

Documentos Especiales

LOS IMPACTOS DEL TURISMO PERCIBIDOS POR LA COMUNIDAD

Municipio Morón, Ciego de Ávila, Cuba

Edianny Carballo Cruz^{*}

Oscar Fernández García^{**}

Rubiselis Santana Alfonso^{***}

Universidad Máximo Gómez Báez
Ciego de Ávila - Cuba

Resumen: El desarrollo del turismo lleva implícito la congruencia de varios aspectos que lo hacen funcionar como sistema. La gestión de esta actividad económica debe ser bien asimilada por las comunidades de los países receptores; sobre todo si se pretende cumplir con los parámetros de sustentabilidad y crecimiento económico. La amplia movilización de personas, recursos, conocimientos, espacios, etc. que demanda este sector lleva aparejado necesariamente impactos y percepciones de obligado estudio, fundamentalmente si se hace referencia a zonas aledañas a destinos turísticos y con un fuerte potencial para el desarrollo de la oferta turística complementaria. Con el presente trabajo se pretende evaluar la percepción de la población local sobre los impactos del turismo, a través del análisis de variables socio-demográficas en el municipio Morón, Ciego de Ávila, Cuba. Con ese propósito se aplica un cuestionario a pobladores residentes en el municipio, se emplea el método de la observación y la medición.

PALABRAS CLAVE: percepción, comunidad, impacto, variables socio-demográficas.

Abstract: Tourism Impact as Perceived by the Host Community. The Case of the Municipality of Moron, Ciego del Avila, Cuba. Tourism development implies the congruence of several aspects that make it work as a system. The management of this activity must be well understood by communities of host countries, particularly if they are to comply with the parameters of sustainability and economic growth. The broad mobilization of people, resources, knowledge, spaces, etc. demanded by this sector has necessarily entail impacts and perceptions of mandatory study, mainly when referring to

^{*} Licenciada en Turismo por la Universidad Máximo Gómez Báez de Ciego de Ávila, Cuba. Mejor graduada y Diploma de Oro de la institución. Máster en Gestión Turística, 2010. Profesora e investigadora del Centro de Estudios de Gestión Organizacional y Turismo, (CEGOT) de la Universidad Máximo Gómez Báez de Ciego de Ávila. Miembro del Comité Académico de la Maestría en Gestión Turística. Premio Anual de la Academia de Ciencias de Cuba por su aporte científico y social, 2008. Premio Nacional de Innovación, 2011. E-mail: edianny@turismo.unica.cu

^{**} Doctor en Ciencias Económicas. Director del Centro de Estudios de Gestión Organizacional y Turismo, (CEGOT) de la Universidad Máximo Gómez Báez de Ciego de Ávila. Coordinador de las Especialidades en Gestión Hotelera y Comercialización Turística. Miembro del Comité Académico de la Maestría en Gestión Turística. E-mail: oscar@rect.unica.cu

^{***} Licenciada en Turismo con Diploma de Oro en la Universidad Máximo Gómez Báez de Ciego de Ávila, Cuba (2010). Actualmente se desempeña como Especialista en la Delegación de Cubanacán, Jardines del Rey, Cuba. E-mail: rubiselis@turismo.unica.cu

areas near tourist destinations with a strong potential for development of additional tourism. The present work was to assess the perception of local people about the impacts of tourism, through the analysis of socio-demographic variables in the municipality Moron, Ciego de Avila, Cuba. To this end a questionnaire is applied to people living in the city, used the method of observation and measurement.

KEY WORDS: *perception, community, impact, socio-demographic variables.*

INTRODUCCION

El turismo es una actividad económica de indudable impacto en la sociedad, no sólo por sus implicaciones económicas sino también por la cantidad de personas que en él participan y por su amplia distribución geográfica. Este fenómeno, característico e irreversible de la época requiere de rigurosos estudios tanto científicos como académicos que versen sobre la solución u optimización de su gestión, no sólo para bien de los gestores del sector sino para beneplácito de las autoridades y pobladores de los destinos turísticos o de las comunidades cercanas a estos.

Como proceso complejo el turismo genera una serie de interrelaciones entre turistas, comunidades anfitrionas y el entorno socio-cultural (Viloria & Briseño, 2005). En este sentido, si bien se poseen diferentes técnicas para medir con exactitud los efectos económicos no se puede señalar lo mismo de los socioculturales, hasta el punto de no poder declararse categóricamente si el sector es una fuente de renovación cultural o por el contrario resulta un elemento dañino para los valores locales y una forma de propagación de las culturas extranjeras. Tal es así que algunos autores aseveran que este sector económico es percibido y valorado de distintas maneras: mientras que para algunos ciudadanos o residentes en zonas turísticas tiene una incidencia social positiva, para otros es un fenómeno ajeno y distante percibido como un problema porque provoca en numerosos destinos turísticos un cambio en la actitud de los individuos, indiferencia, pérdida de valores morales y de solidaridad, consolidación de la individualidad y en muchos casos hasta pérdida de identidad (González Herrera & Iglesias Mortero, 2009). En este sentido, los estudios han revelado que los efectos sociales del turismo en comunidades locales pueden manifestarse en diferentes componentes de éstas y tanto a nivel individual como a nivel comunitario (Ryan, 2003). Con relación a esto, los investigadores han prestado atención en los últimos años a los aspectos relativos a las percepciones de los residentes (Sirakaya et al., 2002; Gursoy & Rutherford, 2005; Sancho & García, 2006; Echevarren, 2007; etc.) entre otras cuestiones porque los pobladores en la temporada turística no sólo tienen que aceptar los efectos de aglomeración inexistente en otros períodos del año sino que están en la obligación de convivir con un tipo diferente de población. Las percepciones de residentes locales suelen ser muy efectivas toda vez que son ellos quienes atestiguan y experimentan directamente las transformaciones en su vida social a través del tiempo. Asimismo, determinar las percepciones de la comunidad local es de gran importancia para identificar los impactos que la afluencia y comportamiento de visitantes tiene en los destinos (Getz, 1994; Fredline et al., 2003).

Aparejado al desarrollo de la experiencia turística debe estar inequívocamente la identificación de los impactos positivos y negativos más percibidos por la población local, sobre todo si estos no son fácilmente cuantificables (Sancho & García, 1999). Por ejemplo, para comprender adecuadamente los procesos sociales e impactos posibles es recomendable profundizar en el universo simbólico de la comunidad y su imbricación con espacios construidos (plazas, monumentos, etc.) y naturales (Echavarren, 2007). Con relación a esto se debe procurar una adecuada conducción de la actividad turística en la comunidad ya que la misma puede ser un arma de doble filo, que por un lado genere beneficios importantes a la economía pero al mismo tiempo puede ocasionar que paulatinamente se pierdan o transformen aspectos propios de la cultura local (Ibáñez, 2011).

Las comunidades aledañas a destinos turísticos de sol y playa no están exentas a la situación previamente descrita, máxime si se pretende diversificar la oferta principal mediante excursiones a las localidades o a través de otro tipo de producto que las involucre. En estos casos la actividad turística debe estar guiada por un proceso continuo y flexible de políticas y planes pero con la suficiente flexibilidad como para permitir la adaptación a las circunstancias cambiantes de los destinos (Díez Santos, 2011; Inskeep, 1991).

Considerando lo anterior, el presente estudio se centra en evaluar la percepción de la población local sobre los impactos del turismo, en un municipio próximo al destino turístico cubano de sol y playa, Jardines del Rey.

En este sentido, según datos oficiales de la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE, 2011), Cuba recibió 2.531.745 turistas durante el 2010, quienes aportaron al país ingresos por 2.200 millones de dólares, alrededor de 300 millones más que el año anterior y, precisamente, uno de los destinos turísticos que más aporta a estos resultados es Jardines del Rey, cuarto de importancia en el país y situado al norte de la provincia de Ciego de Ávila. La región turística donde este se enmarca constituye una de las ocho regiones con carácter priorizado del país, abarcando una superficie de 4.321 kilómetros cuadrados pertenecientes a seis municipios (de ellos 701 kilómetros cuadrados de cayos). El destino dispone de 14 hoteles y villas con categoría cuatro y cinco estrellas situados a lo largo de 36 kilómetros de playas en los cayos Coco y Guillermo, para un total de cuatro mil 768 habitaciones.

Uno de los principales asentamientos de la fuerza de trabajo del destino es el municipio Morón, situado a aproximadamente 70 Kilómetros de Cayo Coco y objeto de estudio de esta investigación.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE MORÓN

Morón se sitúa al norte de la provincia de Ciego de Ávila, constituye el segundo municipio de importancia en el territorio y cuenta con 61.766 habitantes. Es conocido también como la “Ciudad del Gallo”, epíteto que debe su existencia al Monumento al Gallo considerado símbolo de excepcional

valor para los pobladores. Uno de los aspectos más significativos en este sentido es que todos los días a las 6:00 horas de la mañana y de la tarde se escucha en parte de la localidad su canto.

Los rasgos urbanísticos y arquitectónicos en las edificaciones del municipio se enlazan con los estilos europeos de finales del siglo XIX y aún se dejan ver en su arquitectura remanentes de lo colonial, aunque también hay expresiones de lo ecléctico y neoclásico (Oficina Nacional de Información Turística, 2011).

Al constituir la puerta de entrada a los cayos, ha sido impactado por el desarrollo turístico de la región. Dicho impacto se manifiesta en la generación de empleos, construcción y equipamientos de instalaciones, remodelación y reconversión de muchas de sus industrias y en la recuperación, aunque lenta, de algunas áreas patrimoniales y culturales de la ciudad.

En el territorio existen varios atractivos turísticos entre los que sobresalen la Laguna de la Leche - mayor albufera de agua dulce del país- a cuyo atractivo natural se unen las instalaciones gastronómicas y recreativas de enorme potencial turístico como el restaurante “La Atarraya”, entre otros. Es importante resaltar que en este lugar se realiza anualmente un carnaval acuático a lo largo del canal de Júcaro y se ha celebrado en varias ocasiones el Grand Prix Internacional de motos acuáticas fórmula T4. Otros de los atractivos culturales, que paradójicamente no se han explotado con fines turísticos lo constituyen las “Fiestas del Gallo”, referida a la reinstalación del famoso monumento y las ya tradicionales peñas de bolero con su más alto exponente en el “Festival Boleros de Oro”.

Por otro lado, la ciudad cuenta con un total de 51 instalaciones cuyos mayores servicios se prestan en las redes de: restaurantes, tiendas mixtas, peleterías, servicentros, tiendas de artesanía y artes plásticas, entre otros. El fondo de viviendas asciende a 85.946, el 68 % de ellas ubicadas en la zona urbana.

En la actualidad las sucursales de las distintas agencias de viajes en el destino Jardines del Rey ofertan varias excursiones en cuyo recorrido o motivo de viaje está el municipio en cuestión. Entre ellas se destacan: Colorfull Cuba, Ciudad de Morón (media jornada), Espectacular (Laguna “La Redonda” – Morón – Ciego de Ávila), etc.

METODOLOGÍA

En este estudio cuando se analiza la percepción de los pobladores se considera lo expresado por Falcón (2007), cuando señala que los datos requeridos para la evaluación de los impactos del turismo están en ocasiones a disposición de los investigadores (gastos, empleo e ingresos) pues muchos de ellos constituyen estadísticas de los gobiernos, sobre todo a nivel nacional o provincial. Sin embargo, en la mayoría de los casos resultan insuficientes a nivel local por lo que se requiere emplear la observación, las entrevistas y las encuestas, entre otros. Se utilizó la observación participante,

fundamentalmente para registrar las opiniones de los residentes con respecto al turismo. Por otro lado, a través del método de la encuesta se aplicó un cuestionario a una representación de los habitantes de Morón para evaluar su percepción sobre los impactos del turismo en el municipio. A pesar de que los implicados en el estudio se seleccionaron al azar, los encuestadores recibieron instrucciones sobre el grado de intencionalidad con que debían seleccionar a estos para garantizar la heterogeneidad de la muestra, ya sea en las calles, museo, centros de trabajo, escuelas, tiendas, ómnibus locales del territorio, etc.

Elección del método de muestreo

En este caso se trabaja con una muestra de 543 personas. Se utilizó un muestreo por cuotas, esta técnica, según Martín (2004), goza de gran aceptación porque es un medio barato, rápido y conveniente de obtener datos. La misma se obtuvo al especificar las características deseadas de los sujetos a encuestar o entrevistar y se dejó a decisión del entrevistador la selección de las personas con las características indicadas para la investigación. El procedimiento fue no probabilístico (García, 1995: 27; Lohr, 1999).

Diseño del cuestionario

El instrumento de medición que se utilizó en la presente investigación es el cuestionario que según Hernández, Fernández & Batista (2006) tal vez es el instrumento más utilizado para recolectar los datos de una investigación; el procesamiento de los datos se hizo en el procesador estadístico SPSS, versión 15.0.

Las encuestas fueron realizadas por 11 encuestadores quienes al mismo tiempo formaron parte de un proceso de observación. El cuestionario estuvo compuesto por siete bloques de preguntas, cada uno con varios incisos contemplando lo siguiente:

- 1- Datos socio-demográficos
- 2- Percepción de la población sobre la importancia del turismo utilizando la escala de 1- Muy poco importante hasta 5- Muy importante.
- 3- Evaluación de las consecuencias que ha traído el turismo para el municipio y su población. En este caso, la escala que empleada fue: 1- Negativo, 2- Sin consecuencias, 3- Medio, 4- Positivo y 5- Muy positivo.
- 4- Evaluación de la responsabilidad que tiene el turismo para el municipio y su población.
- 5- Evaluación del comportamiento de los visitantes extranjeros en el municipio.
- 6- Evaluación de la imagen que se tiene de la ciudad y sus habitantes.
- 7- Consideraciones para que el municipio logre mejor desempeño en el desarrollo del turismo.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Datos socio-demográficos

El 70.3% de los encuestados fueron personas autóctonas del lugar y el 29.7% ha vivido en el municipio como mínimo un año (requisito que se tiene en cuenta para el estudio); los hombres representan el 44% de los encuestados, mientras que las mujeres ocupan el 56%.

Los encuestados con edades comprendidas entre 15 y 24 años constituyen el 17.5% del total, el 22.1% se sitúa entre los 25 y 34 años de edad; mientras que el 31.7% de los individuos tiene entre 35 y 44 años de edad, siendo el rango de edad más representativo en el estudio. El resto de los encuestados es mayor de 45 años.

Con referencia al grado de escolaridad, se obtuvo que solamente el 0.7% de los encuestados tiene nivel primario, el 8.7% nivel medio (secundaria), el 31.9% nivel medio superior (pre-universitario); mientras que los técnico medio ocupan el 35% de los encuestados y el nivel superior el 23.8% de ellos.

En relación a la ocupación, se observa que trabajan con el sector estatal el 53.6% de los encuestados, el 17.5% son trabajadores por cuenta propia y el 12.7% estudiantes. Las amas de casa representan el 7.9% y los jubilados ocupan el 5.7%. El resto se dedica a otras actividades. De la muestra seleccionada, el 17.9% está vinculado o asociado al turismo

Percepción de la población sobre la importancia del turismo

La pregunta 2 del cuestionario aplicado está compuesta por varias afirmaciones que constituyen el concepto de turismo valoradas entre 1-5 puntos, según el criterio del encuestado y fueron: actividad económica, intercambio cultural, recreación, vacaciones, conocer sitios naturales de interés, conocer la cultura y tradiciones de Cuba y el resto del mundo y por último hacer deportes y otras actividades al aire libre. En este sentido los resultados evidenciaron que:

En relación a la frase actividad económica, la mayoría de la población encuestada la asocia o ve vinculada al turismo; tal es así que el 36.9% de las opiniones valora este aspecto de forma *importante* y más del 50% le concedió la evaluación de *muy importante* (5 puntos).

En el caso del enunciado intercambio cultural se evidencia lo mismo que en el caso anterior, pues el 44.6% de los encuestados le confieren la evaluación de *importante* y de *muy importante* el 48.3% de ellos.

A la hora de entender al turismo como forma de ocio y recreación, más del 40% de los encuestados, emite una calificación de 4 puntos al juicio de *importante*, mientras que el 49.4% de las opiniones aseguran que es *muy importante*.

En el caso del aspecto vacaciones, se evidencia que entre el 0.9%-3.3% de la población encuestada no percibe este elemento como parte del concepto global de turismo pues sus criterio no sobrepasan los 3 puntos. Por otro lado, más del 40% de los juicios califican de *importante* a dicho aspecto; mientras que más del 50% se inclinan por el criterio de *muy importante*.

Atendiendo al aspecto conocimiento de sitios naturales interesantes, el 45,7 de los encuestados valora de *importante* a esta actividad, vinculándola estrechamente con la actividad turística; igualmente el 46.2% de las opiniones le atribuyen el criterio de *muy importante*, como se expone en la Tabla 1.

Tabla 1: Percepción de la población sobre el aspecto conocimiento de sitios naturales interesantes

Criterios		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<u>Modificación del medio ambiente y del paisaje.</u>	Muy alta	153	28,2	28,2	28,2
	Alta	117	21,5	21,5	49,7
	Media	99	18,2	18,2	68
	Ninguna	91	16,8	16,8	84,7
	Poca	83	15,3	15,3	100
	Total	543	100	100	

Fuente: Elaboración propia

El análisis de la actividad conocimiento de la cultura y tradiciones develó que más del 40% de los encuestados califican de *importante* el vinculo entre el turismo y conocer otras culturas y tradiciones. Por otro lado, alrededor del 50% evalúan de *muy importante* dicha relación, otorgándole un valor de 5 puntos.

Con respecto a la práctica de deportes y otras actividades que se realizan al aire libre del 1.3% al 8.7% de los criterios no sobrepasan los 3 puntos de calificación. Más del 50% consideran dicho aspecto como *importante* (4 puntos); mientras que alrededor del 31.1% lo consideran como *muy importante*. Se percibe que el grado de importancia no es el mismo que el que se le otorga a otras actividades cuando, de igual manera, se trata de una práctica propia del Turismo.

Con los resultados anteriores se evidencia que la población asocia al turismo en la mayoría de los casos, con el componente económico, con el ocio, la recreación y las vacaciones. Aspectos que tienen el mismo nivel de relevancia que: conocer sitios naturales de interés y hacer deportes y otras actividades al aire libre, sin embargo estos últimos son evaluados mayormente como solamente como *importantes*.

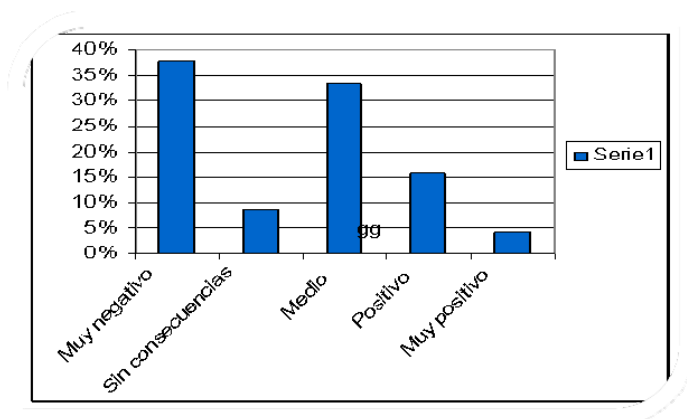
Consecuencias del turismo para el municipio y su población

En se realizó considerando que el desarrollo turístico ha significado extender la acción del hombre a zonas donde no habían existido prácticamente acciones modificadoras, por lo que indudablemente estos territorios particularmente sensibles han recibido consecuencias (Salinas, 2004; Falcón, 2007), sobre todo si se tiene en cuenta que la afluencia de visitantes a un destino, el comportamiento de los turistas y las interacciones que se generan entre éstos y los residentes locales pueden determinar el tipo y la intensidad de estos efectos o consecuencias (Monterrubio, Mendoza & Luque, 2010).

En este caso, atendiendo a los efectos que ha traído el turismo para el municipio y su población, la encuesta aplicada presenta una serie de afirmaciones para ser valoradas de 1-5 según su criterio, donde 1 es *muy negativo* y 5 *muy positivo* las respuestas demostraron que:

En relación al efecto del turismo sobre las conductas y disciplina social, más del 30% de los encuestados lo califican *muy negativo*. De igual manera, criterios registrados por los encuestadores denotan que algunos pobladores perciben que la conducta de varios trabajadores del turismo no es la idónea, sobre todo en centros nocturnos. Agregan además que en el comportamiento de estos se evidencian rasgos propios de otras regiones o países. Por otra parte, alrededor del 33.5% evalúan los efectos del turismo sobre las conductas y disciplina social de *medio* y resulta inquietante que sólo el 16% de los encuestados opinan que el turismo ha traído consecuencias *positivas* y *muy positivas* en este aspecto (Gráfico 1).

Gráfico 1: Consecuencias que ha traído el turismo en relación al aspecto conductas y disciplinas sociales



Fuente: Elaboración propia

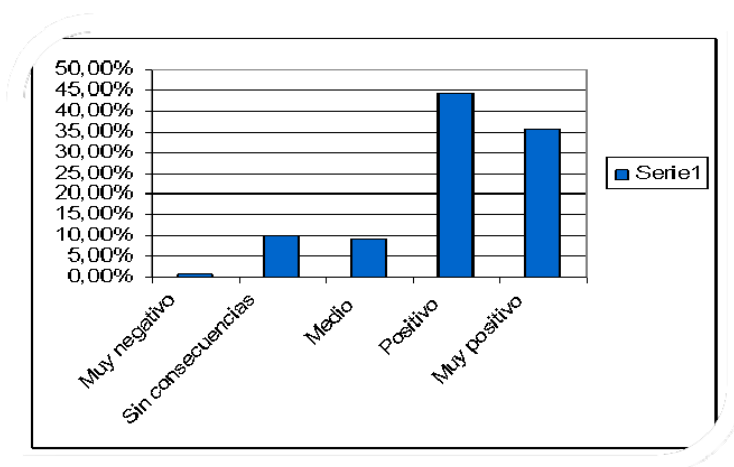
Valorando los impactos del turismo sobre el conocimiento, la información y desarrollo de tecnologías los resultados demuestran que entre el 0.7% y el 4.1% del total de encuestados califican de *negativos* y *sin consecuencias* dichos efectos. Alrededor del 16.8% lo evalúan de *medio*, otorgándole un valor de 3 puntos y más del 45% opina que genera consecuencias *positivas* para el municipio y su población. Sin lugar a dudas el auge que ha alcanzado el sector del turismo ha

propiciado el desarrollo en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en el municipio, ampliándose las redes telefónicas e informáticas, es decir, la utilización de teléfonos móviles, el acceso aunque limitado a Internet, etc.

En relación a las consecuencias que ha provocado el turismo para los habitantes de Morón en cuanto a modas, estilos de vida y comportamiento social menos del 10% lo califica de *negativo* y *sin consecuencias*; mientras que el 28.2% evalúa los efectos sobre esta cuestión de *consecuencias medias* y más del 35% los califica de *positivo*. Por otro lado, el 18.0% de las opiniones evalúa los impactos sobre las actividades anteriores de *muy positivo*.

Atendiendo a las consecuencias que se derivan del turismo con respecto a los ingresos personales y familiares, entre el 4.8% y el 12.7% lo califican de *negativo* o simplemente de *sin consecuencias*. Alrededor del 14.4% lo evalúa de *medio*; mientras que más del 40% lo califica de *positivo*, concediéndole una evaluación de 4 puntos. El resto lo evalúa de *muy positivo*. Como se evidencia, la mayoría de la población encuestada percibe que el desarrollo del turismo, sobre todo en Jardines del Rey, ha traído aparejado el aumento de los ingresos personales y por ende el crecimiento de estos en los núcleos familiares del municipio. Sin embargo varios encuestados señalan como elemento negativo que este aspecto ha incidido notablemente en el encarecimiento del nivel de vida en la ciudad. En correspondencia con lo anterior, el crecimiento sostenido de la actividad turística en el territorio ha generado un número considerable de empleos; lo que indiscutiblemente es conveniente para el desarrollo socioeconómico del municipio. Esto se corrobora también en que alrededor del 75% de los encuestados califica las consecuencias del Turismo en las oportunidades de empleo y superación profesional como *positivas* y *muy positivas*; mientras que menos del 1% percibe que son *negativas* (Gráfico 2).

Gráfico 2: Consecuencias que ha traído el turismo en relación al aspecto oportunidades de empleo y superación profesional



Fuente: Elaboración propia

Responsabilidad que tiene el turismo para el municipio y su población

En esta parte del cuestionario se relacionan varias afirmaciones para que el encuestado valore la responsabilidad que tiene el turismo sobre estas. Las mismas fueron calificadas del 1 al 5, donde 1 es ninguna responsabilidad, 2-poca, 3-media, 4-alta y 5-muy alta responsabilidad.

Atendiendo a la aseveración modificación del medio ambiente y el paisaje, aproximadamente el 32 % de los encuestados percibe que el turismo -o particularmente el turista que llega a la ciudad- no tiene *ninguna* o *poca* responsabilidad en tal aspecto. Por otro lado, más de 20% cree que el turismo si tiene una *alta* y *muy alta responsabilidad* en la modificación del medio ambiente y el paisaje, como se especifica en la Tabla 2.

Tabla 2: Responsabilidad del turismo en la modificación del medio ambiente y el paisaje

Criterios		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<u>Conocer sitios naturales interesantes.</u>	Muy importante	251	46,2	46,2	46,2
	Importante	248	45,7	45,7	91,9
	Sin criterio	23	4,2	4,2	96,1
	Poco importante	17	3,1	3,1	99,2
	Muy importante poco importante	4	0,8	0,8	100
	Total	543	100	100	

Fuente: Elaboración propia

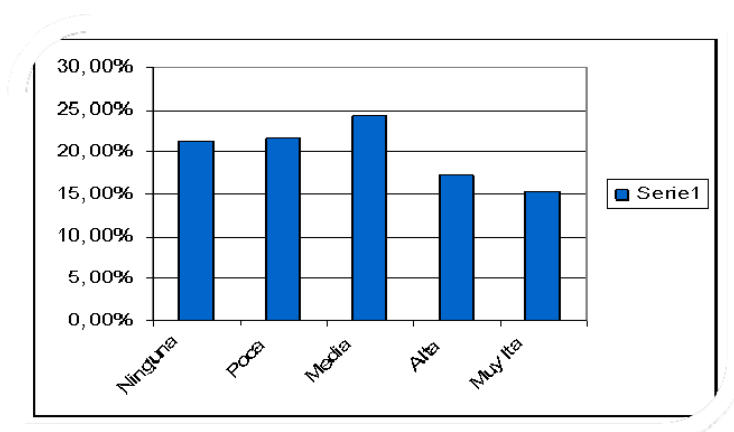
A la hora de abordar lo relacionado con el estado de las condiciones higiénico-sanitarias los resultados apuntan a que más del 33% de la muestra opina que el turismo no tiene *ninguna* responsabilidad en este caso. El 17.1% de los criterios emitidos piensa que tiene *poca responsabilidad*; mientras que el 19.0% de los encuestados califica dicha afirmación de *media*. Por otro lado, alrededor del 13.8% de los juicios emitidos valora que el turismo tiene una *alta responsabilidad* en dicho aspecto y el 16.9% cree que tiene *muy alta responsabilidad*.

Valorando la responsabilidad del sector en el estado de las infraestructuras y servicios de la ciudad los criterios están divididos pues el 21.4% de los encuestados cree que el turismo no tiene *ninguna responsabilidad* en este sentido, el 24.3% de ellos califica dicho aspecto de *responsabilidad media*; mientras que entre el 17.3% y el 15.3% de los encuestados perciben al Turismo como responsable del estado de las infraestructuras y servicios de la ciudad, como se muestra en el Gráfico 3.

Con los resultados anteriores se evidencia, que de manera general las personas encuestadas en el presente estudio no perciben que el turismo tiene una gran responsabilidad en la situación de los

aspectos relacionados con anterioridad. De modo que el estado y conservación de la ciudad es una cuestión que atañe a los pobladores y autoridades del territorio, no a los turistas que la visitan. En este sentido, el turismo o la afluencia de visitantes extranjeros pueden revertirse en mayores impactos positivos para el municipio, si se diseñan y desarrollan iniciativas de desarrollo local que exploten verdaderamente las potencialidades del territorio y de sus habitantes.

Gráfico 3: Responsabilidad del turismo en el estado de las infraestructuras y servicios de la ciudad de Morón



Fuente: Elaboración propia

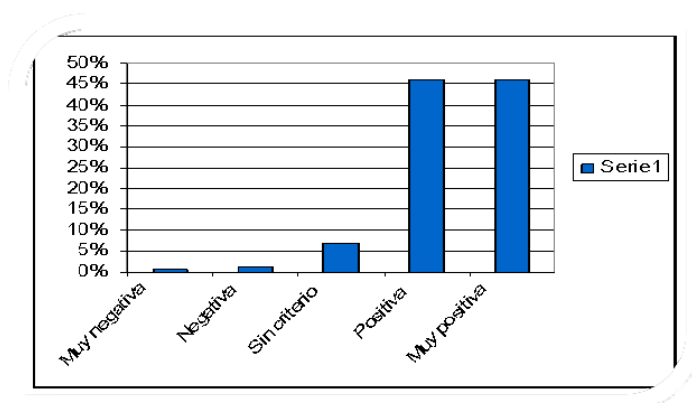
Evaluación del comportamiento de los visitantes extranjeros en el municipio

Para evaluar las afirmaciones contenidas en este apartado se utilizó una escala del 1 al 5, donde: 1 es Muy negativo y 5 Muy positivo.

Atendiendo a esto, al valorar si los visitantes extranjeros son respetuosos y educados se obtiene que el 6.8% de los encuestados *no tiene criterio* al respecto, mientras que más del 45% evalúa de *positivo* y *muy positivo* dicha afirmación (Gráfico 4).

Siguiendo la lógica del cuestionario se analiza la aseveración: cuidadosos con el medio ambiente y la higiene pública. En este caso, menos del 1.0% de los encuestados evalúa esta afirmación de *negativa* y *muy negativa*, el 4.1% de los juicios emitidos *no tienen criterio* al respecto y más del 35% valora de *positivo* dicha aseveración; mientras que más del 50% de los criterios emitidos la evalúan de *muy positiva*. En la presente investigación se puede afirmar que la mayoría de las personas encuestadas perciben a los turistas que visitan el municipio como individuos cuidadosos con el medio ambiente y la higiene pública; sin embargo, criterios registrados por los encuestadores demuestran que la percepción en este sentido de algunos pobladores sobre los visitantes nacionales es *muy negativa*. Con esto se evidencia, que la cultura ambiental del turismo doméstico es insuficiente en la mayoría de los casos.

Gráfico 4: Evaluación del comportamiento de los visitantes extranjeros en relación al parámetro respetuoso y educado



Fuente: Elaboración propia

A la hora de valorar la afirmación amistosos y confiados con los residentes locales, el 4.6% de los encuestados evalúa esta afirmación de *muy negativa*. Alrededor de 13.4% de los juicios emitidos la califican de *negativa*, mientras que el 25% de las personas encuestadas opina que *no tienen criterio* al respecto; no obstante el 35% de los encuestados valora de *positiva* la aseveración en cuestión y el 21.9% la evalúa de *muy positiva*.

Los resultados obtenidos con la encuesta y la observación participante muestran que a los turistas que visitan el municipio les gusta relacionarse con la población local de manera amistosa y abierta. Los visitantes que llegan al territorio se interesan fundamentalmente por la forma en que se vive, las costumbres y la idiosincrasia de los pobladores. En congruencia con lo expuesto, al analizar la frase interesados por la cultura y costumbres locales más del 35% de los encuestados califican de *positivo* el interés de los turistas por estos aspectos. De igual manera, más del 55% de los criterios emitidos, como se muestra en la Tabla 3, perciben de *muy positivo* el mencionado interés.

Tabla 3: Comportamiento de los visitantes extranjeros en el municipio relacionado con el aspecto interesados por la cultura y costumbres locales

Criterios		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<u>Interesados por la cultura y costumbres locales.</u>	Muy positivo	317	58,4	58,4	58,4
	Positivo	203	37,4	37,4	95,8
	Sin criterio	18	3,3	3,3	99,1
	Negativo	3	0,6	0,6	99,6
	Muy negativo.	2	0,4	0,4	100
Total		543	100	100	

Fuente: Elaboración propia

En relación con la afirmación: prepotentes y autosuficientes, alrededor del 22.8% de los encuestados valora la actitud de los visitantes en este caso de *muy negativa*; mientras que el 43.1% la valora de *negativa*. Por otro lado, el 23.9% *no tiene criterio* al respecto y menos del 10% evalúa la afirmación en análisis, de *positiva* y *muy positiva*.

Continuando con el análisis de la pregunta 5 del cuestionario, en lo referido a la afirmación desprendidos y dados a compartir con los residentes locales el 10.9% de los encuestados evalúa el comportamiento de los visitantes de *muy negativo*, el 5.3% de *negativo* y alrededor del 29.3% *no tienen criterio* al respecto; no obstante el 26.5% de los encuestados percibe la actitud del turista en este sentido de *positiva* y el 18% de *muy positiva*.

Con los resultados anteriores se evidencia que la población tiene una percepción aceptable de los turistas que visitan el municipio a través de excursiones u otras ofertas. Los pobladores perciben además el interés de los visitantes por la cultura, costumbres locales y por compartir con la población local. Estas evidencias son muy halagüeñas, sobre todo porque los habitantes del municipio deben ser los principales acreedores y promotores del turismo en la ciudad. A pesar de esto, se obtiene un resultado preocupante expresado en la opinión de más del 40% de los encuestados que califican a los turistas como prepotentes y autosuficientes y en más de un 29% que no tiene criterio sobre si los turistas son desprendidos y dados a compartir con los residentes locales.

Evaluación de la imagen de la ciudad con fines turísticos

Los enunciados contenidos en este bloque del cuestionario deben ser evaluados por los encuestados con una escala del 1 al 5, donde 1 es Muy bajo o sin importancia para fines turísticos, 2- Bajo o Poco importante, 3- Medio, 4- Alto o importante y 5- Muy alto o muy importante.

Con referencia a la primera aseveración la ciudad y su entorno cuenta con atractivos turísticos, el 15.8% de los encuestados opina que la ciudad cuenta con un nivel *muy bajo* de atractivos turísticos; mientras que el 22.1% los percibe como *poco importante o bajo*. De igual manera, el 28% de los encuestados califica la afirmación en análisis de nivel *medio*, mientras que el 14.9% lo evalúa de *alto* y el 19.2% de *muy alto*.

En cuanto a si el turismo ha beneficiado a la ciudad y su entorno, el 12% de los encuestados cree que los beneficios de la actividad turística sobre el municipio son *muy bajos*, alrededor del 20.3% los califican sólo como *bajos* y el 25% los aprecia como *medio*. En definitiva, para estas personas los efectos positivos del turismo sobre la ciudad no son tan considerables; sin embargo entre el 21.5% y el 19.7% de los encuestados perciben lo contrario y evalúan los mencionados beneficios de *importantes* y *muy importantes* respectivamente.

A la hora de abordar el planteamiento: considera que usted está preparado para transmitir al turista información sobre la cultura e historia de la localidad y el país el 8.1% y el 15.7% de los encuestados creen que no están preparados para transmitir al turista información sobre estos temas y evalúan la afirmación de *bajo* y *muy bajo*, respectivamente. En otro sentido, el 30.2% de las opiniones califican de *medio* la aseveración y el 46% de los encuestados si se siente con la preparación suficiente para comunicarle a los turistas la información requerida.

En relación con el planteamiento considera que en general la población está preparada para transmitir los valores de la cultura e historia local y del país, entre el 10.1% y el 29.1% de los encuestados perciben que, de manera general, la población no está preparada en este sentido. Más del 40% de las opiniones aprecian como *media* la preparación de los pobladores y el 16.2% la evalúa de *alta*.

Los resultados del anterior bloque de preguntas muestran que la población no percibe que el turismo ha beneficiado a la ciudad y su entorno, al menos en relación con sus expectativas al respecto. Otro resultado inquietante en este caso, se distingue en criterios adicionales expuestos en las encuestas y en opiniones registradas durante la observación participante. En estos se expone que la ciudad de Morón no cuenta con los atractivos turísticos necesarios para atraer a los visitantes extranjeros; el uso y disposición de los ya existentes no es el más adecuado y en adición, los encuestados vinculados al sector turístico, consideran que los guías de las excursiones dirigidas a Morón no muestran lo más representativo de la ciudad y su entorno.

En otro aspecto es importante resaltar, que un número considerable de encuestados percibe que la población en general, no cuenta con la preparación suficiente para transmitirle a los visitantes los valores culturales e históricos de la localidad. Este aspecto, limita el intercambio de información con el visitante y dificulta, por supuesto, la difusión de los valores más representativos de nuestra idiosincrasia.

Aspectos para que el municipio logre un mejor desarrollo del turismo

Para evaluar este aspecto, en esta sección del cuestionario, se enuncian una serie de planteamientos para ser evaluados del 1 al 5, donde 1. es Muy poco importante, 2. Poco importante, 3. Importancia media, 4. Importante, 5. Muy importante.

En este caso, es necesario señalar que las actitudes de acogida por parte de la población local y la seguridad del turista son aspectos claves de la experiencia turística integral (Sancho & García, 2006); por lo anterior la primera afirmación que se analiza es la seguridad ciudadana, que fue evaluada por el 0.4% de los encuestados como *poco importante* para lograr un mejor desempeño del desarrollo del turismo. Igualmente, el 4.2% la evalúa de *importancia media*, mientras que más del 70% de los encuestados se inclina a aseverar que si es importante para el desarrollo óptimo del

Turismo. Es necesario resaltar que durante el proceso de aplicación del cuestionario, más del 30 % de los encuestados abundan sobre esta cuestión y coinciden en que la seguridad ciudadana es indispensable para el desarrollo exitoso de la actividad turística y que en Cuba se presta particular atención a este tema. En este sentido y en correspondencia con los criterios anteriores, concretamente en el destino Jardines del Rey, se han realizado varios estudios que exponen a la *Seguridad* como motivo de viaje de muchos mercados (Cervantes, 2010; Lastre, 2011) De esto se deduce la importancia de mantener esta valiosa cualidad, como imagen indisoluble de los destinos y territorios cubanos en pos de una estable y ascendiente corriente de visitantes.

De acuerdo con Fonseca (2005), los recursos naturales y culturales así como los servicios y equipamientos componen el espacio y se vuelven objetos de consumo del turismo ya que los visitantes se desplazan hacia esos lugares buscando experimentar cosas diferentes a las acostumbradas. Esto, según Fernandes & Sousa (2010), es una oportunidad para el crecimiento económico de la comunidad que elabora nuevos productos para comercializar y que a su vez desempeña un papel importante en la reproducción del capital (generando empleo e ingresos para la comunidad local y dinamizando otros segmentos económicos).

Al analizar la línea de pensamiento de estos autores surge la necesidad de estudiar la percepción de los pobladores residentes en cuanto a la existencia o no de estos recursos, lugares o atractivos turísticos a los que se hace mención. En el caso particular que ocupa a este estudio, se abordaron en el cuestionario dos planteamientos para ser valorados por los pobladores: el incremento y mejoramiento de los lugares turísticos en el municipio y la existencia de espacios para el intercambio de la población con los turistas (ferias, eventos, fiestas populares). En ambos casos la mayoría de los encuestados tiene una percepción adecuada sobre el contenido de las afirmaciones; tal es así que más del 80% opina que si es *importante* incrementar y mejorar los lugares turísticos en el municipio y por otro lado más del 75% de las opiniones considera *muy importante* la existencia de espacios para el intercambio de la población con los turistas. Para esta última afirmación se obtuvo además, que el 22.1% de los criterios percibe de nivel *medio* la importancia de la misma.

Evaluación de las relaciones entre variables consideradas en el estudio

En este apartado se realiza el cruzamiento de algunas variables consideradas en el estudio para determinar si los encuestados las asocian o relacionan entre sí por su similitud o porque inciden o modulan su percepción sobre los impactos del turismo.

El cruzamiento de variables se realizó en el procesador estadístico SPSS versión 15.0, utilizando la prueba de Chi-Cuadrado de Pearson. Si el resultado de esta ecuación es menor que 0.05, las variables relacionadas *no son independientes*, es decir guardan relación entre ellas, mientras que si al calcular Chi-Cuadrado de Pearson el resultado obtenido es mayor que 0.05 las variables *son independientes*.

En el cruzamiento de la variable 2.1 (Actividad económica) con la variable 3.1 (Conductas y disciplina social) se obtiene como resultado de la prueba de Chi-Cuadrado de Pearson 0.180, por tanto dichas variables son *independientes*, es decir, las personas encuestadas no asocian la importancia del Turismo como actividad económica con las conductas y disciplinas sociales.

Al cruzar la variable 2.1 (Actividad económica) con la variable 3.2 (Conocimientos, información y tecnologías) se obtiene un resultado de 0.00, (menor que 0.05); por tanto las variables anteriores son *dependientes*, es decir los encuestados perciben que existe incidencia del desarrollo del turismo como actividad económica sobre el incremento de los conocimientos, la información y las tecnologías en el municipio.

En el cruzamiento de la variable 2.1 (Actividad económica) con la variable 3.3 (Modas y estilos de vida y comportamiento social) se obtiene como resultado 0.008, por lo que las variables anteriores son *dependientes*, es decir que las personas encuestadas relacionan la importancia del turismo como actividad económica con su incidencia en las modas, estilos de vida y comportamiento social.

Al cruzar la variable 1.6 (Trabajador asociado al turismo) con la variable 2.1 (Actividad Económica), se obtiene como resultado de la prueba de Chi-Cuadrado 0.010; por tanto las variables son *independientes* e indica que las personas encuestadas no relacionan el hecho de ser trabajador vinculado al Turismo con la importancia del Turismo como actividad económica.

Al cruzar la variable 1.6 (Trabajador asociado al turismo) con la variable 2.2 (Intercambio cultural), se obtiene como resultado 0.712; por tanto las variables son *independientes*. Lo anterior apunta a que los encuestados no creen que el intercambio cultural esté necesariamente relacionado o sea una actividad exclusiva del trabajador del sector turístico.

En el cruzamiento de la variable 4.1 (Modificación del medio ambiente y el paisaje) con la variable 6.2 (El turismo ha beneficiado a la ciudad y su entorno) se obtiene como resultado 0.00, es decir se obtiene un valor menor que 0.05; por tanto las variables son *dependientes*, lo cual significa que los pobladores encuestados creen que las modificaciones del medio ambiente y el paisaje en el municipio son producto de los beneficios del Turismo sobre la ciudad y su entorno.

CONCLUSIONES Y LIMITACIONES DEL ESTUDIO

En la presente investigación los impactos del turismo han sido analizados desde la óptica de la percepción de la población y a través del análisis de variables socio-demográficas. El análisis realizado permite valorar a nivel territorial cómo ha interactuado e incidido la actividad turística sobre las poblaciones residentes y sobre los atractivos in situ. De igual manera, este tipo de estudio permite conocer cómo las personas se ven reflejadas o no con el desarrollo del turismo y la incidencia que a largo o mediano plazo tiene esta actividad económica en el desarrollo local de cada región o

municipio. Sin lugar a dudas, la asimilación y actitud de la población local sobre los impactos es de gran importancia pues es ella quien manifiesta la presión, desconocimiento o apoyo a la actividad turística que se está desplegando.

Con el procesamiento y análisis de los resultados se pudo constatar que los pobladores de Morón tienen una concepción un tanto limitada del turismo. Aspecto que tiene una mayor connotación sobre todo si se considera que una buena parte de sus pobladores trabaja en el destino turístico Jardines del Rey, que el municipio además es visitado casi diariamente por turistas provenientes de la cayería y que en adición existen en él varias casas de alquiler al turista. Con lo señalado se evidencia que este estudio deja una brecha en lo referido a las causas de este fenómeno y a las acciones que permiten corregirlo.

Otro aspecto preocupante devenido de la percepción de la población se evidencia en la opinión que versa alrededor de los beneficios que ha traído el desarrollo del sector turístico para la ciudad. Al aglutinar los resultados se obtuvo, con respecto a esta cuestión, que el 37.3 % de los encuestados opina que los mencionados beneficios no son tan considerables. En este caso sería interesante divulgar aún más los efectos e impactos del Turismo en el desarrollo local de la comunidad o gestionar la información y el conocimiento en pos de crear mecanismos de integración y coordinación para hacer más eficiente la planificación del desarrollo sostenible del territorio y que este sea percibido como tal por la población. Tal es así que, según Ritchie & Ritchie (2002), los cambios constantes en el entorno obligan a que la planificación aumente su flexibilidad, al tiempo que se han de mejorar los sistemas de información local y del entorno turístico. Esta cuestión es indudablemente tarea pendiente para futuras investigaciones.

Otro aspecto que apunta directamente a la falencia de información y conocimientos o más aún a la ineficaz gestión de estos, se evidencia en las opiniones de alrededor del 79.2% de los encuestados, quienes apuntan a que la población moronense no posee la preparación suficiente para comunicarle a los turistas los valores culturales e históricos del municipio y el país en general; sin embargo, se manifiesta un marcado interés en la existencia de espacios para el intercambio de los pobladores con los turistas; pues más del 75% de los encuestados consideran de *muy importante* este tema. Esto constituye una fortaleza para el territorio, sobre todo, porque se expresa no sólo en el deseo de sus habitantes sino también en la voluntad de las autoridades del municipio y del Ministerio de Turismo en la provincia.

Sin pretender justificar algunos resultados de la investigación es necesario tener en cuenta que tanto los impactos sociales como la percepción de la población tienen una importante carga subjetiva (Betancourt & Caballero, 2000; Falcón, 2007) debido a que comprenden aspectos de la participación consciente del hombre en esta actividad, es decir, su posición de aceptación o rechazo al desarrollo turístico: de esto se desprende una mayor complejidad de la evaluación, aspecto que se debe asumir en profundidad en otras investigaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Betancourt García M. E. & Caballero, M. T.** (2000) "Impacto social de los proyectos de desarrollo turístico. Una aproximación teórico-metodológica". *Revista Economía y Desarrollo* 126(1): 57-71
- Cervantes, Y.** (2010) "Caracterización del gasto turístico del mercado canadiense en el destino Jardines del Rey". Tesis en opción al grado de Licenciado en Turismo, Universidad Máximo Gómez Báez de Ciego de Ávila, Ciego de Ávila
- Díez Santos, D.** (2011) "La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: Claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas". *Revista Investigaciones Turísticas* 1: 69-92
- Echavarren, J. M.** (2007) "Aspectos socioeconómicos de la evaluación de impacto ambiental". *Revista Internacional de Sociología* 65(47): 99-116
- Falcón, M. C.** (2007) "Procedimiento metodológico para la evaluación integral de los impactos del Turismo en su contribución al desarrollo local sostenible; el caso La Isla de Turiguanó". Tesis doctoral, Facultad de Economía, Universidad de Camagüey, Camagüey
- Fernandes de Macedo, R. & Sousa Dantas, A. V.** (2010) "Percepción de los turistas sobre el uso de los recursos socio-ambientales de la Playa do Meio en Natal (RN) – Brasil". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 19(5): 656-672
- Fonseca, M. A. P.** (2005) "Espaço, políticas de turismo e competitividade". EDURFN, Natal
- Fredline, L.; Jago, L. & Deery, M.** (2003) "The development of a generic scale to measure the social impacts of events". *Event Management* 8(1): 23-37
- García, J. L.** (1995) "¿Cómo elaborar un proyecto de investigación?" Compobell S. L., Mursia
- Getz, D.** (1994) "Residents' attitudes towards tourism: A longitudinal study in Spey Valley, Scotland". *Tourism Management* 15(4):247- 258
- González Herrera, M & Iglesias Mortero, G.** (2009) "Impactos del turismo sobre los procesos de cohesión social Caibarién, Cuba". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 18(1): 53-68
- Gursoy, D. & Rutherford, R. D.** (2005) "Las actitudes de las comunidades de destino hacia el Turismo. Un modelo mejorado". *Annals of Tourism Research en español* 6(2): 227
- Hair, J.; Anderson, R.; Tatham, R. & Black, W.** (1998) "Análisis Multivariante". Prentice Hall, New Jersey
- Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, P.** (2006) "Metodología de la Investigación". McGraw-Hill Companies, México D. F.
- Ibáñez, R.** (2011) "Impactos de la actividad turística en la forma de vida de la sociedad local y el patrimonio cultural en Guaranda, Ecuador: Percepción de los visitantes". *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local* 4(11): 1-14
- Inskeep, E.** (1991) "Planificación turística nacional y regional". OMT, Madrid
- Lastre, A.** (2011) "Perfil específico del mercado inglés en el proceso de creación y satisfacción de la demanda". Tesis en opción al grado de Licenciado en Turismo, Universidad Máximo Gómez Báez de Ciego de Ávila, Ciego de Ávila
- Lohr, S. L.** (1999) "Muestreo: diseño y análisis". International Thomson Editores, Madrid

- Martín, P.** (2004) "Validez de constructo y desarrollo de la inteligencia emocional". Tesis doctoral, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid
- Monterrubio Cordero, J. C.; Mendoza Ontiveros, M. & Luque Guerrero, A.** (2010) "Impactos sociales de la feria internacional del caballo en México. Una perspectiva local". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 19(6): 1090-1104
- Oficina Nacional de Estadísticas de Cuba ONE** (2011) "Llegada de visitantes internacionales". Consultado el 24 de mayo de 2011 en <http://www.one.cu>.
- Oficina Nacional de Información Turística** (2011) "Guía Jardines del Rey para ti". Publicitur S. A., La Habana
- Ritchie, R. J. B. & Ritchie, J. R. B.** (2002) "A framework for an industry supported destination marketing information system". *Tourism Management* 16: 439-454
- Ryan, C.** (2003) "Recreational tourism: demand and impacts". Channel View Publications, Clevedon
- Salinas, E.** (2004) "Geografía y turismo. Aspectos territoriales del manejo y gestión del Turismo". Editorial Linotipia Bolívar, Bogotá
- Sancho, A. & García, G.** (1999) "Un estudio de los impactos que genera el turismo en la población local". III Congreso Internacional de Universidades para el Desarrollo Sostenible y el Medio Ambiente, Valencia
- Sancho, A., & García, G.** (2006) "El papel de los indicadores en la planificación turística". Universidad de Valencia, Valencia
- Sirakaya, E.; Teye, V. & Sommez, E.** (2002) "Resident's attitudes toward tourism development". *Annals of Tourism Research en español* 7(29): 668-688
- Viloria, N. E. & Briseño, M.** (2005) "Elementos teóricos de los componentes intangibles del turismo y su relación con la cultura de la calidad". *Revista Universitas* 2000, 29(3-4): 55-71

Recibido el 15 de diciembre de 2011

Correcciones recibidas el 02 de enero de 2012

Aceptado el 09 de enero de 2012

Arbitrado anónimamente