de Williams y Lawson (2001).

Por el contrario, el tramo de edad que menos apoya el turismo es el de 55 años o más, mostrándose “en desacuerdo” o “muy en desacuerdo” más del 30% de los residentes en este estrato; mientras que, en los otros estratos, dicho porcentaje no alcanza el 20%. Este mismo hallazgo fue evidenciado por Cavus y Tanrisevdi (2003), al ser este estrato el que percibe más los impactos negativos derivados del turismo (Nunkoo y Gursoy, 2012). Llevado

al contexto pandémico, los mayores muestran mayor oposición al desarrollo del turismo probablemente debido a la percepción de mayor riesgo de contagio de la enfermedad a través del turista. Los menores de 40 años adoptan una postura intermedia entre los dos estratos anteriores.

Si se atiende al lugar de residencia, se observa que aquellos residentes con una mayor oposición a recibir turistas son los ubicados en la zona del centro de la ciudad (donde se sitúan los principales atractivos culturales). Este hallazgo queda respaldado por la literatura previa (Tyrrell y Spaulding, 1984; Jurowski y Gursoy, 2004). En efecto, aquellos que residen en las zonas de mayor afluencia turística (el centro de la ciudad en el caso de Córdoba) entran más frecuentemente en contacto con los turistas y cabe esperar que sean más conscientes que el resto de la comunidad, del riesgo de contagio en pandemia.

Atendiendo a la ocupación del residente, se aprecia que son los empresarios o autónomos los que muestran un mayor acuerdo con el apoyo turístico, puesto que un abrumador 53% se muestra “totalmente de acuerdo” con la afirmación. Este dato puede ser atribuible posiblemente por su percepción más intensa de la situación de crisis económica que atraviesa la ciudad en ese período. En el otro extremo se sitúan los residentes jubilados, donde un tercio se muestra “en desacuerdo” o “totalmente en desacuerdo” con la propuesta, lo que podría ser debido al miedo a la llegada de turistas contagiados, al ser este uno de los colectivos más vulnerables.

Con respecto al nivel de ingresos mensuales del hogar, se observa un mayor apoyo al turismo entre los residentes de hogares con ingresos superiores a los 5.000 euros (tramo de ingresos más elevado de los considerados), puesto que tres de cada cuatro están “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con la afirmación planteada. Este resultado queda alineado con los que obtuvieron las investigaciones de Haralambopoulos y Pizam (1996); Williams y Lawson (2001); y, Sharma y Dyer (2009).

Una explicación de este hallazgo podría ser la que ofrecen estos últimos autores, que

afirman que los residentes con ingresos más elevados perciben más favorablemente los impactos positivos derivados del turismo que los de menores ingresos. Por tanto, en un contexto de pandemia serían los residentes con ingresos más elevados los más conscientes de la necesidad de impulsar económicamente la economía de la ciudad a través de este sector.

Por último, si se fija la atención en la dependencia económica personal del turismo, puede apreciarse que el 60% de los residentes inmersos en este colectivo se muestran “totalmente de acuerdo” con el apoyo a la atracción de turistas, frente a apenas un 25% que se muestran proclives entre los no vinculados al turismo. Dentro de las seis variables estadísticamente significativas, la dependencia personal del turismo arrojó un nivel de significación mayor que las restantes. De hecho, Williams y Lawson (2001), afirman que, aunque la investigación previa es en gran medida heterogénea, el factor más consistente en términos de significación estadística a lo largo de los estudios anteriores es que “los residentes que obtienen beneficios económicos del turismo están más a favor del mismo” (p.274).

En efecto, son numerosos los estudios previos que confirman que la obtención de beneficios personales del turismo está positivamente relacionada con una actitud más a favor del desarrollo turístico (Pizam, 1978; Ryan y Montgomery, 1994; Vargas-Sánchez, Porras-Bueno y Plaza-Mejía, 2011; Muler et al., 2018). Este hecho puede analizarse bajo el prisma de la Teoría del Intercambio Social, según la cual el residente sopesa los beneficios y costes del turismo a través de un análisis informal (Ap, 1992), y pone de manifiesto que la comunidad dependiente del turismo está más dispuesta a soportar los costes para maximizar su beneficio. En definitiva, en un contexto de pandemia los residentes con dependencia del turismo asumirían el riesgo de contagio con tal de reactivar el turismo en la ciudad.

Conclusiones

El turismo constituye para numerosos destinos una industria de carácter primordial,

en la que los residentes juegan un papel fundamental debido a que se verán afectados por las consecuencias de la evolución turística de su entorno vital. Un contexto de crisis económica, como el provocado por una pandemia internacional, coloca al residente en la disyuntiva entre abrir las puertas al turismo para salir de la recesión económica o, por el contrario, mostrar cierta reticencia a la entrada de turistas que pudieran traer la enfermedad al destino.

Con respecto al apoyo de los residentes en la ciudad de Córdoba (España) al desarrollo turístico en tiempos de pandemia, los resultados ponen de manifiesto que, aunque existe un apoyo mayoritario, la comunidad se encuentra dividida porque existe más de una cuarta parte de los residentes que se sitúan en una posición neutral y casi una cuarta parte que se opone al mismo. En definitiva, aun siendo Córdoba una ciudad turismo-dependiente, podría concluirse que casi la mitad de los residentes perciben un mayor riesgo de contagio al abrir la puerta al turismo y de ahí la postura adoptada.

Con relación al perfil del residente que más apoya la llegada de turistas en pandemias, se determinó que corresponde a un hombre, empresario o autónomo, dependiente económicamente del turismo, con edad intermedia (40-54 años), residente fuera del centro de la ciudad y con ingresos mensuales de al menos 5.000 euros.

Desde el punto de vista teórico, la principal aportación de este análisis es el avance que supone dentro de la literatura turística el examen de los rasgos sociodemográficos de los residentes en relación con su disposición a aceptar más turistas en un momento de pandemia mundial. Hasta la fecha no se conoce ningún precedente de este tipo de análisis en dicho contexto. Además, se ha introducido el factor de la vulnerabilidad a contraer Covid-19, un factor de discriminación poblacional propio de la pandemia vivida que no ha sido analizado en ningún estudio previo sobre apoyo de los residentes al turismo.

Bajo una perspectiva práctica, conocer el perfil sociodemográfico de los residentes en función de su apoyo al desarrollo

turístico puede ser de gran utilidad para los planificadores turísticos de la ciudad, que impulsarán siempre esta industria esencial en el crecimiento y desarrollo económico de la ciudad de Córdoba. Con objeto de garantizar el desarrollo sostenible del turismo en dicha ciudad en un momento de pandemia es oportuna de la creación de espacios más seguros que mejoren la calidad de vida del residente (especialmente en la zona centro, con mayor afluencia turística y donde los residentes han mostrado un mayor rechazo al turismo) y que, al mismo tiempo, mejoren la experiencia del visitante. Para ello puede apostarse por las nuevas tecnologías mediante la integración del denominado *smart tourism*.

Sin embargo, esta investigación no está exenta de limitaciones, puesto que se tomó la decisión de recopilar los datos en plena calle y cara a cara, con objeto de superar las debilidades propias de los estudios en línea. Dadas las circunstancias, cabría la posibilidad de que una pequeña porción de la población con aversión extrema a contraer la Covid-19 aún permaneciera encerrada en su domicilio, lo que introduciría cierto sesgo en los resultados.

Como futuras líneas de investigación cabe señalar la reproducción de este estudio en la misma ciudad una vez finalizada la pandemia para establecer una comparativa entre perfiles demográficos detectados, puesto que es preciso tener presente que las actitudes de la comunidad de acogida hacia el turismo no son permanentes, sino que evolucionan con el tiempo, siendo la pandemia un contexto de análisis de gran relevancia.

Por último, la literatura pone de manifiesto que la intensidad del apoyo al turismo por parte de los residentes depende de una serie de factores extrínsecos e intrínsecos ligados a las comunidades de destino, por lo que sería oportuno llevar a cabo otros estudios equivalentes a este en otras ciudades con objeto de realizar comparaciones y verificar si los rasgos del residente que apoya el turismo en pandemia son extrapolables entre diferentes áreas geográficas.

Referencias bibliográficas

- Aguiló, E., y Roselló, J. (2005). Host community perceptions. A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 925-941. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.11.004>
- Almeida-García, F., Peláez-Fernández, M. Á., Balbuena-Vázquez, A., y Cortés-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.007>
- Andriotis, K., y Vaughan, R. D. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete. *Journal of Travel Research*, 42(2), 172-185. <https://doi.org/10.1177/0047287503257488>
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
- Apolloni, A., Poletto, C., Ramasco, J. J., Jensen, P., y Colizza, V. (2014). Metapopulation epidemic models with heterogeneous mixing and travel behaviour. *Theoretical Biology and Medical Modelling*, 11(1), 3. <https://doi.org/10.1186/1742-4682-11-3>
- Belisle, F. J., y Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents a case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83-101. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(80\)80008-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(80)80008-9)
- Bonn, M. A., Joseph, S. M., y Dai, M. (2005). International versus domestic visitors: An examination of destination image perceptions. *Journal of Travel Research*, 43(3), 294-301. <https://doi.org/10.1177/0047287504272033>

- Bumbila, B. B. (2021). Turismo rural en Crucita-Ecuador: Una mirada desde la fortaleza del género. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(2), 401-416. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i2.35928>
- Cavus, S., y Tanrisevdi, A. (2003). Residents' attitudes toward tourism development: A case study in Kusadasi, Turkey. *Tourism Analysis*, 7(3-4), 259-269. <https://doi.org/10.3727/108354203108750102>
- Chica, M., Hernández, J. M., y Bulchand-Gidumal, J. (2021). A collective risk dilemma for tourism restrictions under the COVID-19 context. *Scientific Reports*, 11(1), 5043. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-84604-z>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. John Wiley & Sons.
- Da Cruz, L. M., Remoaldo, P. C., y Cadima, J. A. (2013). Residents' perceptions of tourism impacts in Guimarães (Portugal): A cluster analysis. *Current Issues in Tourism*, 16(6), 535-551. <https://doi.org/10.1080/13683500.2012.707175>
- Davis, D., Allen, J., y Cosenza, R. M. (1988). Segmenting local residents by their attitudes, interests, and opinions toward tourism. *Journal of Travel Research*, 27(2), 2-8. <https://doi.org/10.1177/004728758802700201>
- Fredline, E., y Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 763-784. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00103-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00103-6)
- Gursoy, D., Chi, C. G., y Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381-394. <https://doi.org/10.1177/0047287509346853>
- Hadinejad, A., Moyle, B. D., Scott, N., Kralj, A., y Nunkoo, R. (2019). Residents' attitudes to tourism: A review. *Tourism Review*, 74(2), 150-165. <https://doi.org/10.1108/TR-01-2018-0003>
- Hao, H., Long, P., y Kleckley, J. (2011). Factors predicting homeowners' attitudes toward tourism: A case of a coastal resort community. *Journal of Travel Research*, 50(6), 627-640. <https://doi.org/10.1177/0047287510385463>
- Haralambopoulos, N., y Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00075-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00075-5)
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251-266. <https://doi.org/10.1177/0885412203260306>
- Hateftabar, F., y Chapuis, J. M. (2020). How resident perception of economic crisis influences their perception of tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 157-168. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.02.009>
- Hernández-Fernández, L. (2021). Editorial. 2020, un año de dificultades y retos tras el COVID-19. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(1), 8-10. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i1.35324>
- Huang, C., Wang, Y., Li, X., Ren, L., Zhao, J., Hu, Y., Zhang, L., Fan, G., Xu, J., Gu, X., Cheng, Z., Yu, T., Xia, J., Wei, Y., Wu, W., Xie, X., Yin, W., Li, H., Liu, M., ... Cao, B. (2020). Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China. *The Lancet*, 395(10223), 497-506. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30183-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30183-5)
- Inbakaran, R., y Jackson, M. (2006). Resident attitudes inside Victoria's tourism product regions: A cluster analysis. *Journal of Hospitality and Tourism*

- Management*, 13(1), 59-74. <https://doi.org/10.1375/jhtm.13.1.59>
- Instituto Nacional de Estadística - INE (2021). *Datos por temas*. INE. <https://www.ine.es>
- Jackson, M. S., e Inbakaran, R. J. (2006). Evaluating residents' attitudes and intentions to act towards tourism development in regional Victoria, Australia. *International Journal of Tourism Research*, 8(5), 355-366. <https://doi.org/10.1002/jtr.584>
- Janusz, K., Six, S., y Vanneste, D. (2017). Building tourism-resilient communities by incorporating residents' perceptions? A photo-elicitation study of tourism development in Bruges. *Journal of Tourism Futures*, 3(2), 127-143. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2017-0011>
- Joo, D., Xu, W., Lee, J., Lee, C.-K., y Woosnam, K. M. (2021). Residents' perceived risk, emotional solidarity, and support for tourism amidst the COVID-19 pandemic. *Journal of Destination Marketing and Management*, 19, 100553. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100553>
- Jurowski, C., y Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.12.005>
- Kamata, H. (2021). Tourist destination residents' attitudes towards tourism during and after the COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*. 25(1), 134-149. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1881452>
- Lee, T. H., y Jan, F.-H. (2019). Market segmentation based on the environmentally responsible behaviors of community-based tourists: Evidence from Taiwan's community-based destinations. *International Journal of Tourism Research*, 21(3), 400-411. <https://doi.org/10.1002/jtr.2272>
- Liu, J. C., y Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), 193-214. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(86\)90037-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(86)90037-X)
- Lloor, L., Plaza, N., y Medina, Z. (2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(1), 265-277. <https://doi.org/10.31876/revs.v27i1.35312>
- Luna-Nemecio, J. (2020). Determinaciones socioambientales del COVID-19 y vulnerabilidad económica, espacial y sanitario-institucional. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(2), 21-26. <https://doi.org/10.31876/revs.v26i2.32419>
- Mason, P., y Cheyne, J. (2000). Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00084-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00084-5)
- McGehee, N. G., y Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140. <https://doi.org/10.1177/0047287504268234>
- Ministerio de Sanidad Español (2021). *Información científica-técnica: Enfermedad por coronavirus, COVID-19*. Ministerio de Sanidad Español. <https://www.sanidad.gob.es/profesionales/saludPublica/ccayes/alertasActual/nCov/documentos/ITCoronavirus.pdf>
- Muler, V., Coromina, L., y Galí, N. (2018). Overtourism: residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity - case study of a Spanish heritage town. *Tourism Review*, 73(3), 277-296.

- <https://doi.org/10.1108/TR-08-2017-0138>
- Nunkoo, R., y Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism. An Identity Perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.006>
- Pavlić, I., Portolan, A., y Puh, B. (2020). Segmenting local residents by perceptions of tourism impacts in an urban World Heritage Site: The case of Dubrovnik. *Journal of Heritage Tourism*, 15(4), 398-409. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1656218>
- Pelegrín, N., Martínez, O., Pelegrín, A., y Zaballa, E. L. (2020). Senderismo como opción para pequeñas ciudades patrimoniales en regiones turísticas: Trinidad de Cuba. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(3), 231-243. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33244>
- Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), 8-12. <https://doi.org/10.1177/004728757801600402>
- Ribeiro, M. A., Do Valle, P. O., y Silva, J. A. (2013). Residents' Attitudes towards Tourism Development in Cape Verde Islands. *Tourism Geographies*, 15(4), 654-679. <https://doi.org/10.1080/14616688.2013.769022>
- 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*, 8(1), 27-44. <https://doi.org/10.1002/jtr.545>
- Ryan, C., y Montgomery, D. (1994). The attitudes of Bakewell residents to tourism and issues in community responsive tourism. *Tourism Management*, 15(5), 358-369. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90090-6](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90090-6)
- Schofield, P. (2011). City resident attitudes to proposed tourism development and its impacts on the community. *International Journal of Tourism Research*, 13(3), 218-233. <https://doi.org/10.1002/jtr.814>
- Sharma, B., y Dyer, P. (2009). Examen de diverses perceptions de résidents: Impacts du tourisme et variables démographiques. *Tourism Geographies*, 11(2), 187-213. <https://doi.org/10.1080/14616680902827159>
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>
- Sheldon, P. J., y Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales Pauline. *Tourism Management*, 5(1), 40-47. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(84\)90006-2](https://doi.org/10.1016/0261-5177(84)90006-2)
- Sinclair-Maragh, G. (2017). Demographic analysis of residents' support for tourism development in Jamaica. *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(1), 5-12. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.03.005>
- Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía - SIMA (2021). Andalucía pueblo a pueblo – Fichas municipales: Provincia de Córdoba. Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, SIMA. <https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/ficha.htm?mun=14021>
- Sirakaya, E., Teye, V., y Sönmez, S. (2002). Understanding residents' support for tourism development in the central region of Ghana. *Journal of Travel Research*, 41(1), 57-67. <https://doi.org/10.1016/j.jtr.2002.01.001>

- [org/10.1177/004728750204100109](https://doi.org/10.1177/004728750204100109)
- Škare, M., Riberio, D., y Porada-Rochoń, M. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120469. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120469>
- Smith, M. D., y Krannich, R. S. (1998). Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 783-802. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00040-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00040-1)
- Souza, C. A., y Eusébio, C. (2010). Turismo y desarrollo: Percepciones y actitudes de los residentes de la Serra da Estrela. *Revista Turismo y Desarrollo*, 3(13/14), 931-932. <https://doi.org/10.34624/rd.v3i13/14.12521>
- Stets, J. E., y Biga, C. F. (2003). Bringing identity theory into environmental sociology. *Sociological Theory*, 21(4), 398-423. <https://doi.org/10.1046/J.1467-9558.2003.00196.X>
- Stylidis, D., Kokho Sit, J., y Biran, A. (2018). Residents' place image: a meaningful psychographic variable for tourism segmentation? *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(6), 715-725. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1425176>
- Teye, V., Sirakaya, E., y Sönmez, S. F. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00074-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00074-3)
- Thyne, M., Woosnam, K. M., Watkins, L., y Ribeiro, M. A. (2020). Social distance between residents and tourists explained by residents' attitudes concerning tourism. *Journal of Travel Research*, 61(1), 150-169. <https://doi.org/10.1177/0047287520971052>
- Tyrrell, T. J., y Spaulding, I. A. (1984). A survey of attitudes toward tourism growth in Rhode Island. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 8(2), 22-33. <https://doi.org/10.1177/109634808400800204>
- UNESCO (2022). World Heritage List. *UNESCO*. <https://whc.unesco.org/en/list/>
- Vargas-Sánchez, A., Porrás-Bueno, N., y Plaza-Mejía, M. D. L. Á. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible? *Annals of Tourism Research*, 38(2), 460-480. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.10.004>
- Wang, Y., y Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, 47(1), 84-93. <https://doi.org/10.1177/0047287507312402>
- Wassler, P., Nguyen, T. H. H., Mai, L. Q., y Schuckert, M. (2019). Social representations and resident attitudes: A multiple-mixed-method approach. *Annals of Tourism Research*, 78, 102740. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.06.007>
- Weaver, D. B., y Lawton, L. J. (2001). Resident perceptions in the urban-rural fringe. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 439-458. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00052-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00052-9)
- Williams, J., y Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00030-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00030-X)
- World Tourism Organization (april, 28 2020). La organización mundial del turismo transmite al rey de España la importancia del turismo para la recuperación frente al covid-19. *World Tourism Organization*. <https://www.unwto.org/es/news/omt-transmite-al-rey-de-espana-la-importancia-del-turismo-para-la-recuperacion-frente-al-covid-19>