

Percepción de los residentes sobre el desarrollo de la micro región Tierra de Palmares desde la perspectiva del turismo rural integrado

Perception of residents on the development of the micer region Tierra of Palmares from the integrated rural tourism perspective

Mercedes Marzo-Navarro, Marta Pedraja-Iglesias, Lucia Vinzón

Originales: *Recepción*: 08/01/2016 - *Aceptación*: 13/03/2017

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar las percepciones de los residentes sobre las variables implicadas en el desarrollo del Turismo Rural Integrado (TRI) así como sus efectos sobre dicho desarrollo. Para ello, se analiza el caso concreto de los residentes de Tierra de Palmares, micro región implicada en un proyecto de desarrollo turístico. Los residentes constituyen uno de los principales actores para que este tipo de turismo pueda desarrollarse de manera exitosa. El análisis descriptivo realizado así como el análisis de Componentes Principales, muestra que los residentes perciben la existencia de las variables clave para alcanzar el tipo de turismo deseado. Así, se comprueba que se percibe la existencia de colaboración entre los agentes implicados y el carácter arraigado, endógeno y complementario de las actividades turísticas desarrolladas, las cuales permiten el empoderamiento de los residentes. Además, los efectos positivos del turismo también se están alcanzando, ya que se percibe la existencia de sostenibilidad económica, sociocultural y medioambiental. Los resultados de las regresiones realizadas muestran que los efectos de todas estas variables sobre el desarrollo del TRI son positivos aunque deben ser analizados con mayor profundidad. Así, se detecta el efecto positivo sobre el TRI de la existencia de redes informativas, del empoderamiento de los residentes, del desarrollo del turismo como complementario a las actividades tradicionales y del uso compartido de recursos con los turistas. Sin embargo, la inclusión de las sostenibilidades en la regresión diluye el efecto ejercido por la complementariedad y el uso compartido. Estos resultados ponen de manifiesto la necesidad de plantear relaciones indirectas entre todas las variables potencialmente determinantes del TRI, las cuales mejorarían la comprensión de su desarrollo.

Palabras clave

turismo rural integrado • residentes • micro región • redes • arraigo • endogeneidad • complementariedad • empoderamiento • sostenibilidad económica • sostenibilidad sociocultural • sostenibilidad medioambiental

Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Zaragoza (España). Gran Vía, 2, 50005 Zaragoza. España. mmarzo@unizar.es.

ABSTRACT

The objective of this work is to analyze the perceptions of residents regarding the variables involved in developing Integrated Rural Tourism (IRT), as well as analyze how those variables affect said development. Therefore, we have analyzed the specific case of the residents of Tierra de Palmares, which is an area involved in a tourism development project. The residents constitute one of the main actors involved in the successful development of this type of tourism. The descriptive analysis performed as well as the Principal Components analysis shows the residents perceive the existence of key variables for reaching the desired type of tourism. Thus, it is verified that there is cooperation between the agents involved and the embedded, endogenous and complementary nature of the tourism activities that are developed, which activities allow empowering the residents. Moreover, it seems that positive effects are being generated by tourism, given that the existence of economic, sociocultural and environmental sustainability is perceived. The results of the regressions performed show that the effects of all these variables on the development of IRT are positive, although they should be analysed more in depth. Thus, the positive effect on IRT of the existence of information networks, the empowerment of residents, the development of tourism as complementary to traditional activities and the sharing of resources with tourists is detected. However, the inclusion of sustainability in the regression dilutes the effect exerted by complementarity and sharing. These results demonstrate the need to establish indirect relationships between all potentially determinant variables of TRI, which would improve the understanding of their development.

Keywords

integrated rural tourism • residents • micro-region • networks • embeddedness • endogeneity • complementarity • empowerment • economic sustainability • socio-cultural sustainability • environmental sustainability

INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los principales sectores de la economía mundial, que implica importantes transferencias de riqueza, y favorece el desarrollo y el crecimiento económico de las zonas de destino. En 2014, la contribución total del turismo a la economía global fue de 7,6 billones de dólares, lo que equivale al 9,8% del PIB de toda la economía de ese año y supone un crecimiento del 3,6% respecto del año anterior. Además, la contribución total del turismo al empleo también creció un 2,3% en ese año. Estos datos demuestran

que, a pesar de la crisis, el sector turístico constituye un motor clave para el continuo crecimiento global y para la creación de empleo, manteniéndose estas expectativas para los próximos años (86).

Este papel del turismo como un importante agente de crecimiento económico ha sido ampliamente adoptado por organismos oficiales (37, 58). Así, conscientes de su importancia, muchos gobiernos y organizaciones consideran al turismo como una actividad económica muy prometedora que puede ser una

herramienta clave para el desarrollo de determinadas regiones (50, 61). Pero, a pesar de estos datos favorables, se debe tener en cuenta que la magnitud y el crecimiento del turismo ejerce una gran presión tanto hacia el medioambiente como hacia los recursos socioculturales (66). Así, el turismo ejerce una serie de importantes efectos económicos, sociales, culturales y ambientales que es imprescindible considerar de cara a gestionarlos con eficiencia (19, 44, 45).

Las características del entorno rural, entre las que se encuentran la reestructuración del sector agrícola y la emigración de los jóvenes a las ciudades (10), hacen que el turismo sea contemplado como una posible herramienta para la reactivación socioeconómica de estas regiones, ya que permite enfrentarse al estancamiento económico y prevenir la emigración (25, 50). Determinadas zonas rurales son percibidas como poseedoras de un elevado potencial para desarrollar el turismo, dada la existencia de recursos como los paisajes naturales, las culturas y tradiciones rurales, la posibilidad de hacer actividades al aire libre o la gastronomía (54). Las industrias tradicionales existentes en estas zonas pueden ver complementadas sus actividades a través del turismo, pudiendo formar un atractivo producto turístico que responda a las demandas de nuevas experiencias por parte de los turistas. De esta manera, el turismo puede constituir una alternativa para la diversificación y la reconversión de las áreas rurales (23, 80; 86).

Sin embargo, el desarrollo turístico no solo genera beneficios que contribuyen al desarrollo de las regiones rurales. También puede generar impactos negativos en las estructuras de la zona, en su entorno cultural, en sus estructuras sociales y patrones de consumo, en el empleo y en

el medioambiente, siendo la saturación el principal riesgo en el que se incurre.

Como recoge Sánchez (2011), esta saturación contribuye a la pérdida de la identidad local (Banducci & Barreto, 2001), del legado cultural (Barreto, 2000), y del paisaje cultural (Meneses, 2000). Debe tenerse en cuenta que en el turismo rural participan una gran diversidad de actores, instalaciones y recursos, entre los que existen múltiples relaciones e interacciones. Si estos elementos no son considerados y gestionados correctamente pueden obstaculizar el camino hacia un desarrollo sostenible. La sostenibilidad se ha convertido en una de las variables clave para lograr la competitividad de un destino (21, 85). Sin embargo, conseguir un turismo sostenible no es fácil, ya que la naturaleza imprecisa de este concepto hace que sea de difícil aplicación.

En general, se habla de un turismo sostenible cuando se aplican los principios de desarrollo sostenible en sus dimensiones económica, medioambiental y social. Por tanto, para gestionar esta compleja realidad, se hace necesario el uso de un marco de análisis integral y un modelo de desarrollo turístico holístico.

Como respuesta a esta necesidad surge el concepto de Turismo Rural Integrado (TRI). El TRI puede comprenderse como el turismo que está explícitamente relacionado con las estructuras económicas, sociales, culturales, naturales y humanas del entorno rural en el que se desarrolla (25).

La necesaria implicación de los residentes de la zona para que este tipo de turismo sea gestionado con éxito (36, 58), hace que el conocimiento de las opiniones de los residentes sobre su desarrollo resulte clave (5, 30, 82). Por ejemplo, las actitudes negativas de los residentes hacia el turismo pueden constituir una barrera

para el desarrollo de un destino turístico (20, 31), ya que el éxito del destino depende de los atractivos locales y de la hospitalidad de los residentes (29). Tal y como establecen Brida, Osti y Barquet (2010), los residentes constituyen los principales actores a quienes afecta el desarrollo turístico. Solo se justifica llevar a cabo un desarrollo turístico si este mejora la calidad de vida de los residentes o si, al menos, no la deteriora (4, 22, 39, 75, 77). En definitiva, son los residentes los que deciden qué impactos del turismo son aceptables y cuáles no lo son. Por tanto, supervisar periódicamente las opiniones de los residentes resulta necesario a la hora de desarrollar un proyecto turístico, ya que permite desarrollar políticas que minimicen los efectos negativos del turismo y maximizar los positivos (79, 83). El impacto percibido del turismo es uno de los principales predictores del apoyo de los residentes al desarrollo del turismo sostenible en su comunidad (43).

El objetivo principal de esta investigación pretende conocer si los residentes de una región inmersa en las fases iniciales de desarrollo de un Turismo Rural Integrado perciben la existencia de las principales variables implicadas en el mismo. En caso afirmativo, se pretende establecer las relaciones percibidas que existen entre estas variables y el TRI, de tal manera que se pueda anticipar las intenciones de los residentes de participar en el desarrollo exitoso del proyecto.

Variables implicadas en el Turismo Rural Integrado

La noción de Turismo Rural Integrado es empleada por Saxena y Ilbery (2007) como una herramienta para el desarrollo de determinadas regiones rurales rezagadas. Uno de sus elementos clave es la integración de las variables en las que se sustenta, fundamentalmente económicas y sociales,

siendo su objetivo la consecución de un turismo sostenible. En términos prácticos, el TRI se refiere al turismo que tiene claras conexiones con los recursos, productos y habitantes locales (25, 38, 57, 71). Su principal objetivo es promover la sostenibilidad medioambiental, económica y socio-cultural del sistema rural, ya que el poder de decisión y de actuación radica en los habitantes de la zona (14).

La noción de integración muestra la tendencia a la creación de relaciones entre los diversos actores y recursos a través de redes de cooperación y de colaboración (69), de tal manera que se consiga que la maximización del valor añadido generado se quede en la zona (52).

La revisión de la literatura especializada muestra que la concepción del TRI se hace visible a través de una serie de variables clave: redes, arraigo, endogeneidad, complementariedad, empoderamiento y sostenibilidad, (14, 35, 38, 71).

En el TRI el concepto de redes se aborda desde su perspectiva más amplia, refiriéndose a las relaciones sociales dinámicas a través de las cuales los agentes pretenden alcanzar objetivos (70). Por tanto, pueden entenderse como los lazos relacionales que conectan a un conjunto de actores, grupos e instituciones, que son capaces de unir personas y organizaciones de diferentes entornos e intereses (60).

En las regiones rurales es importante proveer un producto turístico innovador que atraiga y retenga a los turistas en el destino durante varios días. Sin embargo, las organizaciones existentes suelen ser pequeñas organizaciones familiares, con escaso capital económico y personal, por lo que sus capacidades son limitadas.

En este contexto, las asociaciones entre los distintos agentes encargados de desarrollar y de promocionar el turismo en la zona resultan vitales para el desarrollo del TRI (14, 16, 38, 71). El concepto de

redes engloba a todos los vínculos formales e informales de cooperación, colaboración o integración entre empresas, instituciones y/o individuos que tienen como objetivo desarrollar el TRI en la zona.

Para mantener la conexión con los recursos de la zona, es necesario que el turismo enfatice el contexto territorial donde se van a llevar a cabo las actividades turísticas, reafirmando la construcción de la identidad local a través del arraigo. Esta característica describe una actividad turística que es parte de la vida social y recreacional local, y donde los productos ofertados tienden a tener marcas, etiquetas o acreditaciones locales. Por tanto, el arraigo sugiere que los recursos y actividades turísticas están directamente relacionados con el lugar donde se llevan a cabo, y que esas relaciones se forman en un determinado contexto sociocultural proporcionando valores compartidos, símbolos y tradiciones (32, 59). Por tanto, existe arraigo cuando las actividades turísticas son parte de la vida social, cultural y recreacional de la comunidad y/o los productos turísticos reflejan el entorno local (57).

Además del arraigo de los recursos, el TRI pretende conseguir un desarrollo endógeno del turismo, lo que implica la existencia de una estructura capaz de retener el máximo de beneficios en la localidad, usando y agregando valor a los recursos locales y centrándose en los requerimientos, capacidades y valores de los actores locales (65). Por tanto, se pretende que los recursos donde se base el desarrollo del turismo de la zona, cultural, histórico y/o medioambiental, sean de propiedad local o estén gestionados por miembros de la comunidad.

Este tipo de turismo no pretende sustituir las actividades agrícolas de la zona por actividades turísticas, si no que pretende una complementariedad entre

ellas (38). De esta manera, el entorno rural sigue manteniendo su actividad principal tradicional, obteniendo ingresos complementarios derivados de las actividades turísticas.

El turismo del vino es un buen ejemplo de esta complementariedad (12). Además, la complementariedad también implica que turistas y residentes usen de manera conjunta los recursos existentes, viéndose estos mejorados por la existencia de la actividad turística (16).

Los resultados alcanzados a través de este tipo de desarrollo turístico deben ser sostenibles, esto es, que equilibren tanto las aspiraciones sociales, económicas y medioambientales de las comunidades como los costes y beneficios de los actores clave, no deteriorando la calidad de los recursos existentes (71).

El aprovechamiento sostenible de los recursos y actividades tiende a la viabilidad económica y a la conservación sociocultural de los mismos. Por lo tanto, el desafío se encuentra en la continua búsqueda y en el fomento de formas benignas de turismo que se adecuen de la mejor manera posible al criterio de desarrollo económico y social del destino (73). Para ello, el grado de desarrollo del turismo debe ajustarse a las infraestructuras existentes, evitando el deterioro de los recursos de la zona.

En todo este proceso de desarrollo resulta clave la implicación de los residentes y su participación. Para ello, es necesario hacerles comprender los objetivos que la comunidad se plantea alcanzar a través del desarrollo turístico así como las ventajas que se derivan. Además, deben tomar parte del proceso, manifestando sus opiniones y haciéndoles ver que estas son tenidas en cuenta. Este empoderamiento de los residentes a través de la administración y control de

los recursos de los que depende, puede generar beneficios para el desarrollo del turismo y una alta motivación para conservar y hacer un uso sostenible de los recursos (40).

Por tanto, se establece que el desarrollo del TRI está ligado a las estructuras económicas, socioculturales y naturales del entorno donde se desarrolla, se construye a través de redes sociales endógenas y arraigadas, es complementario con las actividades tradicionales, empodera a las comunidades locales, siendo su objetivo promover la sostenibilidad económica, sociocultural y medioambiental del amplio sistema rural.

Importancia de las percepciones de los residentes

Para alcanzar el éxito en el desarrollo turístico, es fundamental conseguir un equilibrio en las relaciones que se establecen entre los turistas, los residentes, los lugares donde se encuentran, y las organizaciones encargadas de proporcionar los servicios turísticos (83). Lógicamente, los distintos grupos de la comunidad que participan en el desarrollo turístico pueden tener diferentes percepciones sobre dicho desarrollo (3), y todas ellas deben ser objeto de estudio.

La literatura académica establece que los residentes constituyen el principal actor del proceso de desarrollo turístico ya que se ven directamente afectados por dicho proceso (5, 28, 53). Así, las actitudes que muestren los residentes ante el desarrollo turístico constituyen uno de los principales predictores de dicho desarrollo, de tal manera que si las actitudes son positivas, los residentes favorecerán su desarrollo (18, 43, 53, 55, 76). Por tanto, estas actitudes afectan a la puesta en práctica de los procesos de planificación de los destinos (41), al desempeñar un impor-

tante papel estratégico en el desarrollo del turismo. Además de sus efectos sobre la satisfacción de los turistas (26), se debe destacar la relevancia que la oposición activa de los residentes al turismo tiene sobre el resto de actores implicados, fundamentalmente, gobiernos locales, empresas turísticas e intermediarios (17, 24). De esta manera, los residentes se pueden convertir en el mejor aliado o en el peor enemigo del desarrollo de un destino.

Todo esto es especialmente relevante en el caso del TRI, en el cual resultan claves las percepciones de los residentes para lograr su éxito (1, 5, 29, 30). Dado que los objetivos del TRI se centran en conseguir un turismo sostenible, el apoyo directo o indirecto que presten los residentes constituyen uno de los elementos clave para su desarrollo (11, 34, 36). La sostenibilidad requiere del equilibrio entre los efectos negativos y positivos que causa el turismo en sus tres principales dimensiones: social, económica y medioambiental (2, 64, 67, 82). Efectos que han sido ampliamente estudiados en la literatura académica, tal y como muestra la revisión realizada por Sharpley (2014). El desarrollo de un turismo rural y sostenible solo puede verse justificado si sirve para mejorar la calidad de vida de los residentes o, al menos, de no deteriorarla (15, 22, 39). Por tanto, es necesario armonizar los intereses de los residentes y los del resto de actores implicados en su planificación, lo cual se consigue a través del TRI. Como se ha indicado, entre sus elementos clave se encuentra el empoderamiento de los residentes, asegurando su participación en los procesos de toma de decisiones, así como revertir los ingresos derivados del turismo en la comunidad, convirtiendo a los recursos existentes en autosuficientes (46, 78).

METODOLOGÍA

Para alcanzar los objetivos del estudio, se procede a analizar la información proporcionada por los residentes de las localidades de los departamentos de Colón y San Salvador, situados en la provincia de Entre Ríos (Argentina). Estas zonas se caracterizan por la riqueza y variedad de sus recursos naturales (playas de río, aguas termales, parque nacional "El Palmar") y culturales (colonias agrícolas fundadas por inmigrantes europeos).

Hasta 1984 la provincia de Entre Ríos no fue incorporada a los planes de desarrollo del turismo que intentó implementar el Ministerio de Economía de Argentina. En 2005 el gobierno nacional lanzó el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS) que, para el caso de Entre Ríos, reconoce al Corredor Turístico del Río Uruguay como prioritario (49). Pero, dado que los corredores abarcaban un amplio territorio que impedía plasmar la esencia de sus localidades, el gobierno provincial puso en marcha un plan centrado en el turismo como alternativa de desarrollo de las economías regionales (84). En él se crearon distintas micro regiones turísticas articuladas por las principales localidades, rutas y accesos. Las micro regiones incluyen espacios rurales y urbanos que se complementan entre sí ya que comparten rasgos como la historia, la cultura, el paisaje o la naturaleza. Entre estas micro regiones se encuentra, desde 2007, Tierra de Palmares, integrada por los departamentos de Colón y San Salvador cuyas autoridades empezaron a ejecutar el desarrollo de un destino turístico conjunto. Su objetivo es el desarrollo turístico de la micro región teniendo como base el desarrollo sostenible y armónico de la actividad turística y como principios rectores el respeto de las aspiraciones

comunes de los residentes y la satisfacción de los visitantes (27).

La diversa oferta turística de la micro región (extensas áreas naturales, playas, aguas termales, sitios históricos-culturales, productivos, gastronómicos, recreativos y el Parque Nacional El Palmar) se agrupa configurando distintos itinerarios. Se pretende que el turista recorra la mayor parte de los atractivos que ofrece la micro región, cuya imagen se centra en el turismo de naturaleza dentro de Colón (13).

Para obtener la información necesaria, se realizó una encuesta personal a residentes de la zona durante los meses de enero y febrero de 2012. Debido a las restricciones temporales y especialmente presupuestarias para la realización del estudio, fue necesario realizar un muestreo de conveniencia. De esta manera, se obtuvieron 377 cuestionarios válidos para los objetivos del estudio, es decir, que proporcionan información de todas las variables implicadas en el TRI. Además, se obtuvo información sobre las características personales de los entrevistados.

Con la información obtenida se pretende determinar si los residentes perciben la existencia de las variables implicadas en el desarrollo del TRI así como el efecto de dichas variables sobre el desarrollo del proyecto. Para ello, en primer lugar se procede a realizar un análisis descriptivo de los ítems bajo estudio. Tras ello, se determina si existe una estructura subyacente en dichos ítems que permita establecer la existencia de las variables implicadas en el TRI. Para ello, se realiza un análisis de componentes principales con rotación *varimax*.

La comprobación de la existencia de estas variables permite realizar un análisis de regresión y determinar así sus potenciales efectos sobre el TRI.

Medición de las variables

Las variables empleadas en el estudio no son directamente observables, por lo que se deben operacionalizar para poderlas medir. Esta operacionalización consiste en disminuir el nivel de abstracción de la variable no observable a través de la delimitación de sus dimensiones y elementos (68).

El cuestionario empleado se inicia con una breve presentación del estudio. Tras ello, se presentan 3 bloques de ítems: i) indicadores de las variables de redes, arraigo, endogeneidad, complementariedad y empoderamiento; ii) indicadores de sostenibilidad económica, sociocultural, medioambiental y de Turismo Rural Integrado; y, finalmente, iii) características sociodemográficas de los individuos encuestados.

La mayoría de los ítems empleados fueron medidos a través de escalas tipo

Likert de once puntos, desde 0 "Totalmente en Desacuerdo" hasta 10 "Totalmente de Acuerdo", excepto las variables sociodemográficas.

Descripción de la muestra

Las características de la muestra se recogen en la tabla 1. La edad media de los encuestados se sitúa en los 36,2 años, siendo el valor más frecuente 30 años. Atendiendo a los rangos de edad, se observa que el 58,4% de la muestra tiene menos de 35 años.

Cabe destacar que la muestra está integrada mayoritariamente por mujeres (64,51%). Estas características de edad y sexo se corresponden con la distribución de la población existente en la zona (<http://www.entrerios.gov.ar/>).

Tabla 1. Características de la Muestra.

Table 1. Characteristics of the sample.

Sexo		Nivel de Estudios	
Hombre	35,5%	Sin Estudios	0,6%
Mujer	64,5%	Primario	9,1%
Edad		Secundarios	43%
Menos de 25	20,3%	Terciarios	28,4%
De 26 a 35	38,1%	Universitarios	17,1%
De 36 a 45	18,3%	Posgrado	1,9%
De 46 a 55	13,6%	Zona Residencia	
Más de 55	9,7%	Colón	42,7%
Estado Civil		Villa Elisa	18,9%
Soltero	37,1%	San José	16,7%
Casado	36,8%	San Salvador	8,8%
En convivencia	18,1%	Ubajay	3,3%
Divorciado	5,7%	Centros rurales	9,6%
Viudo	2,3%	Años de Residencia en la Zona	
Vinculación con el Turismo		Menos de 6	6,5%
Sí	35,6%	De 6 a 15	10,2%
No	63,3%	De 16 a 25	26,6%
		Más de 25	56,7%

Fuente: Elaboración propia / Source: own elaboration

La mayoría de los individuos (54,9%) están casados o viven en pareja. En cuanto al nivel de estudios, la mayor parte de la muestra (43%) ha finalizado los estudios secundarios, un 28,4% cuenta con estudios terciarios y un 17,1% con estudios universitarios. Además, el 42,7% de la muestra residen en Colón, la principal ciudad de la zona, el 18,7% en Villa Elisa, el 16,9% en San José, el 8,8% en San Salvador, y un 3,3% en la ciudad más pequeña, Ubajay. Además, un 9,6% de los encuestados residen en poblaciones con menos de mil habitantes (Liebig, San Anselmo, Hugues, Hocker y El Carmen).

En cuanto a los años de residencia en la zona, se observa que más de la mitad de la muestra (56,7%) son residentes antiguos, ya que viven en la zona desde hace más de 25 años.

Finalmente, destacar que el 35,9% de los encuestados desarrolla o ha desarrollado alguna actividad económica relacionada con el turismo (alquiler de inmuebles a turistas, empleo en establecimientos hoteleros, gastronómicos o complejos turísticos, en tiendas de productos regionales así como guía turístico).

RESULTADOS

Para alcanzar los objetivos planteados se procede a analizar la información obtenida. En primer lugar, se determinan las principales medidas de tendencia central (media y moda) y de variabilidad (desviación típica) de los ítems analizados. Además, con el objeto de analizar si estos valores son estadísticamente diferentes al valor central de la escala (el 5), se realiza el correspondiente contraste de medias, prueba T.

Los resultados obtenidos se muestran en la tabla 2 (pág. 262-263).

Los indicadores relacionados con la existencia de redes empleados son 8 (P1 a P8).

Los valores medios obtenidos son estadísticamente iguales o mayores que el punto medio de la escala empleada, lo que indica que los residentes perciben cierta colaboración entre los agentes implicados en el desarrollo turístico. Así, el mayor valor medio obtenido (6,60) se obtiene en "Existe colaboración entre las empresas e instituciones de la zona para la organización de eventos, festivales, etc.", (P4).

La relación entre los recursos y actividades turísticas desarrolladas con la cultura, tradiciones e identidad local se planteó a través de 3 indicadores (P9 a P11). Sus valores medios son estadísticamente superiores al punto medio de la escala empleada, situándose en torno al 7. Por tanto, parece que los residentes perciben un claro arraigo del turismo desarrollado, ya que las actividades turísticas reflejan la identidad local.

La endogeneidad del desarrollo turístico se establece a partir de 6 indicadores (P12 a P17). Todos los valores medios obtenidos son estadísticamente superiores al punto medio de la escala empleada, situándose por encima del 6, lo que pone de manifiesto que los residentes perciben la existencia de una estructura que permite retener los beneficios en la zona, utilizando y agregando valor a los recursos locales. El mayor valor medio obtenido (11, 27) se obtiene en "Las actividades turísticas se basan en el uso de los recursos naturales de la zona". (P15).

La complementariedad entre las actividades turísticas y las tradicionales de la zona así como la interacción entre turistas y residentes ha sido medida a través de 9 indicadores (P18 a P26).

Tabla 2. Descriptivos de las variables implicadas en el Turismo Rural Integrado.
Table 2. Descriptives of the variables involved in Integrated Rural Tourism.

Nº	Indicadores	Media	Moda	S.D
P1	En Internet hay suficiente información sobre las actividades de turismo rural que se desarrollan en la región	5,65	↑	5,00
P2	En las oficinas de turismo hay suficiente información sobre las actividades de turismo rural que se desarrollan en la región	6,40	↑	8,00
P3	Es fácil obtener información sobre las actividades de turismo rural de la región	5,99	↑	8,00
P4	Existe colaboración entre las empresas e instituciones de la zona para la organización de eventos, festivales, etc. (Fiesta de la Artesanía, de la Colonización, del Arroz, etc.)	6,60	↑	8,00
P5	En la región hay circuitos turísticos que unen las actividades de turismo rural de las distintas localidades	5,93	↑	8,00
P6	Las empresas e instituciones de la región promocionan conjuntamente las actividades de turismo rural	5,21	#	5,00
P7	Las empresas e instituciones de la región colaboran en el diseño de circuitos turísticos rurales	7,78	#	5,00
P8	El gobierno municipal, provincial y/o nacional colabora con las empresas e instituciones de la región para el desarrollo del turismo rural	5,86	↑	8,00
P9	Los festivales, eventos y/o fiestas de la región reflejan la cultura e identidad de la zona	7,73	↑	9,00
P10	Las actividades turísticas permiten al turista conocer la cultura y las tradiciones de la zona	7,19	↑	8,00
P11	Los nombres y/o imágenes locales se emplean en las marcas de los productos turísticos de la región	6,95	↑	8,00
P12	En general, las empresas turísticas son propiedad de personas nacidas en la región	6,09	↑	7,00
P13	En general, las empresas turísticas son gestionadas por personas nacidas en la región	6,36	↑	7,00
P14	Las actividades turísticas de la zona son financiadas por recursos económicos propios de la región	6,45	↑	8,00
P15	Las actividades turísticas se basan en el uso de los recursos naturales de la zona	8,24	↑	10
P16	Las actividades turísticas se basan en el uso de los recursos históricos de la zona	6,53	↑	8
P17	Las actividades turísticas se basan en el uso de los recursos culturales de la zona	5,97	↑	5
P18	Los servicios turísticos básico (alojamiento, comida, etc.) se complementan con actividades típicas de la zona (actividades de campo, visita a productores de productos regionales, etc.)	5,90	↑	8,00
P19	Los turistas pueden participar en actividades tradicionales o típicas de la zona	6,06	↑	7,00
P20	Las actividades turísticas se basan en las actividades típicas de la zona	5,93	↑	7,00
P21	Los servicios ofrecidos por las empresas turísticas incluyen alojamiento, comida y actividades típicas	5,61	↑	8,00
P22	Las empresas tradicionales productivas de la zona ofrecen servicios turísticos	5,01	#	5,00

↓ Estadísticamente por debajo del punto medio de la escala (5) (Con una confianza del 95%); ↑ Estadísticamente por encima del punto medio de la escala (5) (Con una confianza del 95%); # Estadísticamente igual al punto medio de la escala (5) (Con una confianza del 95%).

Fuente: Elaboración propia.

↓ Statistically below the mid point of the scale (5) (with a 95% confidence interval) ↑ Statistically above the mid point of the scale (5) (with a 95% confidence interval); # Statistically equal to the mid point of the scale (5) (with a 95% confidence interval).

Source: own elaboration.

Tabla 2 (cont.). Descriptivos de las variables implicadas en el Turismo Rural Integrado.
Table 2 (cont.). Descriptives of the variables involved in Integrated Rural Tourism.

Nº	Indicadores	Media	Moda	SD
P23	Los turistas comparten con los residentes el uso de lugares físicos de esparcimiento (plazas, playas, parques, etc.)	8,77	↑ 10,00	1,66
P24	Los turistas comparten con los residentes los mismos servicios públicos (sanidad, seguridad, etc.)	8,63	↑ 10,00	1,72
P25	Los turistas comparten con los residentes los mismos servicios de ocio (bares, restaurantes, etc.)	8,80	↑ 10,00	1,71
P26	Los residentes de la zona participan de las actividades, eventos y festivales turísticos	8,32	↑ 10,00	1,88
P27	El desarrollo turístico de la zona tiene en cuenta los intereses de sus residentes	5,87	↑ 5,00	2,67
P28	Las instituciones y/o empresas turísticas tienen en cuenta los intereses de los residentes al ofertar actividades turísticas	5,59	↑ 5,00	2,52
P29	Mis intereses influyen en las actividades turísticas que se ofrecen en la zona	5,09	# 5,00	3,12
P30	Existen los espacios adecuados para que los residentes manifesten sus opiniones con respecto a las decisiones turísticas	4,42	↑ 5,00	2,89
P31	...generan oportunidades de empleo para la comunidad	7,09	↑ 10,00	2,71
P32	...proporcionan beneficios a las empresas involucradas	8,01	↑ 8,00	1,90
P33	...generan beneficios a toda la comunidad	6,94	↑ 8,00	2,56
P34	...permiten mejorar las infraestructuras existentes	6,99	↑ 7,00	2,46
P35	...no incrementan el costo de la vida	7,12	↑ 10,00	2,82
P36	...ayudan a conservar la cultura e identidad de la región	7,53	↑ 8,00	2,13
P37	...mantienen la cultura tradicional	7,30	↑ 8,00	2,18
P38	...mejoran la apariencia de las ciudades y pueblos	7,54	↑ 8,00	2,00
P39	...aumentan las oportunidades de ocio	6,76	↑ 8,00	2,44
P40	...favorecen la conservación de los recursos naturales	6,77	↑ 8,00	2,32
P41	...incrementan la conciencia ecológica de la sociedad	6,49	↑ 7,00	2,42
P42	...favorecen el desarrollo de acciones dirigidas al mantenimiento del medio ambiente	6,45	↑ 8,00	2,54
P43	El turismo rural desarrollado en la región integra y beneficia a los actores involucrados al favorecer el desarrollo económico, social y la protección del medio ambiente	6,39	↑ 8,00	2,36

↓ Estadísticamente por debajo del punto medio de la escala (5) (Con una confianza del 95%); ↑ Estadísticamente por encima del punto medio de la escala (5) (Con una confianza del 95%); # Estadísticamente igual al punto medio de la escala (5) (Con una confianza del 95%).

Fuente: Elaboración propia.

↓ Statistically below the mid point of the scale (5) (with a 95% confidence interval); ↑ Statistically above the mid point of the scale (5) (with a 95% confidence interval); # Statistically equal to the mid point of the scale (5) (with a 95% confidence interval).

Source: own elaboration.

Los resultados muestran que, excepto uno, todos los valores medios obtenidos son estadísticamente superiores al punto medio de la escala empleada.

Se observa que existe una mayor valoración media para los ítems que indican el uso compartido de recursos por parte de residentes y turistas, siendo la variabilidad en las respuestas menor que en el resto de indicadores.

Por otro lado, los indicadores del diseño de productos turísticos complementarios a las actividades tradicionales muestran unas valoraciones medias en torno al 6, con la excepción del ítem P22 "Las empresas tradicionales productivas de la zona ofrecen servicios turísticos" que se sitúa en el punto medio de la escala. Por tanto, parece intuirse la existencia de dos vertientes claramente diferenciadas de la variable complementariedad en las percepciones de los residentes.

El empoderamiento se midió a través de 4 indicadores (P27 a P30).

Los resultados parecen indicar que no existe una alta percepción de la existencia de esta variable, ya que las valoraciones medias se sitúan en torno al punto medio de la escala empleada.

La mayor valoración media (5,87) se obtiene en P27 "El desarrollo turístico de la zona tiene en cuenta los intereses de sus residentes". Además, los residentes perciben una falta de medios a través de los cuales pueden manifestar sus opiniones con respecto al desarrollo turístico (P30, valor medio 4,42).

La sostenibilidad del turismo desarrollado en la zona fue medida a través de 12 indicadores: 5 de sostenibilidad económica (P31 a P35), 4 de sostenibilidad sociocultural (P36 a P39) y 3 de sostenibilidad medioambiental (P40 a P42).

En la tabla 2 (pág. 262-263), se muestra que todos los valores medios obtenidos se sitúan por encima del punto medio de la escala empleada. Por tanto, se observa una alta percepción de sostenibilidad económica, basada fundamentalmente en las percepciones correspondientes a la obtención de beneficios por parte de las empresas involucradas en el turismo (8,01), no incrementos del costo de la vida (7,12) y en la generación de oportunidades de empleo (7,09).

La existencia de sostenibilidad socio-cultural parece percibirse en menor medida. Así, los mayores valores medios reflejan la creencia de que el desarrollo turístico mejora la apariencia de los pueblos y ciudades (7,54) y ayuda a conservar la cultura e identidad local (7,53). Se percibe la existencia de sostenibilidad medioambiental, ya que sus indicadores muestran unos valores medios próximos al 6,5.

Finalmente, destacar que los residentes perciben un adecuado desarrollo del TRI en la zona (6,39).

Para operacionalizar las variables no observables, se procede a determinar sus dimensiones subyacentes. Para ello, se realizaron los correspondientes análisis de componentes principales con rotación *varimax*, y se analizó la fiabilidad de las escalas subyacentes detectadas a través de los correspondientes Alpha de Cronbach.

De los 42 indicadores inicialmente empleados para medir las variables no observables (A1 a A42), el análisis de fiabilidad a través de las cargas de cada indicador (relación de cada ítem con la variable no observable), lleva a la eliminación de 2 indicadores (P11 y P26).

En la tabla 3 (pág. 266-267), se muestran los resultados finalmente aceptados de los correspondientes análisis de componentes principales llevados a cabo, así como los análisis de fiabilidad de las escalas propuestas.

En la tabla 3 (pág. 266-267), se observa cómo la variable *Redes* está integrada por dos componentes que explican el 68,29% de la varianza (el 36,68% y el 31,61% respectivamente). El primer componente se denomina Redes Colaborativas (F1), ya que agrupa los ítems referidos a la existencia de colaboración, formal o informal, entre los agentes implicados, especialmente empresas e instituciones, en el desarrollo del producto turístico. El segundo componente se denomina Redes Informativas (F2), ya que refleja la existencia de distintas fuentes de información sobre el turismo de la zona así como la facilidad de acceso a la misma.

La fiabilidad de las escalas propuestas puede ser aceptada dado que los dos coeficientes Alpha toman valores superiores a 0,6 (56).

Los resultados correspondientes a la variable *Arraigo* (F3) verifican la estructura unidimensional de dicha variable, cuya componente explica el 82,86% de la varianza. En este caso, la fiabilidad de la escala se mide a través de la correlación entre los dos indicadores que la configuran.

Los resultados correspondientes a la *Endogeneidad* del desarrollo turístico, muestran la existencia de tres componentes que explican el 84,85% de la varianza. El primer componente (F4) (37,70% varianza) recoge los indicadores relativos a la propiedad, gestión y financiación de las actividades turísticas por parte de las personas de la región.

El segundo componente (F5) (30,18% varianza) recoge las actividades turísticas

basadas en los recursos históricos y culturales de la zona.

Finalmente, el tercer componente (F6) (16,97% varianza), integrado por un único indicador, recoge las actividades turísticas basadas en los recursos naturales de la zona.

Los análisis realizados verifican la fiabilidad de las escalas propuestas en las dos primeras componentes.

La variable *Complementariedad* está integrada por dos componentes que explican el 68,68% de la varianza. El primer componente (F7) (38,75% varianza) refleja la complementariedad entre las actividades tradicionales y las turísticas, mientras que el segundo componente (F8) (29,93% varianza) refleja el uso compartido de los recursos por turistas y residentes.

Los valores alpha obtenidos permiten aceptar la fiabilidad de las escalas.

La existencia de la variable *Empoderamiento* (F9) queda verificada.

Los resultados de la tabla 3 (pág. 266-267), muestran la existencia de una única dimensión que explica el 62,46% de la varianza. Esta variable recoge la influencia de los residentes en el desarrollo turístico. La fiabilidad de la escala y de los indicadores que la integran es aceptable.

Finalmente, se comprueba la dimensionalidad del concepto de sostenibilidad.

El análisis de componentes principales realizado muestra la existencia de tres componentes que explican el 71,25% de la varianza.

La primera componente refleja la Sostenibilidad Económica (F10) (26,14% varianza), el segundo la Sostenibilidad Sociocultural (F11) (22,97% varianza), y el tercero la Sostenibilidad Medioambiental (F12) (22,17% varianza).

La fiabilidad de las tres escalas de medida propuestas es aceptable.

Tabla 3. Resultados Finales Análisis Componentes Principales.
Table 3. Final Results of the Principal Components Analysis.

Indicadores	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12
P1 En Internet hay suficiente información sobre las actividades de turismo rural que se desarrollan en la región		0,79										
P2 En las oficinas de turismo hay suficiente información sobre las actividades de turismo rural que se desarrollan en la región		0,88										
P3 Es fácil obtener información sobre las actividades de turismo rural de la región		0,87										
P4 Existe colaboración entre las empresas e instituciones de la zona para la organización de eventos, festivales, etc. (Fiesta de la Artesanía, de la Colonización, del Arroz, etc.)	0,67											
P5 En la región hay circuitos turísticos que unen las actividades de turismo rural de las distintas localidades	0,65											
P6 Las empresas e instituciones de la región promocionan conjuntamente las actividades de turismo rural	0,81											
P7 Las empresas e instituciones de la región colaboran en el diseño de circuitos turísticos rurales	0,80											
P8 El gobierno municipal, provincial y/o nacional colabora con las empresas e instituciones de la región para el desarrollo del turismo rural	0,71											
P9 Los festivales, eventos y/o fiestas de la región reflejan la cultura e identidad de la zona			0,91									
P10 Las actividades turísticas permiten al turista conocer la cultura y las tradiciones de la zona			0,91									
P12 En general, las empresas turísticas son propiedad de personas nacidas en la región				0,89								
P13 En general, las empresas turísticas son gestionadas por personas nacidas en la región				0,91								
P14 Las actividades turísticas de la zona son financiadas por recursos económicos propios de la región				0,76								
P15 Las actividades turísticas se basan en el uso de los recursos naturales de la zona						0,98						
P16 Las actividades turísticas se basan en el uso de los recursos históricos de la zona					0,94							
P17 Las actividades turísticas se basan en el uso de los recursos culturales de la zona					0,93							
P18 Los servicios turísticos básicos (alojamiento, comida, etc.) se complementan con actividades típicas de la zona (actividades de campo, visita a productores de productos regionales, etc.)							0,80					
P19 Los turistas pueden participar en actividades tradicionales o típicas de la zona							0,84					
P20 Las actividades turísticas se basan en las actividades típicas de la zona							0,80					
P21 Los servicios ofrecidos por las empresas turísticas incluyen alojamiento, comida y actividades típicas							0,73					

*Correlación / *Correlation

Fuente: Elaboración propia / Source: Own elaboration

Tabla 3 (cont.). Resultados Finales Análisis Componentes Principales.
Table 3 (cont.). Final Results of the Principal Components Analysis.

Indicadores	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12
P22 Las empresas tradicionales productivas de la zona ofrecen servicios turísticos							0,76					
P23 Los turistas comparten con los residentes el uso de lugares físicos de esparcimiento (plazas, playas, parques, etc.)								0,87				
P24 Los turistas comparten con los residentes los mismos servicios públicos (sanidad, seguridad, etc.)								0,90				
P25 Los turistas comparten con los residentes los mismos servicios de ocio (bares, restaurantes, etc.)								0,88				
P27 El desarrollo turístico de la zona tiene en cuenta los intereses de sus residentes									0,86			
P28 Las instituciones y/o empresas turísticas tienen en cuenta los intereses de los residentes al ofertar actividades turísticas									0,88			
P29 Mis intereses influyen en las actividades turísticas que se ofrecen en la zona									0,65			
P30 Existen los espacios adecuados para que los residentes manifiesten sus opiniones con respecto a las decisiones turísticas									0,75			
P31 ...generan oportunidades de empleo para la comunidad										0,83		
P32 ...proporcionan beneficios a las empresas involucradas										0,79		
P33 ...generan beneficios a toda la comunidad										0,77		
P34 ...permiten mejorar las infraestructuras existentes										0,68		
P35 ...no incrementan el costo de vida										0,75		
P36 ...ayudan a conservar la cultura e identidad de la región											0,89	
P37 ...mantienen la cultura tradicional											0,84	
P38 ...mejoran la apariencia de las ciudades y pueblos											0,67	
P39 ...aumentan las oportunidades de ocio											0,43	
P40 ...favorecen la conservación de los recursos naturales												0,83
P41 ...incrementan la conciencia ecológica de la sociedad												0,92
P42 ...favorecen el desarrollo de acciones dirigidas al mantenimiento del medio ambiente												0,88
% de varianza	36,68	31,61	82,86	37,7	30,18	16,97	38,75	29,93	62,46	26,14	22,97	22,14
% de varianza acumulado	36,68	68,29	82,86	37,7	67,88	84,85	38,75	68,68	62,46	26,14	49,11	71,25
Alpha Cronbach	0,87	0,84	0,66*	0,83	0,80*		0,85	0,87	0,78		0,795	0,91

Correlación / *Correlation

Fuente: Elaboración propia / Source: Own elaboration

Una vez comprobada la existencia de las variables bajo estudio y sus respectivas dimensiones, se procede a determinar sus efectos sobre el desarrollo del TRI en la zona. Inicialmente, la hipótesis de partida es que las variables Redes (Colaborativas e Informativas), Arraigo, Endogeneidad (de propiedad de recursos, basada en recursos históricos-culturales, y basada en recursos naturales), Complementariedad (de actividades turísticas y tradiciones, y uso compartido de recursos por turistas y residentes), y Empoderamiento afectan positivamente al TRI. Para comprobar esta relación, se realiza un análisis de regresión a través de la aplicación del método *Enter*, siendo la variable dependiente "El turismo rural desarrollado en la región integra y beneficia a los actores involucrados al favorecer el desarrollo económico, social y la protección del medioambiente" (P43). Se recuerda que el análisis descriptivo inicialmente realizado mostraba una percepción positiva con respecto a esta variable por parte de los residentes (tabla 2, pág. 262-263).

Los resultados obtenidos correspondientes a la regresión realizada, mostrados en la tabla 4, reflejan que la capacidad explicativa de las

variables analizadas se sitúa en el 29,1%. Todas las variables analizadas, excepto las relacionadas con la Endogeneidad en cualquiera de sus componentes, el Arraigo y las Redes Colaborativas, ejercen un efecto positivo sobre la percepción del TRI.

Así, cuanto mayor sea el Empoderamiento de los residentes, la Complementariedad existente entre las actividades turísticas llevadas a cabo y las tradicionales de la zona, la existencia de Redes que informen sobre el turismo desarrollado en la zona y la necesidad de compartir recursos por residentes y turistas (lo cual repercute en la mejora de los mismos), mejor es la percepción que se posee sobre el desarrollo del TRI en la zona.

Dado que el desarrollo de un turismo sostenible constituye uno de los objetivos clave en el TRI, se procede a analizar la relación entre estas variables. De esta manera, se establece la existencia de una relación positiva entre las sostenibilidades económica, sociocultural y medioambiental con el desarrollo exitoso del TRI. Para testarla, al igual que en el caso anterior, se realiza un análisis de regresión a través de la aplicación del método *Enter*.

Tabla 4. Resultados Análisis de Regresión 1.

Table 4. Results of Regression analysis 1.

Variabes	Coefficiente Beta Estandarizado	t value	Significatividad
Constante		52,359	0,000
F1: Redes Colaborativas	-0,042	-0,633	0,527
F2: Redes Informativas	0,123	2,097	0,037
F3: Arraigo	-0,123	-1,742	0,083
F4: Endogeneidad Propiedad	0,010	0,154	0,878
F5: Endogeneidad Recursos Históricas y Culturales	0,060	0,911	0,363
F6: Endogeneidad Recursos Naturales	0,030	0,497	0,619
F7: Complementariedad Actividades Tradicionales y Turísticas	0,205	2,558	0,011
F8: Complementariedad Uso Compartido de Recursos	0,122	2,020	0,045
F9: Empoderamiento	0,403	6,155	0,000
R ² =0,316; R ² ajustado = 0,291			

Los resultados obtenidos, mostrados en la tabla 5, ponen de manifiesto el efecto positivo y significativo de las sostenibilidades en el TRI.

La capacidad explicativa de estas tres variables se sitúa en el 49,8%. El mayor peso lo ejerce la sostenibilidad medioambiental, seguido por la sociocultural y la económica.

Finalmente, dado que no se han establecido relaciones indirectas entre las variables, se procede a analizar los efectos de todas las variables analizadas sobre el TRI. Esto es, las variables Redes (Colaborativas

e Informativas), Arraigo, Endogeneidad (de propiedad de recursos, basada en recursos históricos-culturales, y basados en recursos naturales), Complementariedad (de actividades turísticas y tradiciones, y de uso compartido de recursos por turistas y residentes), Empoderamiento, Sostenibilidad Económica, Sostenibilidad Sociocultural y Sostenibilidad Medioambiental afectan positivamente al TRI.

Los resultados obtenidos, reflejados en la tabla 6, muestran que estas variables son capaces de explicar el 60,9% del TRI.

Tabla 5. Resultados Análisis Regresión 2.

Table 5. Results of Regression analysis 2.

Variables	Coefficiente Beta Estandarizado	t value	Significatividad
Constante		66,375	0,000
Sostenibilidad Económica	0,337	8,240	0,000
Sostenibilidad Sociocultural	0,362	8,865	0,000
Sostenibilidad Medioambiental	0,507	12,415	0,000
R ² =0,503; R ² ajustado = 0,498			

Tabla 6. Resultados de la Regresión 3.

Table 6. Results of Regression analysis 3.

Variables	Coefficiente Beta Estandarizado	t value	Significatividad
Constante		65,960	0,000
F1: Redes Colaborativas	-0,028	-0,525	0,600
F2: Redes Informativas	0,106	2,266	0,024
F3: Arraigo	-0,081	-1,396	0,164
F4: Endogeneidad Recursos Históricos y Culturales	-0,036	-0,717	0,474
F5: Endogeneidad Recursos Históricos y Culturales	0,071	1,327	0,186
F6: Endogeneidad Recursos Naturales	-0,025	-0,525	0,600
F7: Complementariedad Actividades Tradicionales y Turísticas	-0,032	-0,468	0,641
F8: Uso Compartido de Recursos	0,022	0,451	0,652
F9: Empoderamiento	0,213	3,892	0,000
Sostenibilidad Económica	0,315	6,972	0,000
Sostenibilidad Sociocultural	0,316	6,509	0,000
Sostenibilidad Medioambiental	0,483	10,401	0,000
R ² =0,63; R ² ajustado = 0,609			

Concretamente, las que ejercen un efecto positivo y significativo sobre el TRI, ordenadas por el peso de sus coeficientes beta estandarizados, son la Sostenibilidad Medioambiental, el Empoderamiento, Sostenibilidad Sociocultural, Sostenibilidad Económica y Redes Informativas.

Por tanto, se observa que la capacidad explicativa mostrada por las sostenibilidades diluye los efectos significativos de algunas de las variables que habían emergido cuando estas no habían sido incluidas. Los efectos mostrados por la variable Complementariedad, tanto entre las actividades turísticas y las tradicionales como por el uso compartido de los recursos, desaparecen (tabla 4, pág. 268). Este resultado pone de manifiesto la necesidad de analizar más detenidamente las relaciones que pueden existir previamente entre las variables analizadas las cuales afectarán al TRI. Esto es, se debe proponer un modelo que plasme las relaciones existentes entre las distintas variables analizadas, determinando así las interrelaciones existentes entre las mismas. Dicho modelo reflejaría el proceso a seguir para conseguir el adecuado desarrollo del TRI.

CONCLUSIONES

El turismo constituye una actividad económica que debería ayudar al desarrollo de determinadas zonas rurales. Dichas zonas deben poseer algún tipo de recurso sobre el cual planificar estratégicamente el desarrollo turístico perseguido. Estos recursos turísticos pueden ser cualquier elemento natural, objeto cultural o hecho social que pueda ser utilizado como causa suficiente para motivar un desplazamiento turístico. Por tanto, constituyen el principal compo-

nente del producto turístico, al determinar la selección del destino del viaje.

En el caso analizado, Tierra de Palmares, se cuenta con los recursos naturales, históricos y culturales necesarios para planificar una actividad turística que ayude al desarrollo de la zona. Pero, se debe tener en cuenta que, en líneas generales, el desarrollo turístico en un espacio rural debe tener un carácter extensivo que permita conservar la propia esencia del territorio. Es decir, se debe conseguir un desarrollo sostenible que permita la conservación de los recursos en los que se basa y la mejora de la calidad de vida de los residentes. Para ello, la integración de las distintas actividades resulta vital. Así, la cooperación entre los agentes implicados, la endogeneidad de los recursos empleados, el arraigo de las actividades así como su complementariedad con las actividades tradicionales de la zona deben ser los elementos clave a la hora de realizar la planificación estratégica de un proyecto turístico.

Esta planificación no puede ser llevada a cabo con éxito si no se tiene en cuenta la opinión de los residentes en la zona.

Comprender su perspectiva facilita la implantación de medidas que minimicen los efectos negativos del turismo y que maximicen sus beneficios (64), consiguiendo así un desarrollo turístico rural integrado.

En esta investigación se analizan las percepciones de la comunidad receptora, residentes en los departamentos Colón y San Salvador de Entre Ríos (Argentina), sobre las variables implicadas en el desarrollo del TRI.

Los departamentos de Colón y San Salvador, pertenecientes a la provincia de Entre Ríos, están ubicados en la región del Litoral de Argentina. La zona ofrece una experiencia turística diversa que

comprende varias tipologías de turismo entre las que destaca el natural y el rural, así como el cultural, gastronómico y el de salud y bienestar físico.

Las principales atracciones turísticas de la zona son las playas del río Uruguay, los balnearios de aguas termales, pequeños poblados rurales y el Parque Nacional El Palmar, una de las reservas naturales más importantes del país. Este turismo se centra en los recursos naturales y culturales locales, donde en un radio de 60 km se encuentran numerosos establecimientos de turismo rural y de naturaleza tales como granjas, bodegas, posadas de campo, almacenes rurales, centros de producción artesanal de quesos, licores, chacinados y otros productos locales. Estancias de producción de nueces, refugios naturales donde pueden realizarse avistaje de aves y animales autóctonos, pesca deportiva y cabalgatas. También son muy importantes los festivales y las tradiciones populares, tales como la Fiesta Nacional de la Artesanía, la Fiesta de la Colonización, la Fiesta Nacional del Arroz, el Festival Provincial de Danzas, entre otras.

Las investigaciones realizadas parecen indicar que las actitudes de los residentes hacia el turismo son más favorables en las primeras fases de desarrollo de un destino (81). Esta parece ser la situación en el caso analizado, ya que en el momento de realizar el estudio, existe una percepción positiva del turismo desarrollado hasta ese momento.

El análisis descriptivo realizado muestra que los residentes perciben una alta existencia de complementariedad y arraigo. La complementariedad se percibe desde dos vertientes: la existente entre las actividades turísticas y las tradicionales de la zona, y la referida al uso compartido de lugares y servicios por turistas y residentes. Los indicadores de uso

compartido de lugares físicos de esparcimiento, servicios públicos y de ocio por residentes y turistas son los que reciben mayor valoración. Por tanto, no se percibe una alta carga en dichas infraestructuras y servicios, lo cual puede ser debido a que la presencia de turistas representa un beneficio para la comunidad local, ya que los residentes pueden también disfrutar de los servicios turísticos ofertados a los turistas. Además, los ingresos obtenidos por las empresas en temporada alta les permite mantener los servicios durante todo el año.

Por otro lado, la complementariedad entre actividades turísticas y tradicionales es ligeramente superior a la media, existiendo establecimientos que combinan actividades tradicionales productivas con actividades turísticas (ej. estancia de producción de nueces, bodega, establecimientos productivos de quesos, chacinados, licores).

También queda patente el relativamente alto grado de arraigo percibido existente. Por las características propias del tipo de turismo desarrollado en la región, este se encuentra altamente ligado al entorno donde se lleva a cabo, a la cultura, tradiciones e identidad local. Este arraigo puede también ser explicado por la antigüedad de los residentes en la zona.

La gran mayoría han estado viviendo en la zona por más de 15 años y más de la mitad por más de 25 años, lo cual les confiere un mayor sentimiento de identidad sociocultural y de pertenencia a un grupo. Tienen conciencia del valor que poseen los activos intangibles de la región, favoreciendo la integración de la economía y de la sociedad. Asimismo, los turistas que visitan la zona tienden a ser aloécnicos, motivados por nuevas experiencias, destinos diferentes situados fuera de los circuitos convencionales.

Este tipo de turistas suele mantener un alto nivel de actividad y se arraiga en su destino (63).

Los indicadores de endogeneidad reciben una puntuación levemente superior a la media. En la última década se está produciendo una llegada de personas de otras ciudades, en especial de la capital del país, con el objetivo de instalar empresas turísticas.

A pesar de este componente que puede ser percibido como no endógeno por muchos residentes por tratarse de personas no nacidas en la región, en su mayoría se trata de pequeños emprendimientos familiares y no de grandes cadenas que se llevan los ingresos generados fuera de la región. Por tanto, a pesar de esta moderada puntuación de endogeneidad, los residentes perciben que los beneficios generados se retienen en las localidades donde se produce.

Las variables cuyos indicadores parecen ser percibidos que existen en menor medida son Redes y Empoderamiento, por lo que parecen emerger como las principales restricciones a la formación de un TRI fuerte en la región. A pesar de los esfuerzos realizados en la micro región "Tierra de Palmares" las redes tanto informativas como colaborativas no están suficientemente desarrolladas, especialmente en el desarrollo de circuitos turísticos y en la promoción conjunta de actividades. Esta barrera a la conexión e integración del destino coincide con los resultados encontrados por Ilbery, Saxena y Kneafsey (2007) quienes explican que cuando la tradición del turismo es limitada es difícil desarrollar un sentimiento de bien común que trascienda las barreras de del individualismo y el interés propio.

Las empresas y organizaciones prefieren competir a cooperar ya que no son conscientes de los potenciales

beneficios de la colaboración. El sector público debe apoyar el desarrollo y expansión del turismo tanto a nivel macro como microeconómico. Pero, para que la planificación estratégica del gobierno nacional sea efectiva es necesaria la colaboración de los gobiernos provinciales y los municipios, ya que garantiza la implementación de las actividades planificadas y constituye una herramienta para que los habitantes puedan controlar las iniciativas, las decisiones y los recursos (7).

Por último, se percibe un escaso nivel de Empoderamiento en la región, ya que los residentes no perciben que sus intereses influyan en el desarrollo turístico y no encuentran que existan los espacios para manifestar sus opiniones respecto a este tema. Este es otro importante límite al desarrollo de un turismo integrado.

Sin embargo, se percibe positivamente la existencia de un turismo sostenible.

La sostenibilidad económica es la que se percibe en mayor medida, seguida por la sociocultural y la medioambiental. Así, se perciben positivamente los beneficios obtenidos por las empresas turísticas, y en menor medida la mejora de los servicios e infraestructuras públicas debido al desarrollo turístico. Esto último puede deberse a que algunas infraestructuras, por ejemplo los caminos, no han experimentado una mejora concordante con el desarrollo turístico de los últimos años.

Estas percepciones quedan corroboradas al comprobar la existencia de las variables bajo estudio, las cuales deben ser adecuadamente planificadas y ejecutadas para alcanzar un TRI. Así, queda claro cómo el turismo desarrollado debe ser percibido como sostenible, en sus dimensiones económica, social y medioambiental, para poder alcanzar el TRI. La conservación y el mantenimiento de los recursos naturales y socioculturales a partir de los cuales se

desarrolla la actividad turística resulta clave para alcanzar el objetivo de sostenibilidad medioambiental y sociocultural. Para ello, se debe incrementar la conciencia ecológica de la sociedad y mejorar la apariencia de las ciudades y pueblos. Estos objetivos de sostenibilidad no deben ser incompatibles con la mejora de la situación económica de la región. Por el contrario, deben ayudar a generar oportunidades de empleo y beneficios empresariales que redunden en toda la comunidad.

Pero este desarrollo sostenible no es posible si no se consigue la integración de todas las actividades y actores implicados. Esta integración es percibida a través de la existencia de redes, especialmente informativas, de la complementariedad entre las actividades tradicionales de la región y las turísticas, del uso de recursos compartidos por parte de residentes y turistas, y especialmente, por proporcionar a los residentes los medios a través de los cuales se sientan parte integrante del proceso de decisión. El empoderamiento de los residentes resulta clave para alcanzar los objetivos del TRI.

En conclusión, en términos de recursos naturales, socioculturales y servicios ofrecidos, la región tiene un gran potencial de desarrollo en términos de TRI, pero los residentes perciben que no se está alcanzando todo su potencial debido principalmente a la falta de cohesión y de colaboración entre empresas e instituciones públicas y privadas y a la escasa participación de los residentes en la toma de decisiones turísticas. Esto es especialmente importante cuando se analizan empíricamente los efectos de las percepciones de las variables analizadas en el desarrollo del TRI en la región. El análisis de regresión realizado muestra el efecto positivo que ejercen las percepciones de sostenibilidad en sus tres dimensiones (económica, sociocultural

y medioambiental), de empoderamiento y de redes informativas en la percepción positiva del desarrollo turístico alcanzado. Por tanto, si se desea la participación de los residentes en el desarrollo exitoso del turismo, es necesario gestionar adecuadamente estas variables.

Las redes son vitales para el desarrollo y consolidación de un destino turístico rural y son el punto de partida del proceso que lleva al desarrollo de un Turismo Rural Integrado. La administración de la micro región turística "Tierra de Palmares" debe concentrar sus esfuerzos en desarrollar las conexiones entre empresas e instituciones.

Los municipios son los responsables de la gestión y de la integración, ya que deben llevar a cabo la conservación, puesta en valor turístico y promoción de los activos turísticos tanto para la obtención de inversiones como para la conquista del mercado (47). Para esto, la administración pública debe, en primer lugar, aumentar la cantidad de organizaciones que se unen a las redes debido a los beneficios que estas pueden conseguir y, en segundo lugar, impulsar la formación de redes formales a través de la evolución gradual de agrupaciones informales en estructuras más concretas (33). Para lo primero, se debe comunicar con claridad los beneficios concretos que la integración traerá para cada una de las organizaciones miembros de la red a fin de incentivar su inclusión. Para lo segundo, promover la formación de redes formales entre empresas e instituciones públicas con fines específicos, por ejemplo comisiones para la organización de festivales, circuitos turísticos que unan puntos de distintas localidades, campañas de promoción conjunta, entre otras.

Simultáneamente, la administración pública debe proporcionar información colectiva de la región. La percepción que tengan los residentes sobre la información

que se está llevando a cabo mejora su percepción sobre el desarrollo turístico realizado y, por lo tanto, su disposición a actuar de manera favorable.

Actualmente "Tierra de Palmares" cuenta con un sitio web con información de servicios y actividades de cada una de las localidades que conforman la región. Pero es difícil encontrar físicamente esta información colectiva, ya que por lo general las oficinas turísticas ofrecen folletos e información solo de su localidad. Esta mejora traería importantes beneficios ya que favorecería el intercambio de turistas entre las ciudades y pueblos. Asimismo, favorecería el desarrollo de una experiencia turística completa, innovadora y coordinada, incrementando la satisfacción de los turistas.

Es necesario el apoyo del Estado para desarrollar la línea estratégica establecida en el PEDTS relacionada con el marketing. Así se debe ayudar a posicionar a la micro región como un destino turístico con diversidad de productos, calidad en la prestación de servicios y satisfacción de las necesidades de los turistas (7).

Junto a lo anterior, se deben favorecer los procesos de participación ciudadana en el proceso de toma de decisiones del desarrollo turístico. En este aspecto, destacar que el departamento de Colón

posee un carácter pionero tal y como refleja Medina (2008).

La investigación desarrollada pone de manifiesto una importante línea de investigación futura centrada en el análisis detallado de las relaciones existentes entre las variables bajo estudio. Este conocimiento permitiría a los gestores turísticos ser conscientes de la complejidad de las relaciones, de la diversidad de agentes y recursos que intervienen en el desarrollo del turismo rural y de cuáles son los elementos esenciales que favorecen el desarrollo del turismo en forma sostenible, a través de un marco de análisis y gestión integral. En definitiva, generar un destino turístico que pueda ser disfrutado por residentes y visitantes.

Un turismo en el que se refuercen las conexiones entre empresas, instituciones e individuos, que mantenga las tradiciones locales, que se ha adecuado a las estructuras existentes, que acompañe a las actividades productivas tradicionales, que se lleve a cabo con sus propios recursos reteniendo los beneficios en la región, que proteja los recursos naturales, que se lleve a cabo con la participación y compromiso de la comunidad local, atendiendo a sus demandas e intereses, y por tanto, que tienda a mejorar el sistema económico, sociocultural y ambiental de la comunidad como un todo.

BIBLIOGRAFÍA

1. Andereck, K. L.; Vogt, C. A. 2000. The Relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*. 39: 27-36.
2. Anderson, T. D.; Lundberg, E. 2013. Commensurability and sustainability: triple impact assessments of a tourism event. *Tourism Management*. 37(1): 99-109.
3. Andriotis, K. 2005. Community groups' perceptions of and preferences for tourism development: evidence from Crete. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. 29(1): 67-90.
4. Andriotis, K.; Vaughan, R. D. 2003. Urban residents' attitudes toward tourism development: the case of Crete. *Journal of Travel Research*. 42(2): 172-185.
5. Ap, J. 1992. Residents' Perceptions on Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*. 19(4): 665-690.
6. Banducci, A.; Barreto, M. 2001. Turismo e identidade Local: uma visão antropológica. Campinas: Papirus.

7. Báez, R.; Raimundo, P. 2008. El turismo en Entre Ríos: políticas de desarrollo de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia. *Tiempo de Gestió.* 6 (Año 4): 39-48.
8. Barreto M. 2000. Turismo e legado cultural. Papyrus. Campinas (SP). Coleção Turismo.
9. Brida, J. B.; Osti, L.; Barquet, A. 2010. Segmenting residents' perceptions toward tourism: a cluster analysis with multinomial logit model of a mountain community. *International Journal of Tourism Research.* 12(5): 591-602.
10. Boza, S.; Marcos, G.; Cortés, M.; Mora, M. 2016. Perfiles basados en actitudes hacia los programas de apoyo público de microempresarios rurales de la zona central de Chile. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias. Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza. Argentina.* 48(2): 161-175.
11. Butcher, J. 1997. Sustainable development or development?, in *Tourism and Sustainability: Principles to Practice*, edited by M. J. Stabler. New York: CAB International. 27-38.
12. Byrd, E. T.; Canziani, B.; Hsieh, Y-H.; Debbage, K.; Sonmez, S. 2016. Wine tourism: motivating visitors through core and supplementary services. *Tourism Management.* 52: 19-29.
13. Caruso, S. 2015. Incidencia del turismo en el riesgo ambiental del Parque Nacional El Palmar. *Folia Histórica del Nordeste.* 22: 115-139.
14. Cawley, M.; Gillmor, D. 2008. Integrated rural tourism. Concepts and practice. *Annals of Tourism Research.* 35(2): 316-337.
15. Choi, H. S.; Sirakaya, E. 2005. Measuring Residents' Attitude toward sustainable tourism: development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research.* 43(4): 380-394.
16. Clark, G.; Chabrel, M. 2007. Measuring integrated rural tourism. *Tourism Geographies.* 9: 371-386.
17. Concu, N.; Atzenib, G. 2012. Conflicting preferences among tourists and residents. *Tourism Management.* 33: 1293-1300.
18. Cottrell, S.; Vaske, J.; Roemer, J. 2013. Resident satisfaction with sustainable tourism: The Case of Frankenwald Nature Park. Germany. *Tourism Management Perspectives.* 8: 42-48.
19. Deery, M.; Jagb, L.; Fredline, L. 2012. Rethinking social impacts of tourism research: A New Research Agenda. *Tourism Management.* 33(1): 64-73.
20. Diedrich, A.; García, E. 2009. Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management.* 30: 512-521.
21. ECORYS. 2009. Study on the competitiveness of the EU tourism industry - ENTR/06/054 - final report, September 2009. Disponible en: <http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/competitiveness/study_on_tourism_competitiveness_2009_en.pdf>.
22. Fredline, E.; Faulkner, B. 2000. Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research.* 27(3): 763-784.
23. Galloway, L.; Sanders, J.; Deakins, D. 2011. Rural small firms' use of the internet: from global to local. *Journal of Rural Studies.* 27: 1-9.
24. Garau, J. B.; Díaz, R.; Gutierrez, D. 2014. Residents' perceptions of tourism impacts on island destinations: a comparative analysis. *International Journal of Tourism Research.* 16: 578-585.
25. Garin, A. 2015. Turismo rural en la comuna de Villarica-Chile. *Institucionalidad y emprendedores rurales. Estudios y Perspectivas en Turismo.* 24: 21-39.
26. Garroda, B.; Fyallb, A.; Leaskc, A.; Reide, E. 2012. Enganging residents as stakeholders of the visitor attraction. *Tourism Management.* 33: 1159-1173.
27. Gaston, F. 2012. Asociativismo intermunicipal como estrategia de desarrollo del turismo. Estudio de caso: micro región "Tierra de Palmares", provincia de Entre Ríos (Argentina), en Actas del 5º Congreso Latino-Americano de Investigación Turística, 3-5 de septiembre. Sao Paulo (Brasil).
28. Gunn, C. A. 1994. *Tourism planning: basics, concepts, cases.* 3rd ed. Washington. DC: Taylor and Frances.
29. Gursoy, D.; Jurowski, C.; Uysal, M. 2002. Resident attitudes: a structural modeling approach. *Annals of Tourism Research.* 29(1): 79-105.

30. Gursoy, D.; Chi, C. G.; Dyer, P. 2010. Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: the case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*. 49(3): 381-394.
31. Harrill, R. 2004. Residents' Attitudes toward tourism development: a Literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*. 18(3): 251-266.
32. Hinrichs, C. 2000. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies*. 18: 295-303.
33. Huggins, R. 2001. Inter-firm network policies and firm performance: evaluating the impact of initiatives in the United Kingdom. *Research Policy*, 30: 443 - 458.
34. Hunter, C. 1997. Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*. 24: 850-67.
35. Ilbery, B., Saxena, G.; Kneafsey, M. 2007. Exploring tourists and gatekeepers' attitudes towards integrated rural tourism in the England-Wales border Region. *Tourism Geographies*. 9(4): 441-468.
36. Jamieson, W.; Jamal, T. 1997. Tourism planning and destination management, in *International Tourism: A Global Perspective*, edited by C. Gee and E. Fayos-Sola. Madrid. Spain: World Tourism Organization, p. 321-37.
37. Jenkins, C. 1991. Development strategies. In Likorish, L.; Jefferson, A.; Bodlender, J.; Jenkins, C. (Eds.), *Developing tourism destinations*. London: Longman. p. 59-118.
38. Jenkins, T.; Oliver T. 2001. Integrated tourism: a conceptual framework. Deliverable 1 SPRITE Project. Aberystwyth: Institute of Rural Studies.
39. Jurowski, C.; Gursoy, D. 2004. Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*. 31(2): 296-312.
40. Kellert, S. R.; Mehta, J. N.; Ebbin, S. A.; Lichtenfeld, L. L. 2000. Community natural resource management: promises, rhetoric, and reality. *Society and Natural Resources*. 13: 705-715.
41. Kim, K.; Uysal, M.; Sirgy, M. 2013. How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?. *Tourism Management*. 36: 527-540.
42. Lee, T. 2013. Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*. 34(1): 37-46.
43. Lee, C.; Kang, S. K.; Long, P.; Reisinger, Y. 2010. Resident's perceptions of casino impacts: a comparative study. *Tourism Management*. 31: 189-201.
44. Mathieson, A.; Wall, G. 1982. *Tourism: economic, physical and social impacts*. London: Longman.
45. McIntyre, G. 1993. *Sustainable tourism development: guide for local planners*. Madrid. Spain. World Tourism Organization.
46. Medina, J. 2008. La Comisión municipal de turismo de Colón: pionera en la actividad. *Tiempo de Gestión*. 5 (año 4): 35-44.
47. Medina, J. 2010. Etapas en la planificación espacial del turismo en Entre Ríos. *Tiempo de Gestión*, 10 (año 6): 117-130.
48. Meneses, U. T. 2000. A paisagem como fato cultural, en Yazigi C. (org.) *Turismo e paisagem. Contexto*, São Paulo.
49. Millán, G.; Pérez, L. M. 2014. Comparación del perfil de enoturistas y oleoturistas en España. Un Estudio de Caso. *Cuadernos de Desarrollo Rural*. 11(74): 167-188.
50. Muñoz de Escalona, F. 1994. Turismo rural integrado: una fórmula innovadora basada en un desarrollo científico. *Estudios Turísticos*. 121: 5-25.
51. Murphy, P. E. 1985. *Tourism: a community approach*. New York: Methuen.
52. Navarro, D. 2015. Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*. 35: 335-357.
53. Nunkoo, R.; Gursoy, D. 2011. Residents' Support for tourism: an identity perspective. *Annals of Tourism Research*. 39(1): 243-268.
54. Nunnally, J. 1987. *Teoría psicométrica*. Trillas. México.
55. Oliver, T.; Jenkins, T. 2003. Sustaining rural landscapes: the role of integrated tourism. *Landscape Research*. 28(3): 293-307.
56. OMT. 1980. *Manila declaration on world tourism*. Madrid: World Tourism Organisation.
57. Palmer, C. 2003. Touring Churchill's England: rituals of kinship and belonging, *Annals of Tourism Research*. 30(2): 426-445.

58. Pavlovich, K. 2003. The evolution and transformation of a tourism destination network: the Waitomo caves, New Zealand. *Tourism Management*. 24(2): 203-216.
59. Pérez, C.; Zizumbo, L. 2014. Turismo rural y comunalidad: impactos socioterritoriales en San Juan Atzingo, México. *Cuadernos de Desarrollo Rural*. 11(73): 17-38.
60. Pérez, E.; Nadal, J. 2005. Host community perceptions: a cluster analysis. *Annals of Tourism Research*. 32(4): 925-941.
61. Plog, S. 1974. Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Quarterly*. 14(4): 55-58.
62. Prayag, G.; Hosany, S.; Nunkoo, R.; Alders, T. 2013. London residents' support for the 2012 Olympic Games: the mediating effect of overall attitude. *Tourism Management*. 36: 629-640.
63. Ray, C. 2000. Endogenous socio-economic development and trustful relationships, Newcastle-upon-Tyne: University of Newcastle-upon-Tyne. Centre for Rural Economy.
64. Rojas Pinilla, H. 2009. Entre lo ideal y lo real; ¿los cambios en los enfoques propuestos de turismo rural sostenible desde la Organización de las Naciones Unidas contribuirían al desarrollo rural territorial?. *Cuadernos de Desarrollo Rural*. 6(62): 145-171.
65. Rowe, J. S. 1992. The ecosystem approach to forestland management. *The Forestry Chronicle*. 68(2): 222-24.
66. Sánchez, D. C. 2011. Indicadores turísticos en la Argentina. Una primera aproximación. *Investigaciones Turísticas*. 2 (julio-diciembre): 29-65.
67. Saxena, G. 2005. Relationships, networks and the learning regions: case evidence from the Peak District National Park. *Tourism Management*. 26: 277-289.
68. Saxena, G.; Ilbery, B. 2007. Integrated Rural tourism: a border case study. *Annals of Tourism Research*. 35(1): 233-254.
69. Saxena, G.; Clark, G.; Oliver, T.; Ilbery, B. 2007. Conceptualizing integrated rural tourism. *Tourism Geographies*. 9(4): 347-370.
70. Sekaran, U. 2004. *Research methods for business: a skill building approach*, 4th ed. John Wiley & Son. New York. NY.
71. Sharpley, R. 2000. Tourism and sustainable development: exploring the theoretical divide. *Journal of Sustainable Tourism*. 8(1): 1-19.
72. Sharpley, R. 2014. Host perceptions of tourism: a review of the research. *Tourism Management*. 42: 37-49.
73. Sheldon, P.; Abenoja, T. 2001. Resident attitudes in a mature destination: the case of Waikiki. *Tourism Management*. 22: 435-443.
74. Sinclair-Maragh, G.; Gursoy, D.; Vieregge, M. 2015. Residents' perceptions toward tourism development: A factor-cluster approach, *Journal of Destination Marketing & Management*. 4: 36-45.
75. Sirakaya, E.; Teye, V.; Sonmez, S. 2002. Understanding residents' support for tourism development in the central region of Ghana. *Journal of Travel Research*. 41(1): 57-67.
76. Stallworth, H. 1997. Community economic profiles. Report N° 260-5247. Washington, DC: Environmental Protection Agency.
77. Styliadis, D.; Biran, A.; Sit, J.; Szivas, E. M. 2014. Residents' support for tourism development: the role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*. 45(0): 260-274.
78. Su, B. 2012. Developing rural tourism: the PAT program and "Nong jia le" Tourism in China. *International Journal of Tourism Research*. 15(6): 611-619.
79. Upchurch, R. S.; Teivane, U. 2000. Resident perceptions of tourism development in Riga, Latvia. *Tourism Management*. 21(5): 499-507.
80. Vargas-Sanchez, A.; Plaza-Mejía, M.; Porrás-Bueno, N. 2009. Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*. 47(3): 373-387.
81. Varga-Sanchez, A.; Plaza-Mejía, M. A.; Porrás-Bueno, N. 2011. Explaining residents' attitudes to tourism is a universal model possible?. *Annals of Tourism Research*. 38(2): 460-480.
82. Wallingre, N. 2008. Evolución del desarrollo del turismo en la Provincia de Entre Ríos, Argentina. *Tiempo de Gestión*. 5 (año 4): 13-34.

83. World Economic Forum (WEF). 2013. The travel & tourism competitiveness. Report 2013. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation. Geneva: WEF.
84. World Travel & Tourism Council. 2015. Disponible en: <http://sp.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/> consultado el 13 de noviembre de 2015.
85. Zhang, J.; Inbakaran, R.; Jackson, M. 2006. Understanding community attitudes towards tourism and hostguest interaction in the urban-rural border region. *Tourism Geographies*. 8(2): 182-204.
86. Zou, T.; Huang, S.; Ding, P. 2012. Toward a Community-Driven Development Model of Rural Tourism: the Chinese Experience. *International Journal of Tourism Research*. 16(3): 261-271.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo ha sido realizado en el marco de los objetivos del Grupo de Investigación IMPROVE reconocido por la DGA-FSE. (S-106).