



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**  
*Centro de Estudios de Postgrado*

**Trabajo Fin de Máster**

**LAS PERCEPCIONES DE LA  
COMUNIDAD RECEPTORA DEL  
CASCO ANTIGUO DE SEVILLA  
SOBRE EL TURISMO**

**Alumno: Ruiz Hidalgo, Álvaro**

**Tutor: Pulido Fernández, Juan Ignacio**

**Noviembre, 2018**



## ÍNDICE

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| 1. RESUMEN.....                                                       | 5  |
| 2. ABSTRACT.....                                                      | 5  |
| 3. INTRODUCCIÓN.....                                                  | 6  |
| 3.1. Justificación y oportunidad.....                                 | 6  |
| 3.2. Hipótesis y objetivos de la investigación.....                   | 7  |
| 3.3. Planteamiento metodológico.....                                  | 8  |
| 3.4. Estructura de la investigación.....                              | 8  |
| 4. MARCO TEÓRICO.....                                                 | 9  |
| 4.1. Las percepciones de la comunidad receptora sobre el turismo..... | 9  |
| 4.2. Los impactos del turismo en las ciudades.....                    | 13 |
| 4.3. Desarrollo y evolución del turismo cultural en Sevilla.....      | 15 |
| 4.4. El empleo turístico.....                                         | 23 |
| 4.5. El turismo y la ocupación de los espacios.....                   | 25 |
| 4.6. El turismo y la vivienda.....                                    | 27 |
| 5. MARCO METODOLÓGICO.....                                            | 34 |
| 5.1. Metodología.....                                                 | 34 |
| 5.2. Cuestionarios.....                                               | 35 |
| 5.3. Población y muestra.....                                         | 36 |
| 6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....                        | 37 |
| 7. CONCLUSIONES.....                                                  | 59 |
| 8. LIMITACIONES.....                                                  | 59 |
| 9. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....                               | 60 |
| BIBLIOGRAFÍA.....                                                     | 61 |
| ANEXO.....                                                            | 66 |



## 1. RESUMEN

El aumento de los flujos de turistas que llegan a una ciudad puede ocasionar unos impactos negativos que transformen la realidad en el destino y afectar a su población local. Por esa razón , es necesario conocer las percepciones que la comunidad receptora tiene sobre el turismo para poder hacer una planificación adecuada de la actividad. En el presente trabajo se hace un estudio de las percepciones de la comunidad receptora del Casco Antiguo de Sevilla, que resultan ser negativas en algunos aspectos del turismo.

**Palabras clave:** percepciones, comunidad receptora, impactos negativos, Sevilla, Casco Antiguo.

## 2. ABSTRACT

The increase in the flow of tourists arriving in a city may cause negative impacts that transform the reality in the destination and affect its local population. For that reason, it is necessary to know the perceptions that the receiving community has about tourism in order to plan the activity properly. In the present work, it is made a study of the perceptions of the receiving community of the Old Town of Seville, which turn out to be negative in some aspects of tourism.

**Key words:** perceptions, receiving community, negative impacts, Seville, Old Town.

### **3. INTRODUCCIÓN**

El turismo es un fenómeno de masas que mantiene una tendencia de crecimiento desmesurado. Los flujos económicos y de visitantes son cada vez mayores, y el segmento que más crece es el turismo urbano (Postma y Schmuecker, 2017). En ese contexto, los principales destinos están experimentando presiones turísticas sin precedentes y unas transformaciones en las realidades urbanas que precisan repensar los modelos turísticos y de gestión.

El turismo puede aportar crecimiento económico y mejoras para la sociedad de un territorio, pero también puede llegar a saturarlo y provocar efectos negativos en el mismo. La sostenibilidad del turismo adquiere una gran importancia en las ciudades históricas, en las que una sobreexplotación turística puede causar la saturación del destino y poner en peligro alguno de sus elementos (García, 2000). Con más de dos millones y medio de visitantes y más de cinco millones de pernoctaciones en 2017, según datos del INE, Sevilla se consolida como un destino turístico urbano maduro. La mayoría de atractivos turísticos de la ciudad se encuentran en su centro histórico, por tanto, es esta zona la que sufre una mayor carga turística.

La masificación de la actividad turística en un destino da lugar a la concentración de un excesivo número de personas en un mismo espacio, el cual es compartido por turistas y locales, quienes llevan a cabo las actividades y labores de su vida cotidiana. Esa convivencia suele aportar efectos positivos, sin embargo, cuando la afluencia de turistas es masiva, puede dar lugar a situaciones que provoquen malestar entre la comunidad receptora.

En este sentido, el conocimiento de las percepciones que tiene la población local sobre el turismo en su ciudad se hace necesario para poder llevar a cabo una adecuada planificación y gestión de la actividad (Gutiérrez, 2010).

#### **3.1. Justificación y oportunidad**

Son conocidos los casos de Barcelona y Venecia, entre otros, en los que los vecinos de las zonas más turísticas han alcanzado altos niveles de irritación y han comenzado a protestar en contra de la llegada masiva de turistas, llegando a pedirles, incluso, que no visiten la ciudad. Éste es un fenómeno más o menos reciente, que está apareciendo en los medios de comunicación y que se conoce con el término de “turismofobia”. Por otro lado, los estudiosos del turismo llevan años alertando de los posibles impactos que el crecimiento de los flujos de turistas que llegan a las ciudades puede causar en las realidades de las mismas. Entre esos

autores, son numerosos los que reconocen la importancia que tiene el conocimiento de las actitudes y las percepciones de la población local ante este fenómeno turístico.

A pesar de ser este un tema de estudio de actualidad y relevancia, en nuestro país son pocos los casos que se han abordado, quedando reducidos a los destinos insulares y al caso de Barcelona. El crecimiento que experimenta el turismo en la capital andaluza precisa de un análisis que permita conocer el nivel de hartazgo o satisfacción de la población receptora de turistas de un destino maduro como es Sevilla. A través del presente estudio se persigue conocer las percepciones que tiene la comunidad receptora en el Casco Antiguo de Sevilla sobre el desarrollo de la actividad turística en su ciudad.

El tema de estudio es, por tanto, un tema de interés y de necesaria ejecución, para poder conocer las consecuencias que tiene este fenómeno sobre la población local y obtener la información de primera mano. Una vez obtenidos los resultados de la investigación serán analizados y discutidos, y serán de utilidad para la toma de decisiones de gestión de la actividad turística en el destino.

### **3.2. Hipótesis y objetivos de la investigación**

Las hipótesis a ratificar o refutar una vez concluida la investigación son las siguientes:

- 1) La comunidad receptora en el Casco Antiguo de Sevilla percibe el empleo turístico como un empleo de baja calidad.
- 2) La comunidad receptora en el Casco Antiguo de Sevilla percibe una saturación del espacio y dificultades para la movilidad de las personas, como consecuencia del desarrollo del turismo.
- 3) La comunidad receptora del Casco Antiguo de Sevilla cree que el turismo provoca un aumento en el precio de la vivienda en su zona y dificulta el acceso a una vivienda.

El objetivo general de la investigación va en la línea de las hipótesis planteadas y consiste en tratar de conocer las percepciones que tiene la comunidad receptora del Casco Antiguo de Sevilla sobre unos aspectos determinados a los que puede afectar el crecimiento de la actividad turística en el lugar. Los objetivos específicos de la investigación son los siguientes:

- 1) Estudiar las características específicas del empleo turístico y conocer las percepciones de la comunidad receptora sobre la calidad del mismo.
- 2) Analizar cómo afecta la actividad turística al espacio público y a la movilidad de las personas por el Casco Antiguo de la ciudad y conocer las percepciones de la comunidad local al respecto.

- 3) Estudiar cómo influye la actividad turística en el precio de las viviendas en el Casco Antiguo de Sevilla, y en la posibilidad de acceso a una vivienda, y conocer las percepciones de la comunidad receptora al respecto.
- 4) Conocer si existen diferencias entre las percepciones que tienen sobre el turismo los individuos que tienen una ocupación relacionada con el turismo y los individuos cuya ocupación no tiene relación con el turismo.

### **3.3. Planteamiento metodológico**

En el presente trabajo se han utilizado diferentes métodos de recogida y análisis de la información y de obtención de datos. Para la elaboración del marco teórico se ha llevado a cabo una revisión de la literatura existente de los autores que han abordado con anterioridad los temas de interés para la investigación, así como de informes, estadísticas y artículos periodísticos que contengan información relevante.

Posteriormente, para completar la consecución de los objetivos del estudio, se ha hecho uso de una técnica de tipo cuantitativo. Se trata de un cuestionario compuesto por 20 ítems a valorar en una escala Likert de 5 categorías. La población seleccionada para el estudio ha sido la comunidad receptora del Casco Antiguo de Sevilla, en la que se ha incluido tanto a los residentes como a los trabajadores de dicho distrito, para dotar así a la comunidad de un sentido más amplio. Para la selección de la muestra se realizó un procedimiento de muestreo aleatorio simple que permitió contar con los 252 individuos que han participado en el estudio completando los cuestionarios.

### **3.4. Estructura de la investigación**

El trabajo comienza con un marco teórico en el que se recogen los antecedentes del estudio y una serie de informaciones de interés sobre aspectos relevantes para la investigación. Para empezar se hace una revisión de la teoría existente acerca de las percepciones y las actitudes de la comunidad receptora sobre el turismo y se continúa con una descripción de los impactos que el turismo puede ocasionar en las ciudades en las que se desarrolla. Seguidamente se hace una descripción del desarrollo y la evolución del turismo en Sevilla y se pone en conocimiento del lector la situación actual en la que se encuentra el fenómeno en la ciudad, para, posteriormente, hacer hincapié en las tres cuestiones que aparecen en las hipótesis de la investigación, que son el empleo turístico, la incidencia del turismo en el espacio público, y la repercusión del turismo en la vivienda.



En el marco metodológico, se hace una descripción de la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación y del objeto de estudio, y se da a conocer el perfil y la composición de la muestra.

Seguidamente se procede a analizar y discutir los resultados obtenidos en la investigación, para después comentar las conclusiones derivadas del estudio y terminar describiendo las limitaciones encontradas durante el proceso y presentado las posibles futuras líneas de investigación que quedan abiertas.

#### **4. MARCO TEÓRICO**

Para la elaboración del marco teórico del presente trabajo se ha llevado a cabo una revisión de la literatura existente sobre distintas cuestiones de interés, con el objetivo de ofrecer una perspectiva teórica que permita la comprensión de la realidad que se pretende abordar. En los siguientes epígrafes, se persigue el acercamiento del lector a los antecedentes de la investigación y las interpretaciones realizadas por los autores que se han enfrentado al tema en cuestión con anterioridad, así como a una serie de informaciones útiles para la identificación de los factores que hacen de este trabajo un estudio de interés y de utilidad.

##### **4.1. Las percepciones de la comunidad receptora sobre el turismo**

En los últimos años, han aparecido nuevos términos, como “overtourism” o “turismofobia”, ocupando titulares. Esto es el reflejo de los retos a los que se enfrenta la gestión de los crecientes flujos de turistas que llegan a los destinos urbanos y la gestión de su impacto en las ciudades y en los residentes (OMT, CELTH, Breda University y Stenden University, 2018).

El crecimiento acelerado del turismo en un lugar determinado no sólo transforma el destino, sino que puede provocar alteraciones sociales y culturales debido a un desequilibrio económico y a una degradación del medio ambiente, si no existe un control y una adecuada planificación (Martins, 2018). Según Monterrubio (2009), es necesario tener en cuenta todos los elementos que forman parte de la actividad turística para poder hablar de una perspectiva integral del turismo, en la que, sin ninguna duda, se debe incluir a la comunidad receptora. El autor asegura que dicha comunidad receptora no ha sido tomada en cuenta como un elemento fundamental para el desarrollo turístico, sobre todo en lo que respecta a la planificación y

gestión de la actividad, y esto se debe a la visión empresarial con la que se ha abordado. Fernández (2006) argumenta que son los elementos que más atraen a los turistas en los que se centra el interés, con el afán de conseguir la mayor rentabilidad económica posible. Mientras que los consumidores buscan experiencias turísticas y los proveedores buscan oportunidades de negocio, los residentes solo quieren que su calidad de vida no se vea afectada (Postma y Schmuecker, 2017). El turismo solo será sostenible si se desarrolla y se gestiona considerando a ambas partes, es decir, para el beneficio de los visitantes y de las comunidades locales (OMT et al., 2018). Además, el éxito o fracaso de un destino turístico puede depender de la disposición de la comunidad receptora ante el desarrollo del turismo (Monterrubio, 2009).

En este sentido, para que un proceso de planificación del turismo sea adecuado, debe contar con la participación de la población residente. El estudio de los factores que influyen en la percepción que tienen los residentes sobre el turismo permite conocer el nivel de apoyo o de rechazo de la población local al desarrollo del turismo actual y futuro (Brida, Riaño y Zapata, 2012). Algunos autores hablan de la necesidad de que la evaluación de las percepciones y las actitudes de los residentes hacia la actividad turística sean continuas, para que la toma de decisiones en la gestión de la misma se lleve a cabo a tiempo y la población sea partícipe en el proceso de desarrollo turístico (Gutiérrez, 2010).

Según recogen diferentes autores que han estudiado las actitudes de las comunidades locales frente la aparición del turismo en su lugar de residencia, los factores que influyen en la percepción del residente pueden ser: la edad, el nivel de estudios, el nivel de desarrollo económico en el territorio, el tiempo que se lleve residiendo en el lugar, el nivel de desarrollo del turismo en el destino, el grado de concentración turística, la dependencia económica o participación en la actividad turística, la distancia entre la zona de residencia y la zona turística (Brida et al., 2012; Marrero y Huete, 2013). Además, según Royo y Ruiz (2009), existe otra serie de influencias externas que pueden determinar las actitudes de los residentes, entre las cuales destacan: la familia y los grupos sociales, la educación recibida, la información conocida, la personalidad y la experiencia. Sin embargo, se puede observar que las investigaciones llevadas a cabo en diferentes destinos arrojan resultados distintos si se atiende a los factores mencionados anteriormente. En este sentido, algunos autores señalan que la edad o el nivel de estudios, entre otros factores, pueden ser determinantes en un destino turístico específico, pero ser irrelevantes en otro.

Según Hiernaux e Imelda (2014), el turista sería un habitante particular, que lleva a cabo sus propias prácticas y que hace la ciudad día a día, compartiendo espacio con los residentes habituales y los trabajadores. Esto quiere decir que en las ciudades turísticas, el

turista forma parte de la ciudad de manera integral y, en muchos casos, sería difícil imaginarse la ciudad sin estos habitantes temporales. Sin embargo, aunque formen parte de la ciudad, existe cierta distancia entre los turistas y los residentes habituales. Pi-Sunyer (2013) asegura que, aunque el contacto entre la población local y los turistas sea cada vez mayor, existen unas barreras de comprensión muy altas, ya que ambos conviven en un mismo espacio geográfico, pero en dos realidades distintas. Según el autor, los residentes simplemente se han adaptado a la presencia de los turistas.

El índice de irritabilidad de Doxey data de 1975, y es uno de los modelos más conocidos entre los investigadores que basan su estudio en las actitudes de la población residente en un destino turístico. En dicho modelo, el autor diferencia cuatro etapas en el destino, según el nivel de desarrollo que va alcanzando el turismo en el mismo. En la primera etapa, denominada de euforia, existe un escaso control de la actividad, que empieza a desarrollarse y es recibida con entusiasmo por la población residente. Después llega la etapa de apatía, en la que el turismo se percibe como una oportunidad de negocio y se busca una relación comercial con la actividad. Seguidamente, cuando el desarrollo de la actividad va siendo mayor, viene la etapa de la molestia, cuando se comienza a notar cierta saturación de turistas y se evidencia una necesidad de regular la actividad. Por último, cuando el destino ya está masificado y la comunidad local comienza a manifestar su malestar, se ha llegado a la etapa del antagonismo, en la que la imagen del destino se empieza a deteriorar (Brida et al., 2012).

Sin embargo, el modelo de Doxey ha sido criticado por tener un carácter unidireccional que no da lugar a posibles variaciones en las diferentes etapas, y también por presumir una homogeneidad en las actitudes de la población receptora (Monterrubio y Osorio, 2017).

Por otro lado, la *teoría del intercambio social* también es defendida por muchos autores para tratar de explicar las actitudes de los residentes frente al turismo. Según esta teoría, las relaciones sociales, entendidas como transacciones entre individuos, son analizadas desde la perspectiva de los costes y los beneficios percibidos (Royo y Ruiz, 2009). De esta manera, los residentes se mostrarían favorables al desarrollo del turismo en la medida en que consideren que los beneficios percibidos son mayores que los costes derivados de dicho desarrollo (Díaz y Gutiérrez, 2010; Brida et al., 2012; Marrero y Huete, 2013; Monterrubio y Osorio, 2017). Sin embargo, se ha demostrado que ese patrón no siempre se cumple, y que las actitudes y percepciones de la población residente en un destino turístico son cambiantes y heterogéneas.

En este sentido, existe otro modelo más complejo basado en el estudio de las actitudes de la población residente hacia el turismo, la Matriz de actitudes y comportamiento propuesta por Butler en 1974. Este modelo reconoce el carácter heterogéneo de las actitudes y los comportamientos de los residentes, y está basado en una matriz dinámica en la que los residentes pueden ser clasificados como activos o pasivos respecto a su comportamiento hacia el turismo y, a la vez, positivos o negativos atendiendo a sus actitudes hacia el turismo (Wall y Mathieson, 2006). Como resultado de la combinación de diferentes comportamientos y actitudes, el modelo permite identificar distintos niveles de aceptación y de oposición al turismo. En la Tabla 1 se muestra la matriz de actitudes y comportamientos de Butler.

Tabla 1: Matriz de actitudes y comportamientos

|         |          | Comportamiento                                     |                                                                       |
|---------|----------|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
|         |          | Activo                                             | Pasivo                                                                |
| Actitud | Positiva | <b>Favorable</b><br>Promoción y apoyo al turismo   | <b>Favorable</b><br>Aceptación y apoyo parcial al turismo             |
|         | Negativa | <b>Desfavorable</b><br>Oposición activa al turismo | <b>Desfavorable</b><br>Aceptación silenciosa con oposición al turismo |

Fuente: Elaboración propia a partir de Wall y Mathieson (2006).

Según OMT et al. (2018), las investigaciones sobre las actitudes de los residentes hacia el turismo muestran que los impactos positivos más relevantes percibidos por los turistas son: el ambiente más internacional que adquiere la ciudad, la realización de más eventos, una imagen más positiva, la protección de las zonas históricas de la ciudad y la restauración de la arquitectura tradicional; mientras que los impactos más negativos son: el aumento de los precios en la vivienda, en el taxi, en el transporte público, en las tiendas, y en los restaurantes y cafeterías.

## **4.2. Los impactos del turismo en las ciudades**

El aumento en la llegada de turistas a las ciudades provoca impactos socioculturales, ejerce presiones en las infraestructuras, afecta a la movilidad y la congestión, e incrementa el uso de los recursos naturales (OMT et al., 2018). El turismo urbano es el segmento del mercado turístico de mayor crecimiento, y los efectos directos e indirectos a causa de este aumento del número de visitantes puede llegar a causar malestar entre los residentes de algunos destinos turísticos (Postma y Schmuecker, 2017). El término “overtourism” ha sido definido como el impacto del turismo en un destino, o en parte de él, que influencia de manera negativa en la calidad de vida percibida por la comunidad local o en la calidad de la experiencia del visitante (OMT et al., 2018).

Según Troitiño (1998), el turismo puede transformar la realidad urbanística, social y económica y, por ende, la vida en la ciudad. Esas transformaciones son la consecuencia de los impactos generados por la actividad turística, que pueden ser percibidos por la ciudadanía como costes o beneficios. Conocer cómo percibe la población residente los impactos del desarrollo del turismo es necesario para identificar sus preocupaciones y poder llevar a cabo una planificación adecuada del destino (Gutiérrez, 2010).

Según García (2000), los impactos más visibles y apreciados del turismo son los impactos económicos. La llegada de flujos económicos del exterior a través del dinero que los turistas gastan en la ciudad es una fuente de ingresos para la economía local, lo cual podría verse reflejado en mayores beneficios para las empresas (Postma y Schmuecker, 2017), además de la creación de nuevas oportunidades de empleo, de negocio y de inversión (Royo y Ruiz, 2009). El desarrollo del turismo conlleva un desarrollo de las ramas de actividad relacionadas directamente con las necesidades de consumo de los turistas, pero también crea riqueza y empleo de manera indirecta e inducida, debido al efecto multiplicador del turismo, lo que supone una dinamización de los diferentes sectores de la economía en la región (Troitiño, 1998).

Sin embargo, no todas las transformaciones económicas son positivas. El turismo genera un gran impacto en la actividad comercial de los municipios turísticos. El aumento de la demanda provoca un sobredimensionamiento del equipamiento comercial, tanto en cantidad como en diversidad y especialización, todo ello motivado por la demanda estacional y selectiva (Andrés, 1998). Esto puede dar lugar a una inflación general en los precios de los bienes y servicios, afectando de manera negativa a la población local (Gruter, 2013). Además de poder causar una alteración en los hábitos de consumo (Gruter, 2013), el turismo puede

motivar la desaparición de tiendas y servicios tradicionales, que son reemplazadas por tiendas de recuerdos o establecimientos de comida rápida (Troitiño, 1998). Por otro lado, el turismo provoca alteraciones en las tipologías de empleo en el territorio y puede ocasionar la pérdida de empleos tradicionales en favor de los empleos turísticos (Troitiño, 1998), los cuales, a pesar de todo, son considerados en muchas ocasiones como empleos de baja calidad (Santana, 2005).

En lo que respecta a la realidad sociocultural, las transformaciones ocasionadas por el turismo también son notorias. De manera indirecta, los ingresos derivados del turismo pueden contribuir a la creación, mejora o mantenimiento de equipamientos, infraestructuras, servicios públicos, que pueden ser disfrutadas por los residentes (Royo y Ruiz 2009; Postma y Schmuecker, 2017). En las ciudades históricas, esos ingresos también se pueden utilizar para la rehabilitación y conservación de edificios monumentales (Troitiño, 1998). El turismo también puede fortalecer la identidad local y revitalizar las tradiciones locales (Royo y Ruiz 2009), así como favorecer la diversificación de la oferta cultural y de ocio (Troitiño, 1998). Por otro lado, el encuentro y la convivencia con los turistas puede motivar un enriquecimiento social y cultural y dotar de más vida a la ciudad (Postma y Schmuecker, 2017).

Sin embargo, la concentración de los visitantes en zonas de mayor intensidad turística puede provocar una saturación del espacio y aumentar el ruido provocado por las masas de turistas y, como consecuencia, afectar a la calidad de vida del residente y al propio desarrollo del turismo (Troitiño, 1998). Según Gruter (2013), el desarrollo de la actividad provoca también cambios en los usos del suelo y la construcción de infraestructura hotelera concentrada. La autora defiende que el aumento de la densidad de población derivado del turismo conlleva la mayor demanda de recursos y servicios básicos como el agua o la energía, una mayor congestión en el tráfico de vehículos y un deterioro de las condiciones medioambientales. Cuando se supera la capacidad de carga de un destino turístico, se ponen en peligro el equilibrio funcional de la ciudad, la calidad medioambiental y el patrimonio cultural (Troitiño, 1995). En este sentido, la Organización Mundial del Turismo definió la capacidad de carga como el número máximo de personas que pueden visitar un destino turístico sin perjudicar al entorno físico, económico o sociocultural y sin causar un deterioro inaceptable en la satisfacción del visitante (OMT et al., 2018).

El turismo también puede dar lugar a un desplazamiento espacial de la población residente habitual, con un menor perfil económico, por los turistas, con mayores ingresos, en un proceso que se conoce como gentrificación y que ocurre en los centros históricos de importantes destinos turísticos (Hiernaux e Imelda, 2014). Si una vivienda es alquilada para su uso vacacional, en lugar de ser alquilada para su uso residencial, porque el propietario aumenta

así sus ingresos, esto es, sin duda, negativo para los arrendadores regulares y puede ocasionar un despoblamiento (Postma y Schmuecker, 2017). Además, según Exceltur (2015), en las zonas en las que se concentran los turistas alojados en viviendas de alquiler turístico se identifica la desaparición de bares y pequeños comercios locales en beneficio de la aparición de otro tipo de establecimientos comerciales que estandarizan la oferta y terminan perjudicando a la identidad y singularidad del barrio.

El rechazo al turismo en su grado más activo ha aparecido en los últimos años y se le ha denominado como “turismofobia”. Este fenómeno ha tenido una gran repercusión mediática en el caso de Barcelona, donde, según Benach (2009), el casco histórico sufre un proceso de gentrificación, segregación social y turistización del espacio, provocado por la afluencia masiva de turistas y las presiones del mercado inmobiliario. Además, la presión turística generada por la masificación del destino congestiona ciertas zonas de la ciudad, lo cual puede provocar un rechazo al modelo turístico por parte de los residentes que nunca antes había sido manifestado como en los últimos años (López, 2015).

#### **4.3. Desarrollo y evolución del turismo cultural en Sevilla**

Según Sánchez (2006), en la década de 1920, existe en Europa cierta euforia turística, y los primeros organismos españoles para la promoción del turismo, que ya consideraban al turismo como una fuente de ingresos y de prestigio, buscan la divulgación de la riqueza monumental y artística del país. Según el autor, la relevancia económica, política y cultural que el Estado otorga al turismo se ve reflejada en la Exposición Nacional de Turismo y la Exposición Histórica de Sevilla, ambas celebradas en el contexto de la Exposición Iberoamericana de 1929 celebrada en Sevilla. El evento supone, además, un ensanchamiento de la ciudad, la construcción de uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad, como es la Plaza de España, y los jardines de María Luisa, así como la creación de numerosos pabellones con un gran valor arquitectónico.

A partir de la década de los 50, en un intento de apertura al exterior, España comienza a atraer el flujo de turistas procedentes de los países europeos y de los Estados Unidos. Desde entonces, tanto España como Andalucía mantienen una tendencia positiva en cuanto a la llegada de turistas, que continúa hasta la actualidad, salvo en un periodo de crisis a finales de los años ochenta (Blancas y Buitrago, 2005) y otro a finales de la pasada década.

En Andalucía, el turismo comienza a concentrarse en las costas y este rápido desarrollo del turismo de sol y playa deja marginadas a las ciudades históricas como destinos

turísticos. En ese contexto, Sevilla se convierte en un importante destino de un turismo cultural en desarrollo y forma parte de los circuitos que ofertan algunos touroperadores internacionales, que incluyen visitas a las ciudades históricas de Andalucía, Sevilla, Córdoba y Granada, por excelencia. Además, la capital también recibe visitas de uno o dos días por parte de los turistas que vienen a la costa andaluza a veranear (Blancas y Buitrago, 2005).

A finales de la década de los ochenta, el modelo turístico sufre una crisis, debido a la necesidad de mayor calidad y diversidad en la actividad. En Sevilla, la Exposición Universal de 1992 contribuye a remontar esa crisis y permite su consolidación como uno de los principales destinos turísticos del país, gracias a su repercusión internacional, a las nuevas infraestructuras turísticas y a la imagen de ciudad moderna. La ciudad experimenta procesos de renovación urbana, con el reencuentro de la ciudad con la rivera fluvial del Guadalquivir, y se apuesta también por la diversificación e innovación de la oferta turística con la creación de grandes infraestructuras culturales y deportivas (Marchena, 2000). Entre las inversiones para mejorar las comunicaciones de la ciudad con motivo de la Expo del 92, se encuentran la ampliación del aeropuerto de San Pablo, y la conexión de la capital andaluza con la capital española a través de una línea de tren de alta velocidad (Blancas y Buitrago, 2005). Con la Exposición Universal, se persigue, además de la potenciación de la ciudad y la atracción de turismo, un desarrollo tecnológico, de negocios y de servicios de manera general (Marchena 2000).

En los años siguientes, según Blancas y Buitrago (2005), Sevilla sabe aprovechar la repercusión del evento y dar nuevos usos a las infraestructuras creadas. La Isla de la Cartuja seguiría aumentando su valor con la creación del Parque Tecnológico y Cultural de la Cartuja y el parque temático de Isla Mágica.

Según Expósito y Sánchez (2002), el crecimiento de la llegada de turistas a Sevilla en las décadas de 1980 y 1990 se puede explicar con el impulso recibido al ser designada capital de la comunidad autónoma en 1982 y por haber sido sede de la Exposición Universal de 1992. Sin embargo, los autores no hacen ninguna referencia a la relevancia internacional que adquiere en aquel momento el conjunto histórico y monumental formado por la Catedral de Sevilla, el Real Alcázar y el Archivo de Indias al ser declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1987.

En Sevilla se pueden destacar unos valores diferenciales desde el punto de vista turístico, como la concentración de recursos y equipamientos turísticos singulares, un calendario de actividades y eventos importantes, la concentración de una cualificada y diversa oferta hotelera y gastronómica, así como una demanda turística importante, motivada por el ocio y la cultura,



y una serie de agentes públicos y privados que son muy competitivos (Marchena y Repiso, 1999).

Uno de los motivos por el cual la evolución de la demanda turística se orienta hacia las ciudades es la fragmentación de los tiempos vacacionales. En la actualidad, los desplazamientos de corta duración prevalecen sobre las estancias más duraderas, que solían orientarse a los destinos de costa o montaña. Este turismo urbano encuentra su razón de ser, en la mayoría de los casos, en el aprovechamiento del patrimonio cultural de las ciudades (Hiernaux e Imelda, 2014).

En Sevilla, los principales monumentos históricos que atraen a los visitantes han sido restaurados o se encuentran actualmente en proceso de restauración. Han sido intervenidos la Torre del Oro, el Archivo de Indias, el Real Alcázar y la Catedral de Sevilla, además de iglesias como la del Salvador o la de Santa Catalina, entre otras.

El patrimonio cultural es una de las atracciones más importantes para los turistas nacionales e internacionales, y el turismo cultural es una de las tipologías más potentes y de más rápido desarrollo en la industria turística global, debido a que los turistas están cada vez más interesados en actividades y experiencias culturales y el número creciente de turistas tiene mayores oportunidades y recursos para viajar a este tipo de destinos (Turker, 2013).

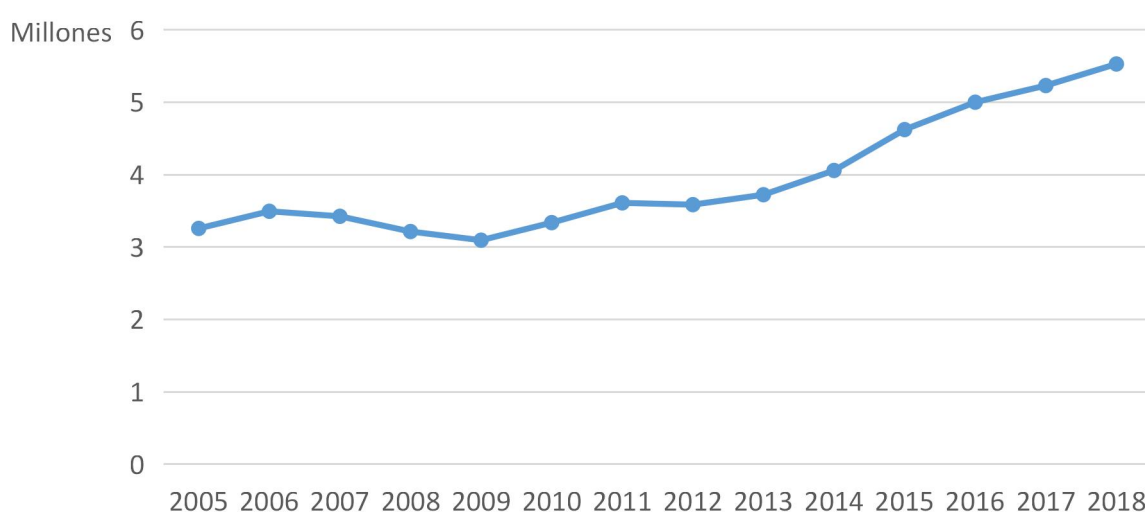
Tanto el patrimonio cultural como la sostenibilidad están en la agenda de la Organización Mundial del Turismo desde la década de 1970, y en este sentido, según Hiernaux e Imelda (2014), algunos gobiernos locales deciden llevar a cabo acciones de mejora en los centros históricos de las ciudades, bien invirtiendo en el patrimonio arquitectónico y los espacios públicos o bien con programas de recuperación de edificios para convertirlos en alojamientos o centros culturales. Sin embargo, la reconversión de edificios históricos como hoteles no siempre cuenta con el apoyo de la población local. En 2000, parte de la Casa Palacio del Pumarejo<sup>1</sup> fue comprada con el objetivo de convertirla en un hotel de lujo. Este hecho provocó una serie de movilizaciones y la creación de una plataforma que defendía el mantenimiento de los diferentes usos sociales, comerciales y habitacionales que tenían lugar en la misma. En 2003, fue declarada como Bien de Interés Cultural y se paralizó su privatización para que, seis años más tarde, pase a manos del Ayuntamiento. En la actualidad, la casa palacio es gestionada por la Asociación Casa del Pumarejo y mantiene su centro vecinal en el que se celebran eventos sociales y culturales y se lucha por los derechos de los vecinos.

---

<sup>1</sup><http://www.pumarejo.es/es/content/paginas/quienes-somos> (último acceso: 14 de octubre de 2018).

En 2007, según muestra la Diputación de Sevilla en su portal estadístico<sup>2</sup>, en la capital había 463 establecimientos hoteleros (hostales, pensiones, apartamentos, hoteles y hoteles-apartamento), con un total de 27.469 plazas. En la capital andaluza, según los datos del INE<sup>3</sup> las pernoctaciones han aumentado en más de un 69% en el periodo que va de 2009 a 2017, con un total de 5,2 millones de pernoctaciones en ese último año. Según el Consorcio de Turismo de Sevilla<sup>4</sup>, la actividad turística representa el 17% del PIB de la ciudad. En el Gráfico 1 se muestra la evolución de las pernoctaciones en Sevilla desde 2005.

Gráfico 1: Evolución de las pernoctaciones en Sevilla desde 2005



Fuente: Elaboración propia a partir del INE.

Como se ha visto en el capítulo anterior, existe un riesgo de saturación en los destinos turísticos, debido a los efectos negativos que puede ocasionar una elevada presión turística sobre la calidad de vida de la población local, sobre el medio ambiente o sobre la propia actividad turística (Fernández-Latorre y Díaz, 2011). En lo que respecta al número de visitantes que llegan a Sevilla desde 2009, se ha incrementado en un 57%, siendo la cifra correspondiente a 2017 de 2,6 millones de turistas. En el Gráfico 2 se muestra la evolución del

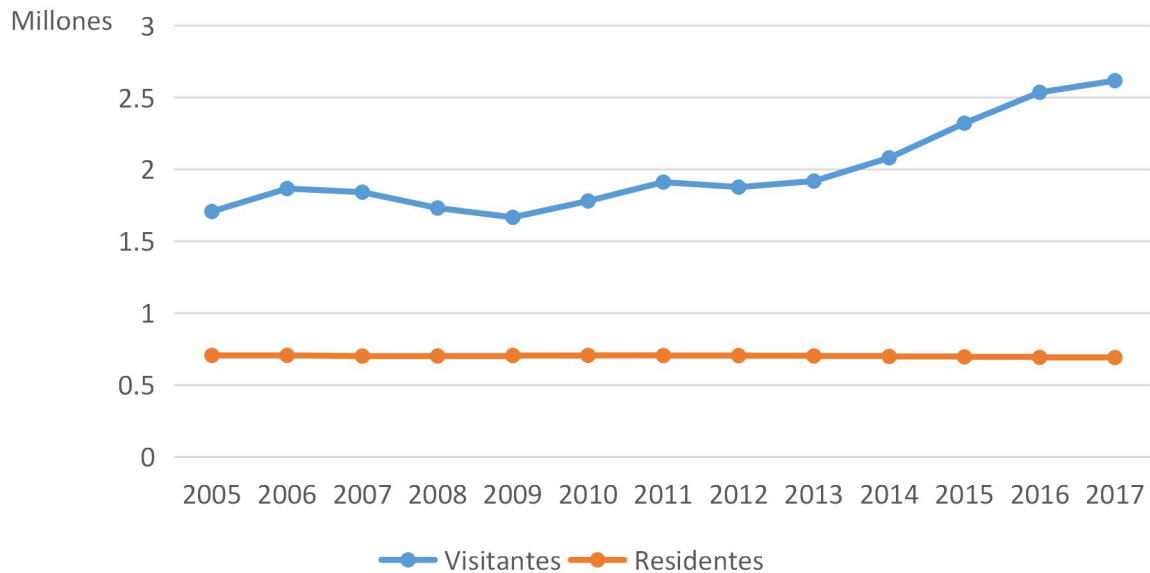
<sup>2</sup><http://portalestadistico.dipusevilla.es/portalestadistico/provinciapuebloapueblo/fichamunicipal.html?clave=41091> (último acceso: 29 de julio de 2018).

<sup>3</sup><http://www.ine.es/inebmenu/indiceAZ.htm> (último acceso: 21 de agosto de 2018).

<sup>4</sup>[https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-turismo-genera-17-por-ciento-riqueza-sevilla-cinco-puntos-mas-espana-201708122121\\_noticia.html](https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-turismo-genera-17-por-ciento-riqueza-sevilla-cinco-puntos-mas-espana-201708122121_noticia.html) (último acceso: 29 de julio de 2018).

número de visitantes que recibe Sevilla desde 2005 y se compara con el número de habitantes de la ciudad en el mismo periodo.

Gráfico 2: Comparación de la evolución del número de visitantes frente a la de los residentes



Fuente: Elaboración propia a partir del INE.

Entendiendo la presión turística como el número de visitantes que llega a un destino por cada residente que forma parte de la comunidad receptora, Sevilla es el segundo destino urbano del país con mayor presión turística, con 3,8 turistas por cada habitante a lo largo del año, por detrás de Barcelona, con 4,7, y por delante de Madrid, con 2,9. Esta información ha sido calculada a partir de los datos del INE correspondientes a 2017, y sin tener en cuenta los destinos españoles de costa. En la Tabla 2 se muestra la evolución de la presión turística en Sevilla desde el año 2005.

Tabla 2: Presión turística en la ciudad de Sevilla

| Año  | Visitantes | Residentes | Presión turística |
|------|------------|------------|-------------------|
| 2005 | 1.705.586  | 704.154    | 2,4               |
| 2006 | 1.865.230  | 704.414    | 2,6               |
| 2007 | 1.840.141  | 699.145    | 2,6               |
| 2008 | 1.729.940  | 699.759    | 2,5               |
| 2009 | 1.665.199  | 703.206    | 2,4               |
| 2010 | 1.778.972  | 704.198    | 2,5               |
| 2011 | 1.910.228  | 703.021    | 2,7               |
| 2012 | 1.875.375  | 702.355    | 2,7               |
| 2013 | 1.917.223  | 700.169    | 2,7               |
| 2014 | 2.079.142  | 696.676    | 3,0               |
| 2015 | 2.320.078  | 693.878    | 3,3               |
| 2016 | 2.534.961  | 690.566    | 3,7               |
| 2017 | 2.616.191  | 689.434    | 3,8               |

Fuente: Elaboración propia a partir del INE.

El barómetro socioeconómico realizado en junio de 2018 por la Fundación Cámara de Comercio de Sevilla y el Centro Andaluz de Prospectiva<sup>5</sup>, indica que el 79,8% de los sevillanos no ve influenciada su vida cotidiana por el turismo, mientras que un 15,4% afirma que lo hace favorablemente, y un 4,8% reconoce que le influye de manera desfavorable. Por otro lado, ante la afirmación “los beneficios del turismo para la ciudad compensan los posibles impactos negativos o perjuicios”, un 77,9% de los sevillanos se mostraban de acuerdo, mientras que un 10,9% estaba en desacuerdo con dicha afirmación.

Según la redacción de El Diario de Sevilla<sup>6</sup>, en referencia al mismo barómetro realizado en junio de 2017, Juan Manuel Muñoz Pichardo, jefe de Área de Investigación del Centro

<sup>5</sup><https://camaradesevilla.com/wp-content/uploads/2018/07/Bar%C3%B3metro-Sevilla-Julio-2018-Prese%ntaci%C3%B3n-17-07-2018.pdf> (último acceso: 29 de julio de 2018).

<sup>6</sup>[https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Respaldo-sevillanos-actividad-turistica-ciudad\\_0\\_1156085004.html](https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Respaldo-sevillanos-actividad-turistica-ciudad_0_1156085004.html) (último acceso: 29 de julio de 2018).

Andaluz de Prospectiva, rechazó hacer públicos los datos diferenciados por distritos, alegando que los valores eran muy similares entre sí en los distintos distritos.

Sin embargo, como se ha señalado en el primer capítulo del marco teórico, la distancia de la zona de residencia al centro de atracción turística puede influir en la percepción que pueda tener un ciudadano sobre la actividad turística. En este sentido, sería interesante conocer estos datos en los diferentes distritos de la ciudad, pero éstos no están publicados, a diferencia de otros datos referentes a otros ámbitos de estudio del barómetro.

Según Javier Hernández-Ramírez<sup>7</sup>, Antropólogo de la Universidad de Sevilla, el éxito en el turismo no está relacionado con el número de turistas, y defiende que el modelo turístico debe ser capaz de conciliar el derecho al negocio turístico con el derecho a la ciudad que tiene la población local. Afirmar, además, que en las zonas más turísticas de Sevilla todas las acciones van encaminadas al crecimiento del turismo y que son escasas las intervenciones que se hacen en favor de los residentes en esos barrios.

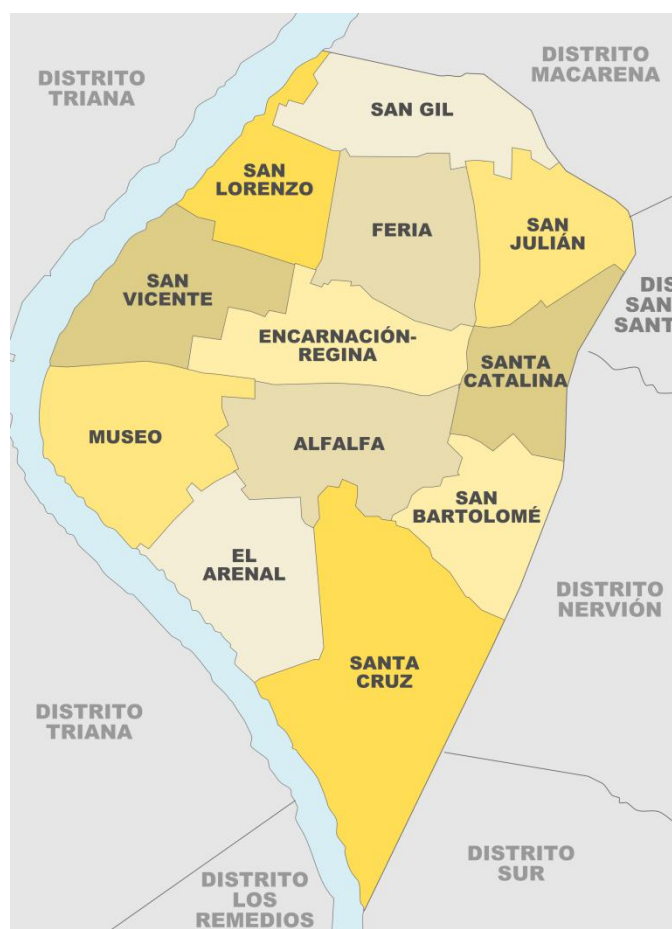
La zona más visitada por los turistas es, por excelencia, el Distrito Casco Antiguo. En un destino de turismo cultural como es Sevilla los recursos que atraen la atención de los visitantes se concentran en el casco histórico. A pesar de los esfuerzos que tratan de descongestionar la actividad turística y repartir los flujos de visitantes por otras partes de la ciudad, las principales demandas siguen siendo los hitos históricos y monumentales de Sevilla, junto al romanticismo de recorrer sus calles medievales, las visitas a los museos y el interés por la gastronomía y el mundo del flamenco. La Imagen 1 muestra la delimitación del Casco Antiguo, así como la de los barrios que lo componen.

---

<sup>7</sup> <http://elcorreoweb.es/sevilla/y-si-el-numero-de-turistas-no-fuera-la-medida-del-exito-CY2230325>

(último acceso: 29 de julio de 2018).

Imagen 1: Barrios del distrito Casco Antiguo



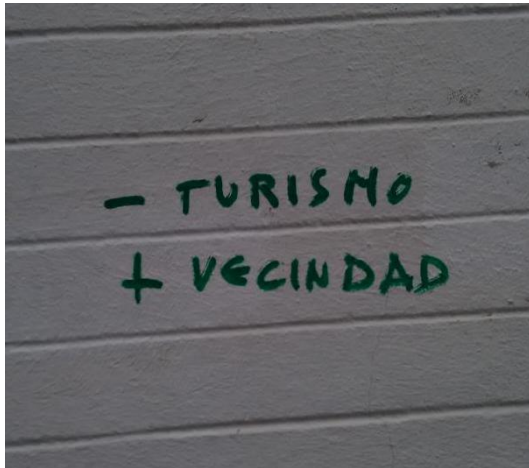
Fuente: Wikimedia Commons. Elaborado por Tyk<sup>8</sup>.

Aunque las manifestaciones de rechazo al turismo en la vía pública en forma de pintadas no es algo común en la ciudad de Sevilla, durante el trabajo de campo hemos podido observar algunas de estas manifestaciones, las cuales se muestran en las Imágenes 2 y 3.

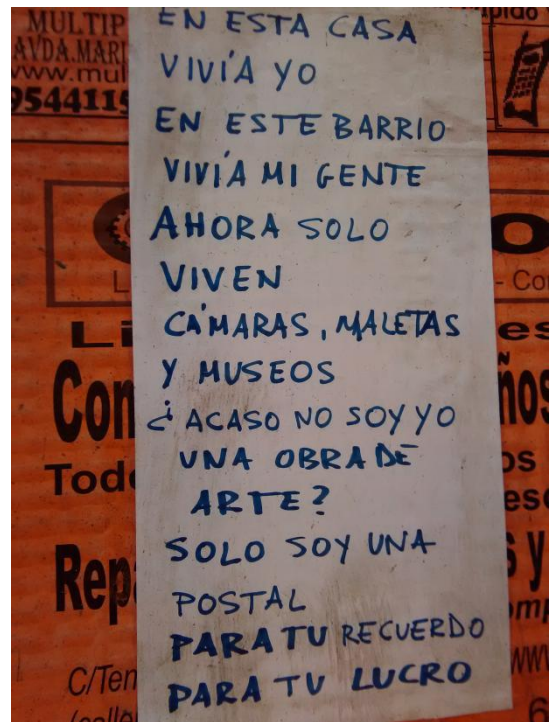
---

<sup>8</sup> El archivo se encuentra bajo la licencia Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported. La imagen no ha sido modificada. Disponible online en: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Barrios\\_de\\_Casco\\_Antiguo\\_Sevilla.svg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Barrios_de_Casco_Antiguo_Sevilla.svg) (último acceso: 14 de octubre de 2018).

Imágenes 2 y 3: Manifestaciones de rechazo al turismo en la vía pública encontradas en el Casco Antiguo de Sevilla en Calle San Luis (izquierda) y Calle Enladrillada (derecha)



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

En los epígrafes siguientes se hace una revisión más detallada de los fenómenos concretos a los que se le ha dado una especial importancia en este trabajo debido a su relación directa con las hipótesis planteadas. Además, se hará referencia a las especificidades del problema en cuestión en el caso de Sevilla y de su Casco Antiguo.

#### 4.4. El empleo turístico

Existe un gran consenso en que el turismo contribuye al bienestar de las comunidades en las que se desarrolla en cuanto aporta crecimiento en el PIB y crea oportunidades de trabajo (Santana, 2005). Muchos analistas entienden esta capacidad generadora de empleo como una palanca que puede revertir las tendencias negativas de paro. Las orientaciones económicas del ocio y los servicios se consideran vías para la creación de puestos de trabajo, en lo que se conoce como los nuevos yacimientos de empleo (Andrés, 1998).

El enfoque que se le suele dar a los logros del turismo hace que solo se tenga en cuenta el número de empleos creados, sin valorar la calidad de los mismos. Algunos autores

son críticos con este enfoque y consideran que muchos de los empleos generados por el turismo son de baja calidad, es decir, inestables y mal remunerados (Santana, 2005).

Arroyo y Gutiérrez (2006) describen las variables cuantitativas y cualitativas que caracterizan la mano de obra del sector hotelero. Entre las variables cuantitativas, destacan el número de empleos creados, diferenciando entre empleos directos y empleos indirectos; la jornada laboral, haciendo hincapié en la irregularidad de las mismas, la existencia de los turnos y la necesidad de trabajar durante las festividades; el nivel de cualificación, generalmente bajo; el nivel de ingresos, también bajo; y la temporalidad y el tipo de contratación, que conllevan la estacionalidad y la inestabilidad del empleo con contratos temporales y eventuales. Por otro lado, entre las variables cualitativas, podemos señalar la importancia de la selección de personal, donde cuestionan la existencia de un perfil requerido o unos criterios específicos de selección; la migración a las zonas turísticas para ocupar estos puestos de trabajo; y la rotación, generada por abandonos o despidos.

Marrero y Huete (2009) consideran al mercado laboral turístico como un espacio laboral débil, debido a la falta de especificidad en los estándares de contratación y en los criterios de promoción, las múltiples puertas de entrada, la escasez de habilidades específicas requeridas, la ausencia de formación continua, la debilidad sindical, o los roles y responsabilidades flexibles.

En Sevilla, en 2014, la capacidad del sector turístico para generar empleo era inferior a la media en Andalucía. Mientras que en Sevilla se creaban 8,6 empleos por cada millón de euros invertido, en el conjunto de la Comunidad Autónoma se creaban 13,8 empleos por cada millón invertido<sup>9</sup>.

Andrés (1998) habla de la importancia del empleo femenino en la industria turística y Albarracín y Castellanos (2013) indican que las funciones que guardan una relación con las tareas domésticas suelen ser desempeñadas por mujeres y reconocen que los empleos femeninos son tradicionalmente remunerados en menor medida.

En relación con lo anterior, merece una especial atención el caso de “Las Kellys”<sup>10</sup>, una asociación de camareras de piso creada en 2016 y que cuenta con varios grupos territoriales repartidos por todo el país. “Las que limpian”, de ahí viene su nombre, empezaron a organizarse en 2014, compartiendo sus experiencias en redes sociales, hasta que comenzaron

---

<sup>9</sup> [https://www.diariodesevilla.es/sevilla/TurismoLas-caras-moneda\\_0\\_1127887821.html](https://www.diariodesevilla.es/sevilla/TurismoLas-caras-moneda_0_1127887821.html) (último acceso: 29 de julio de 2018).

<sup>10</sup> <https://laskellys.wordpress.com/> (último acceso: 10 de noviembre de 2018).



a luchar unidas por sus derechos. Entre sus reivindicaciones están las de acabar con la externalización, el cumplimiento de unos estándares laborales de calidad, el establecimiento de límites a la carga de trabajo, el reconocimiento de enfermedades relacionadas con su trabajo profesional y la posibilidad de una jubilación anticipada que reconozca su trabajo.

En el verano de 2018 fueron despedidas en Sevilla ocho camareras de piso<sup>11</sup> de un Hotel Barceló. La empresa externa encargada de la limpieza las echó sin dar explicaciones y sin compensación económica alguna. Seguidamente, convocaron protestas a las puertas del hotel contra la precariedad laboral por la externalización, el incumplimiento de las garantías de estabilidad y la adecuación de los salarios que contempla el convenio.

#### **4.5. El turismo y la ocupación de los espacios**

El turismo siempre ha sido un consumidor del espacio. La construcción de hoteles, la privatización de espacios públicos, la proliferación de terrazas y la congestión en algunos lugares de los barrios más turísticos, debido a las masas de los grupos de visitantes, han hecho que el turismo haya ido ganando terreno en los principales destinos turísticos.

Hasta 1992, el Patio de los Naranjos de la Catedral de Sevilla era un espacio de uso público. En ese año, la Catedral se convirtió en el lugar de exposición de la Magna Hispalensis y, desde entonces, el Patio de los Naranjos dejó de ser un espacio público. Según Hernández-Ramírez<sup>12</sup>, el paradigma de la museificación en Sevilla es el Patio de los Naranjos. El antropólogo señala que el patio siempre había sido un espacio social y aunque fuera un lugar turístico era también de uso cotidiano por los residentes y un lugar con mucha vida. Asegura que es el ejemplo de una mala gestión del patrimonio y que no se puede separar a la gente del mismo.

El Colegio Oficial de Arquitectos de Sevilla<sup>13</sup> llevó a cabo un proyecto, en el marco de la XVII semana de la Arquitectura de Sevilla, con el objetivo de iniciar una conversación abierta con la sociedad en torno al espacio público y su impacto en las experiencias cotidianas. El proyecto, llamado faq\* (Preguntas Frecuentes), consistía en la exposición urbana de

---

<sup>11</sup><https://www.elsaltodiario.com/las-kellys/andalucia-kellys-sevilla-hotel-barcelo-readmision-ocho-despedidas-convenio> (último acceso: 4 de noviembre de 2018).

<sup>12</sup><http://elcorreoweb.es/sevilla/y-si-el-numero-de-turistas-no-fuera-la-medida-del-exito-CY2230325> (último acceso: 29 de julio de 2018).

<sup>13</sup><http://actualidad.coasevilla.org/faq-preguntas-frecuentes-muy-pronto-en-sevilla/> (último acceso: 2 de noviembre de 2018).

diferentes cuestiones planteadas por una treintena de arquitectos y arquitectas sobre la ciudad de Sevilla, entre los días 29 de octubre y 12 de noviembre de 2018 en diferentes puntos de la ciudad, incluidas varias plazas del Casco Antiguo.

En lo que respecta al turismo, se plantearon cuestiones como: la conciliación del uso del espacio público y la movilidad los días en los que 50.000 personas acuden a un partido de fútbol, planteada por Ignacio Pastor; la apropiación por parte de la Iglesia del Patio de los Naranjos, un espacio público que fue de libre acceso y pasó a ser privatizado y mercantilizado, planteada por Guillermo Vázquez; la privacidad de 1.150 asientos de los 1.300 que hay en un espacio público e histórico como la Alameda de Hércules, planteada por Rocío F. Soler; o la compatibilidad de un modelo turístico en el que los espacios públicos se han convertido en lugares para consumir y fotografiar con la apuesta por la convivencia social y el empoderamiento de la comunidad local, considerando que el equilibrio entre la vida de barrio y la productividad es uno de los nuevos retos de una ciudad global como Sevilla, planteada por Javier Martínez. En la Imagen 4 se muestran algunos de esos expositores en un lugar muy turístico del Casco Antiguo.

Imagen 4: Expositores con “Preguntas Frecuentes” en la Plaza de la Encarnación de Sevilla



Fuente: Elaboración propia.

También cabe destacar la situación que se vive en la Antigua Fábrica de Tabacos de Sevilla<sup>14</sup>, un edificio con un gran valor arquitectónico que, además de ser un Bien de Interés Cultural con categoría de Monumento Histórico, es también el lugar donde se encuentran las facultades de Filología y Geografía e Historia de la Universidad de Sevilla. La convivencia entre el uso académico y turístico en este lugar se hace complicada y los estudiantes denuncian las dificultades de tránsito que sufren, el acceso de los visitantes a zonas de estudio y la gran presencia de grupos. Se hace necesaria una gestión que permita la compatibilidad de estos dos usos, puesto que la declaración como BIC obliga a la apertura al público del Monumento.

#### **4.6. El turismo y la vivienda**

En los últimos años, estamos siendo testigos del rápido ascenso del número de viviendas de alquiler que ofrecen un servicio de alojamiento turístico y que son comercializadas a través de plataformas Peer to Peer (P2P) que facilitan el contacto entre los propietarios y los turistas.

Según Exceltur (2015), estudiar y regular este fenómeno es uno de los mayores retos al que se enfrenta el sector, ya que, además de estar creciendo de manera exponencial, tiene un carácter global, estando presente en los destinos más importantes del mundo y teniendo, en muchos casos, consecuencias negativas.

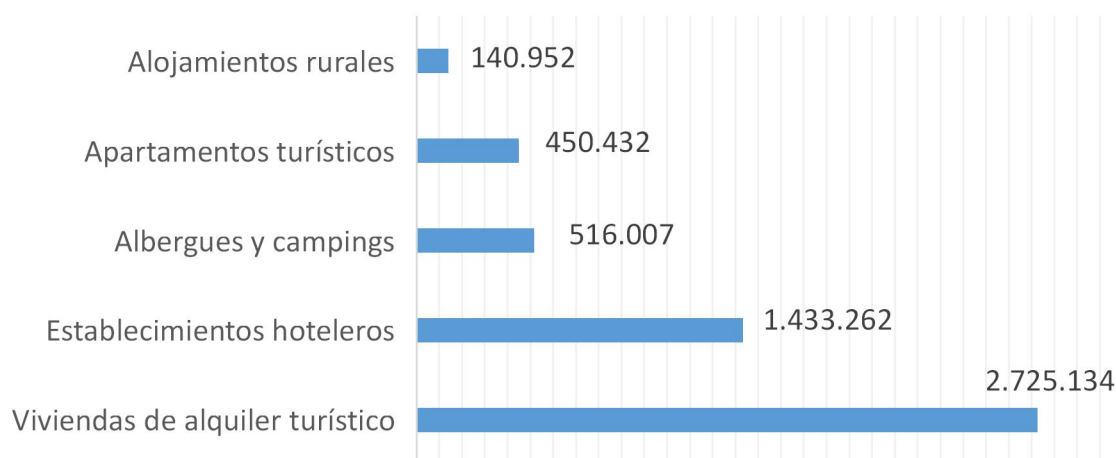
Desde la aparición y la penetración en el mercado turístico de las plataformas que comercializan este tipo de alojamientos, el número de turistas extranjeros que deciden alojarse en viviendas turísticas ha aumentado de manera considerable. En el periodo que va de 2010 a 2014 ha crecido un 59,7%, pasando de ser algo más de 4 millones y medio a ser casi 7 millones y medio los turistas extranjeros alojados en viviendas de alquiler (Exceltur, 2015).

En lo que respecta a la oferta, el número de camas que se ofertan en viviendas de alquiler turístico en España es superior al del total de los alojamientos tradicionales y casi duplica al número de camas en establecimientos hoteleros, según datos correspondientes a 2014 (Exceltur, 2015). En el Gráfico 3 se muestra la distribución de las plazas de alojamiento atendiendo a las diferentes tipologías.

---

<sup>14</sup>[https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Universidad-Sevilla-exceso-turistas-Rectorado-fabrica-tabacos\\_0\\_1295870907.html](https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Universidad-Sevilla-exceso-turistas-Rectorado-fabrica-tabacos_0_1295870907.html) (último acceso: 2 de noviembre de 2018).

Gráfico 3: Distribución del número de camas según tipología de alojamiento en 2014



Fuente: Elaboración propia a partir de Exceltur (2015).

Según el presidente de la Asociación de Viviendas Turísticas y Vacacionales de Andalucía (APARTSUR), Hilario Echevarría, el 40% de los turistas que visitan Sevilla pernocta en viviendas o apartamentos turísticos, otro 40% lo hace en hoteles, mientras que un 10% se queda en casas de amigos<sup>15</sup>.

En Sevilla, la capacidad alojativa en las viviendas de alquiler para turistas representa el 45% del total de plazas de alojamiento de la ciudad, el número de camas publicadas en plataformas P2P en los primeros meses de 2015 era de 18.907, mientras que las plazas en alojamientos tradicionales era de 23.360 (Exceltur, 2015).

La Empresa Municipal de Vivienda, Suelo y Equipamiento de Sevilla S.A. estima que, en el primer trimestre de 2017, el número de viviendas inscritas en el Registro Andaluz de Turismo localizadas en Sevilla era de 1.495, mientras que en el cuarto trimestre del mismo año la cifra ascendió hasta las 2.301 viviendas, lo que supone un aumento del 53,9% en un solo año (EMVISESA, 2018).

Después de estudiar las diferentes plataformas en las que se anuncian este tipo de viviendas, EMVISESA (2018) estima que, en el último trimestre de 2017, había un total de 11.475 viviendas destinadas al alquiler turístico en Sevilla, lo que implicaría que una gran mayoría de esas viviendas no están legalmente registradas.

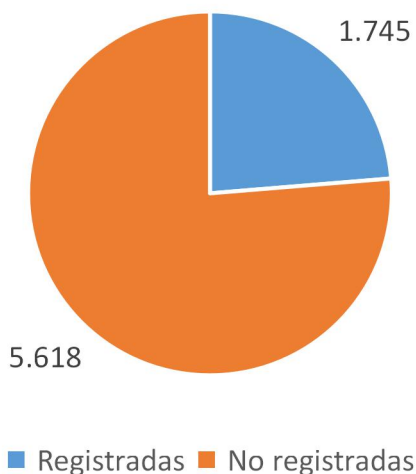
<sup>15</sup>[https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Boom-viviendas-turisticas-Sevilla-alternativa\\_0\\_1120088591.html](https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Boom-viviendas-turisticas-Sevilla-alternativa_0_1120088591.html) (último acceso: 29 de julio de 2018).

Entre enero y junio de 2018<sup>16</sup>, en Sevilla se han alojado en pisos turísticos 133.331 viajeros, lo que supone un crecimiento respecto al mismo periodo del ejercicio anterior del 41%, un porcentaje mucho más elevado que el registrado en los hoteles, que fue sólo del 0,41%. En cuanto a las pernoctaciones, éstas se han incrementado un 39,12% en los apartamentos, mientras que en los hoteles la subida sólo ha sido del 2,10%.

Según Exceltur (2015), estas viviendas destinadas al alquiler turístico suelen estar concentradas en las zonas más turísticas de los destinos. En el caso de Sevilla, estiman que el 77% de las plazas en este tipo de alojamientos se encuentran en el Distrito Casco Antiguo. Por otro lado, EMVISESA (2018) estima que alrededor de un 65% de las viviendas con fines turísticos que se encuentran en Sevilla pertenecen al Distrito Casco Antiguo.

Como se ha visto con anterioridad, la gran mayoría de las viviendas de alquiler turístico en Sevilla no están registradas legalmente. En el Distrito Casco Antiguo ocurre lo mismo, en el Gráfico 4 se muestra la distribución de las viviendas de uso turístico atendiendo a su situación legal.

Gráfico 4: Situación legal de las viviendas con finalidad turística situadas en el Casco Antiguo



Fuente: Elaboración propia a partir de EMVISESA (2018).

En cuanto a la presión turística en dicho distrito, Exceltur (2015) estima que existen 244 plazas en viviendas de uso turístico por cada 1.000 habitantes y 0,14 viviendas de este tipo por

<sup>16</sup>[https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Lejos-saturacion-turistica\\_0\\_1166883665.html](https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Lejos-saturacion-turistica_0_1166883665.html) (último acceso: 29 de julio de 2018).

cada 10 viviendas. Sin embargo, para EMVISESA (2018) la situación es aún más grave y estima que en el Distrito Casco Antiguo de Sevilla más del 21% del total de las viviendas están destinadas al uso turístico, siendo los barrios del Casco Antiguo con mayor presión turística el de la Alfalfa, con un 34,2%, y el de Santa Cruz, con casi un 42,9%. El siguiente distrito con más “presión turística residencial” es el de Triana, con un 5% de las viviendas, según sus estimaciones. En la Tabla 3 se muestra la presión turística residencial en cada uno de los distritos de la ciudad de Sevilla.

Tabla 3: Presión turística residencial en los distritos de Sevilla

| <b>Distrito</b>              | <b>Presión turística residencial (%)</b> |
|------------------------------|------------------------------------------|
| Casco Antiguo                | 21,46                                    |
| Triana                       | 5,01                                     |
| Los Remedios                 | 2,71                                     |
| Nervión                      | 2,46                                     |
| Macarena                     | 1,62                                     |
| San Pablo - Santa Justa      | 1,26                                     |
| Bellavista - La Palmera      | 1,25                                     |
| Sur                          | 1,15                                     |
| Norte                        | 0,41                                     |
| Cerro - Amate                | 0,36                                     |
| Este                         | 0,26                                     |
| Término Municipal de Sevilla | 3,58                                     |

Fuente: Elaboración propia a partir de EMVISESA (2018).

Los datos anteriores demuestran el nivel de concentración de este tipo de alojamientos en el Casco Antiguo de Sevilla. En la Tabla 4 se muestra la presión turística residencial en cada uno de los barrios que componen dicho distrito.

Tabla 4: Presión turística residencial en los barrios del Casco Antiguo

| <b>Barrio</b>        | <b>Presión turística residencial (%)</b> |
|----------------------|------------------------------------------|
| Santa Cruz           | 42,94                                    |
| Alfalfa              | 34,23                                    |
| Feria                | 27,99                                    |
| San Bartolomé        | 27,53                                    |
| Arenal               | 26,63                                    |
| Encarnación - Regina | 22,59                                    |
| San Lorenzo          | 18,80                                    |
| San Gil              | 16,04                                    |
| San Vicente          | 15,54                                    |
| San Julian           | 15,28                                    |
| Santa Catalina       | 14,95                                    |
| Museo                | 11,39                                    |

Fuente: Elaboración propia a partir de EMVISESA (2018).

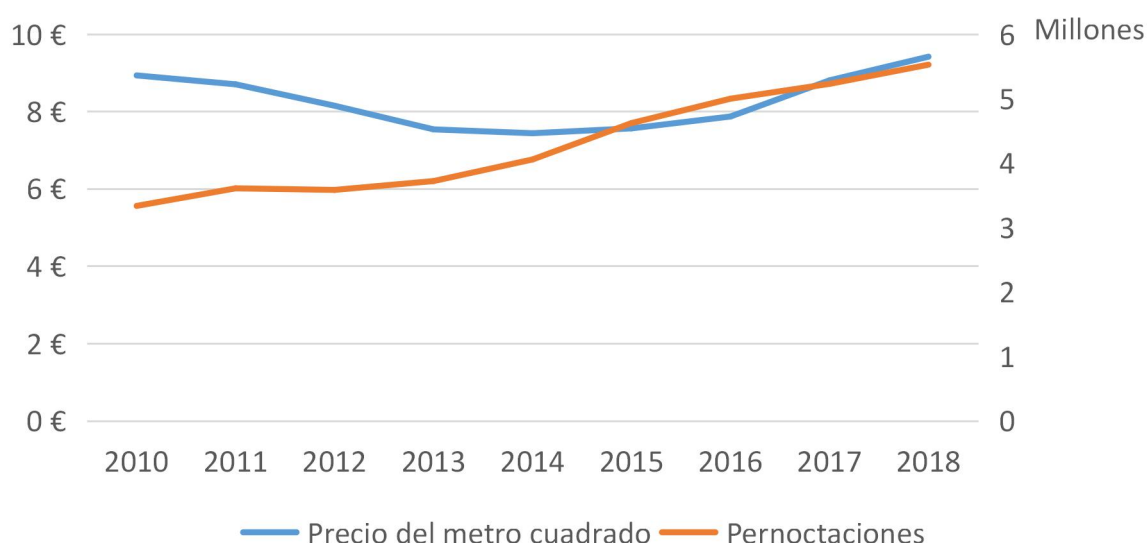
En todas estas estimaciones hay que tener en cuenta que, en muchos casos, la vivienda tiene simultáneamente un uso residencial y un uso turístico, alquilando alguna habitación del inmueble. Según la empresa municipal, menos del 70% de estas viviendas se alquilan completas con este fin. También se debe tener en cuenta que estas viviendas no tienen finalidad turística durante todos los meses del año. Se estima que no llega al 35% las viviendas de este tipo que se alquilan durante más de diez meses al año (EMVISESA, 2018).

La fuerte presencia de esta oferta de viviendas turísticas provoca en los barrios turísticos una mayor congestión ciudadana derivada de la población flotante que supone la visita temporal de los turistas. En el Distrito Casco Antiguo de Sevilla, esta población flotante asciende a 16.180 visitantes alojados en viviendas de alquiler. Esta población provoca una mayor carga de tráfico, debido a la intensa movilidad que caracteriza al turista además de provocar la pérdida de población residente habitual en la zona, lo que debilita los elementos que identifican la vida de barrio (Exceltur, 2015).

Antonio Muñoz, concejal delegado de Hábitat Urbano, Cultura y Turismo de Sevilla<sup>17</sup> ha dicho sobre las viviendas con fines turísticos que *"aunque no es un problema que tenga Sevilla ahora de manera importante, hay que establecer medidas que puedan mitigar el posible rechazo vecinal en algunas zonas de la ciudad, extremando las acciones ante la oferta de pisos turísticos ilegal"*.

La razón por la que un propietario elige alquilar su piso “por noches” a turistas, en lugar de arrendarlo por varios meses a familias, trabajadores o estudiantes, es sencillamente porque es mucho más rentable, pudiendo llegar a duplicar y triplicar los beneficios. La mayor rentabilidad que ofrecen el alquiler de estas viviendas para estancias cortas está generando un aumento del valor de estos inmuebles, lo que se refleja en un aumento en los precios de venta y alquiler en los barrios más turísticos de los principales destinos de España (Exceltur, 2015). En el Gráfico 5 se hace una comparación de la evolución del precio del alquiler del metro cuadrado en Sevilla con la evolución de las pernoctaciones en la ciudad.

Gráfico 5: Comparación de la evolución del precio del alquiler con las pernoctaciones en Sevilla



Fuente: Elaboración propia a partir de Idealista e INE.

En Sevilla, el Distrito Casco Antiguo es uno de los distritos que más población está perdiendo y EMVISESA (2018) considera que esto se puede deber a un despoblamiento a

<sup>17</sup>[https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Ampliar-turistica-Triana-Plan-Turistico\\_0\\_1220878582.html#](https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Ampliar-turistica-Triana-Plan-Turistico_0_1220878582.html#) (último acceso: 5 de agosto de 2018).



causa de la gentrificación y del aumento de las viviendas que se destinan a un uso turístico. Además, la empresa municipal de vivienda asegura que el fenómeno turístico puede inducir al aumento del precio de la vivienda de manera desproporcionada, afectar a la disponibilidad de vivienda, y dar lugar al despoblamiento de los barrios donde el turismo se intensifique, y concluye con que estos cambios masivos en el uso de la vivienda pueden afectar de manera negativa al funcionamiento del ecosistema urbano. En la Tabla 5 se muestra la evolución de la población residente en el Casco Antiguo de Sevilla comparada con la del total del municipio y se puede observar cómo disminuye en los últimos años.

Tabla 5: Evolución de la población residente en el Distrito Casco Antiguo

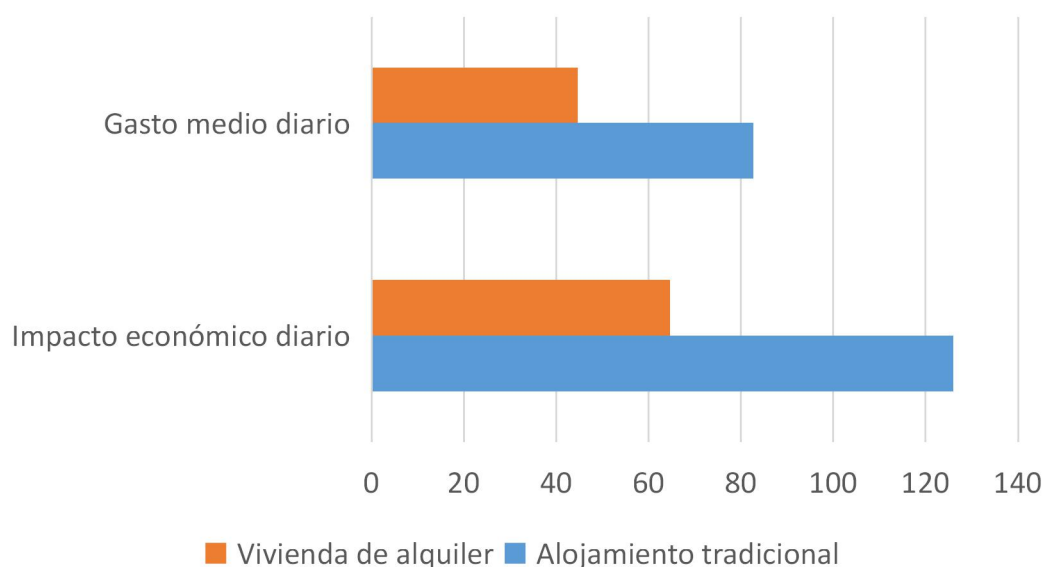
| <b>Año</b> | <b>Población Casco Antiguo</b> | <b>Variación (%)</b> | <b>Población Sevilla</b> | <b>Variación (%)</b> |
|------------|--------------------------------|----------------------|--------------------------|----------------------|
| 2012       | 60.437                         | -                    | 702.355                  | -                    |
| 2013       | 60.078                         | -0,59                | 700.169                  | -0,31                |
| 2014       | 59.721                         | -0,59                | 696.676                  | -0,50                |
| 2015       | 59.277                         | -0,74                | 693.878                  | -0,40                |
| 2016       | 59.081                         | -0,33                | 690.566                  | -0,48                |
| 2017       | 58.951                         | -0,22                | 689.434                  | -0,16                |
| 2018       | 58.693                         | -0,44                | No disponible            | -                    |

Fuente: Elaboración propia a partir del Servicio de Estadística del Ayuntamiento de Sevilla<sup>18</sup> y del INE.

Sin embargo, este no es el único aspecto negativo que se puede destacar de este fenómeno. El gasto medio del turista que se aloja en viviendas de alquiler es bastante inferior al gasto medio del turista alojado en los establecimientos tradicionales. En Sevilla, el primero gasta una media de 44,7 euros al día, mientras que el segundo gasta 82,7 euros de media. Si incluimos los ingresos indirectos que generan, el impacto total del turista alojado en vivienda de uso turístico sería de 64,6 euros diarios de media, y el del turista que pernocta en alojamientos tradicionales de 126 euros (Exceltur, 2015). En el Gráfico 6 se puede observar las diferencias mencionadas anteriormente.

<sup>18</sup><https://www.sevilla.org/servicios/servicio-de-estadistica-empadronamiento/datos-estadisticos/consulta-y-descarga/explotacion-estadistica-padron> (ultimo acceso: 10 de octubre de 2018).

Gráfico 6: Distribución del gasto medio de los turistas y del impacto económico diarios en Sevilla según la tipología de alojamiento



Fuente: Elaboración propia a partir de Exceltur (2015).

El crecimiento de este tipo de alojamientos también tiene un impacto en el empleo, ya que el número de puestos de trabajo creados en las viviendas de alquiler turístico es mucho menor que el que se crea en los establecimientos tradicionales de alojamiento. En Sevilla, mientras que la oferta tradicional genera 24,5 empleos por cada 100 plazas de alojamiento, la oferta de viviendas turísticas genera solamente 2,7 puestos de trabajo por cada 100 plazas en destinos urbanos (Exceltur, 2015).

## 5. MARCO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se explica el procedimiento llevado a cabo para la obtención de datos, así como las técnicas utilizadas para ello, y se informa de la composición de la muestra.

### 5.1. Metodología

Con el objetivo de conocer las percepciones de la comunidad local sobre el turismo, el interés se ha centrado en la zona con mayor actividad turística de Sevilla, su Casco Antiguo. Según se mostró en el marco teórico, la distancia al lugar donde se concentra el fenómeno

turístico puede influir en las percepciones sobre el desarrollo del mismo, esto es debido a que los impactos de la actividad turística afectan a este sector de la población de una manera más directa. Además, para dotar de un sentido más amplio de comunidad local o receptora, se ha incluido en el objeto de estudio, además de los residentes, a los trabajadores del área en cuestión. Las percepciones de dicha comunidad receptora se han analizado atendiendo a una serie de cuestiones específicas del turismo pertenecientes a diferentes ámbitos de la actividad, ya sean de carácter económico, social, cultural, patrimonial o ambiental. Es decir, lo analizado en el presente trabajo han sido las percepciones de la población residente y trabajadora en el Distrito Casco Antiguo de Sevilla sobre distintos aspectos del turismo.

Por otro lado, el análisis mencionado se ha llevado a cabo de manera que permita conocer si existen diferencias entre los que tienen una ocupación relacionada con el turismo y los que no. De esta manera, se podrá conocer si en el Casco Antiguo de Sevilla, las personas que se benefician directamente del turismo debido a su oficio perciben de una manera más favorable el desarrollo del mismo, atendiendo así a la *teoría de las relaciones sociales* mencionada en el marco teórico.

Se trata de un estudio de carácter exploratorio sin precedentes, en el que se persigue la identificación y el análisis de las percepciones de la comunidad receptora en el Casco Antiguo de Sevilla sobre los efectos del turismo.

## **5.2. Cuestionarios**

Para conocer las percepciones de la comunidad receptora en dicho territorio se llevó a cabo la utilización de una técnica de tipo cuantitativo como es la realización de cuestionarios. El trabajo campo tuvo lugar en el Casco Antiguo de Sevilla entre los meses de septiembre, octubre y noviembre de 2018, en los que se propuso la realización de los cuestionarios a los viandantes que cumplieran con las condiciones para participar. Dichos cuestionarios contaban con dos partes, una que permitía conocer el perfil del encuestado, y una segunda parte compuesta por 20 ítems, en los que el encuestado debía indicar, en una escala de Likert, el nivel de acuerdo o desacuerdo con cada uno de esas variables en forma de afirmación. La escala está compuesta por 5 categorías, la primera indica total desacuerdo, la segunda, desacuerdo, la tercera, ni acuerdo ni desacuerdo, la cuarta, acuerdo y la quinta indica un acuerdo total con la afirmación. Esta escala es utilizada por muchos autores en el estudio de las actitudes o las percepciones de la población local (Vargas, Porras, Plaza y Riquel, 2008; Royo y Ruiz, 2009; Gutiérrez, 2010; Brida et al., 2012; Azpelicueta, Cardona y Serra, 2014).

### 5.3. Población y muestra

El objeto de estudio, como se ha indicado con anterioridad, ha sido la comunidad receptora del Casco Antiguo de Sevilla, formada, en este caso, por los residentes y los trabajadores del distrito. Por ese motivo, los cuestionarios se han llevado a cabo a pie de calle, recorriendo las distintas plazas y calles del distrito, con un procedimiento de muestreo aleatorio simple. El número de individuos que componen la población a estudiar no ha sido posible de calcular, puesto que, aunque se conoce el número de residentes en el área en cuestión, 58.693 según los últimos datos del Servicio de Estadística del Ayuntamiento de Sevilla<sup>19</sup>, no se ha podido tener acceso al número de trabajadores en dicho territorio, ya que las administraciones no hacen públicos los datos de afiliación a la Seguridad Social por distritos. Debido a esa imposibilidad de calcular la población se ha tenido que considerar a esta como infinita.

La muestra está formada por los 252 individuos que han respondido al cuestionario planteado. Para un nivel de confianza del 95%, con una población infinita y una muestra de 252 individuos, el error muestral o margen de error es del 6,2%.

En la Tabla 6 se puede observar la composición de la muestra atendiendo al rango de edad de los encuestados.

Tabla 6: Perfil de la muestra según el rango de edad

| Rango de edad    | Frecuencia | Porcentaje (%) |
|------------------|------------|----------------|
| Menos de 26 años | 73         | 28,97          |
| De 26 a 36 años  | 82         | 32,54          |
| De 37 a 47 años  | 46         | 18,25          |
| De 48 a 58 años  | 32         | 12,70          |
| Más de 58 años   | 19         | 7,54           |
| Total            | 252        | 100            |

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 7 se aprecia la composición de la muestra según la relación del encuestado con el territorio a estudiar, ya sean residentes o trabajadores en el mismo.

<sup>19</sup><https://www.sevilla.org/servicios/servicio-de-estadistica-empadronamiento/datos-estadisticos/consulta-y-descarga/explotacion-estadistica-padron> (ultimo acceso: 10 de octubre).

Tabla 7: Perfil de la muestra según su relación con el Casco Antiguo

| <b>Tipo de relación</b>                            | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje (%)</b> |
|----------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|
| Reside en el Casco Antiguo                         | 165               | 65,48                 |
| Trabaja en el Casco Antiguo                        | 141               | 55,95                 |
| Reside y trabaja en el Casco Antiguo <sup>20</sup> | (-) 54            | (-) 21,43             |
| Total                                              | 252               | 100                   |

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 8 se expone la composición de la muestra atendiendo a si la ocupación del encuestado tiene o no relación con el turismo.

Tabla 8: Perfil de la muestra según su relación laboral con el turismo

| <b>Tipo de relación</b>                 | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje (%)</b> |
|-----------------------------------------|-------------------|-----------------------|
| Ocupación relacionada con el turismo    | 90                | 35,71                 |
| Ocupación no relacionada con el turismo | 162               | 64,29                 |
| Total                                   | 252               | 100                   |

Fuente: Elaboración propia.

## 6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente epígrafe se va a llevar a cabo la presentación de los resultados, así como su análisis y discusión. Para empezar, en la Tabla 9 se exponen la media y la desviación típica de los resultados obtenidos en cada uno de los ítems que componen el cuestionario.

---

<sup>20</sup> Indica el número de personas que señalaron las dos opciones en el cuestionario. Por tanto, es una cantidad que hay que restar a las anteriores para dar con el tamaño de la muestra.

Tabla 9: Medidas de centralidad de los resultados obtenidos

| <b>Ítem a valorar sobre el desarrollo del turismo</b>       | <b>Media</b> | <b>Desv. Típica</b> |
|-------------------------------------------------------------|--------------|---------------------|
| 1. El comportamiento de los turistas es adecuado            | 3,60         | 0,83                |
| 2. Es positivo para la oferta de ocio de la ciudad          | 3,90         | 1,14                |
| 3. Aumenta el precio de bares y restaurantes en el centro   | 4,24         | 1,11                |
| 4. Afecta negativamente al pequeño comercio del centro      | 3,00         | 1,31                |
| 5. Genera puestos de trabajo                                | 4,16         | 0,96                |
| 6. Crea empleo de calidad                                   | 2,55         | 1,11                |
| 7. Los ingresos generados llegan a todos los habitantes     | 2,17         | 1,02                |
| 8. Contribuye a la conservación del medio ambiente          | 2,27         | 0,97                |
| 9. Provoca la subida en el precio del alquiler en el centro | 4,63         | 0,80                |
| 10. Dificulta el acceso a una vivienda en el centro         | 4,40         | 0,99                |
| 11. Provoca un intercambio cultural positivo                | 3,69         | 1,21                |
| 12. Fortalece los valores de la cultura local               | 3,78         | 1,22                |
| 13. Provoca la saturación del espacio público               | 3,93         | 1,07                |
| 14. Dificulta la movilidad de las personas por el centro    | 3,69         | 1,14                |
| 15. Ayuda a mejorar las infraestructuras de la ciudad       | 3,23         | 1,09                |
| 16. Contribuye a la conservación del patrimonio             | 3,71         | 1,07                |
| 17. Dificulta el acceso de los residentes al patrimonio     | 3,33         | 1,21                |
| 18. Ayuda a mejorar los servicios públicos                  | 2,88         | 1,14                |
| 19. Es positivo para la economía de la ciudad               | 4,12         | 1,03                |
| 20. Afecta negativamente a la vida de barrio                | 3,14         | 1,35                |

Fuente: Elaboración propia.

Para facilitar el análisis de los resultados obtenidos, se ha hecho una división de los ítems tratando de diferenciar entre un ámbito socioeconómico y otro sociocultural. Para cada ítem se indican las valoraciones obtenidas, medidas en porcentajes de frecuencia de las categorías elegidas por los encuestados, donde “T.D.” es: totalmente en desacuerdo, “D.” significa: en desacuerdo, “N.A.N.D.” indica: ni de acuerdo ni en desacuerdo, “A.” es: de acuerdo, y “T.A.” quiere decir: totalmente de acuerdo. En la Tabla 10 aparecen los resultados obtenidos de la muestra en el ámbito socioeconómico.

Tabla 10: Resultados obtenidos de la muestra en el ámbito socioeconómico

| Ítem a valorar sobre el desarrollo del turismo           | T.D. (%) | D. (%) | N.A.N.D. (%) | A. (%) | T.A. (%) |
|----------------------------------------------------------|----------|--------|--------------|--------|----------|
| Aumenta el precio de bares y restaurantes en el centro   | 4,8      | 3,6    | 12,7         | 21,0   | 57,9     |
|                                                          | 8,3      |        |              | 79,0   |          |
| Afecta negativamente al pequeño comercio del centro      | 14,7     | 23,0   | 28,2         | 15,9   | 18,3     |
|                                                          | 37,7     |        |              | 34,1   |          |
| Genera puestos de trabajo                                | 3,2      | 2,8    | 12,3         | 38,5   | 43,3     |
|                                                          | 6,0      |        |              | 81,7   |          |
| Crea empleo de calidad                                   | 16,7     | 37,3   | 27,0         | 12,3   | 6,8      |
|                                                          | 54,0     |        |              | 19,1   |          |
| Los ingresos generados llegan a todos los habitantes     | 28,6     | 39,7   | 21,4         | 7,1    | 3,2      |
|                                                          | 68,3     |        |              | 10,3   |          |
| Provoca la subida en el precio del alquiler en el centro | 1,6      | 1,6    | 5,6          | 14,7   | 76,6     |
|                                                          | 3,2      |        |              | 91,3   |          |
| Dificulta el acceso a una vivienda en el centro          | 2,8      | 3,2    | 10,7         | 18,3   | 65,1     |
|                                                          | 6,0      |        |              | 83,3   |          |
| Ayuda a mejorar las infraestructuras de la ciudad        | 7,9      | 14,9   | 35,3         | 30,6   | 11,5     |
|                                                          | 22,8     |        |              | 42,1   |          |
| Ayuda a mejorar los servicios públicos                   | 14,7     | 20,2   | 34,9         | 23,0   | 7,1      |
|                                                          | 34,9     |        |              | 30,2   |          |
| Es positivo para la economía de la ciudad                | 4,8      | 2,4    | 11,5         | 38,5   | 42,9     |
|                                                          | 7,1      |        |              | 81,4   |          |

Fuente: Elaboración propia.

La inflación de los precios de bienes y servicios es uno de los impactos que se recogen en la literatura desde hace décadas. En el caso de la zona turística de Sevilla, el centro de la ciudad, el 79% de los encuestados piensa que el precio de los bares y restaurantes aumenta debido a la actividad turística. Esto se puede deber a la proliferación de bares y restaurantes que se especializan en la clientela foránea y que lo hacen con precios más altos que los tradicionales, o a un simple ajuste de oferta y demanda debido a la afluencia de visitantes con un mayor poder adquisitivo o disposición a gastar.

En cuanto al pequeño comercio en el centro de la ciudad, se puede observar cómo una mayoría simple de los encuestados (37,7%) no cree que el desarrollo del turismo afecte negativamente a estos establecimientos, frente a un 34,1% que piensa que sí. Sin embargo, las opiniones son muy heterogéneas, lo cual quiere decir que no existe una posición clara al respecto. Probablemente, porque haya personas que piensen que el comercio pequeño y

tradicional puede ser desplazado por otro tipo de establecimientos más atractivos para los turistas, mientras que otros piensan que los visitantes hacen uso de estos pequeños comercios.

En lo que respecta al empleo, al que se le ha dedicado un epígrafe anteriormente, el 81,7% de los encuestados piensa que el turismo es un generador de puestos de trabajo, al igual que vienen haciendo los estudiosos del turismo durante mucho tiempo. En una ciudad en la que una gran parte de la población vive del turismo, parece evidente que se perciba como creador de empleo. Sin embargo, si se atiende a la calidad de esos puestos de trabajo, las percepciones no son tan optimistas. Un 54% de los encuestados no cree que el empleo creado con el turismo sea de calidad, frente a un 19,1% que piensa que sí lo es. La razón de esto puede ser que los empleos relacionados con el turismo no suelen tener unas buenas condiciones, ni alcanzar unos estándares de calidad, o que la calidad de los empleos esté en duda de manera generalizada en cualquier sector.

El reparto de la riqueza generada por la actividad turística es también una cuestión de debate. El 68,3% de los encuestados no cree que los ingresos generados lleguen a todos los habitantes y esto se puede deber a que estos ingresos sean entendidos como retribuciones directas a los empresarios y trabajadores y, por ende, beneficios que no llegan a todos los bolsillos.

La relación entre el turismo y la vivienda ha ocupado también un epígrafe importante en el presente trabajo, puesto que la creciente aparición de viviendas turísticas está resultando problemática en muchos destinos. Un 91,3% de las personas encuestadas piensa que la actividad turística tiene una influencia directa en el aumento del precio de alquiler en el Casco Antiguo de Sevilla, y un 83,3% cree, que debido al turismo, se hace más difícil el acceso a una vivienda en la zona. La razón de esto es que las personas están viendo cómo se incrementa el precio del alquiler, mientras que aumenta el número de turistas que llegan y el número de viviendas que pasan a utilizarse con fines turísticos, debido a la mayor rentabilidad que consiguen así sus propietarios. Esta situación puede desembocar en un desplazamiento de los residentes habituales por parte de los residente temporales que visitan la ciudad.

En cuanto a las infraestructuras de la ciudad, un 42,1% piensa que el turismo contribuye a su mejora, frente a un 22,8 % que cree que no. Esto se puede deber a que la comunidad receptora percibe la creación de parques, equipamientos, ensanches, o vías de comunicación, como mejoras relacionadas con el turismo, como las que trajo consigo la Expo del 92 u otras obras más recientes, como la de la Plaza de la Encarnación, que hoy acoge un mirador, un yacimiento visitable y un mercado.

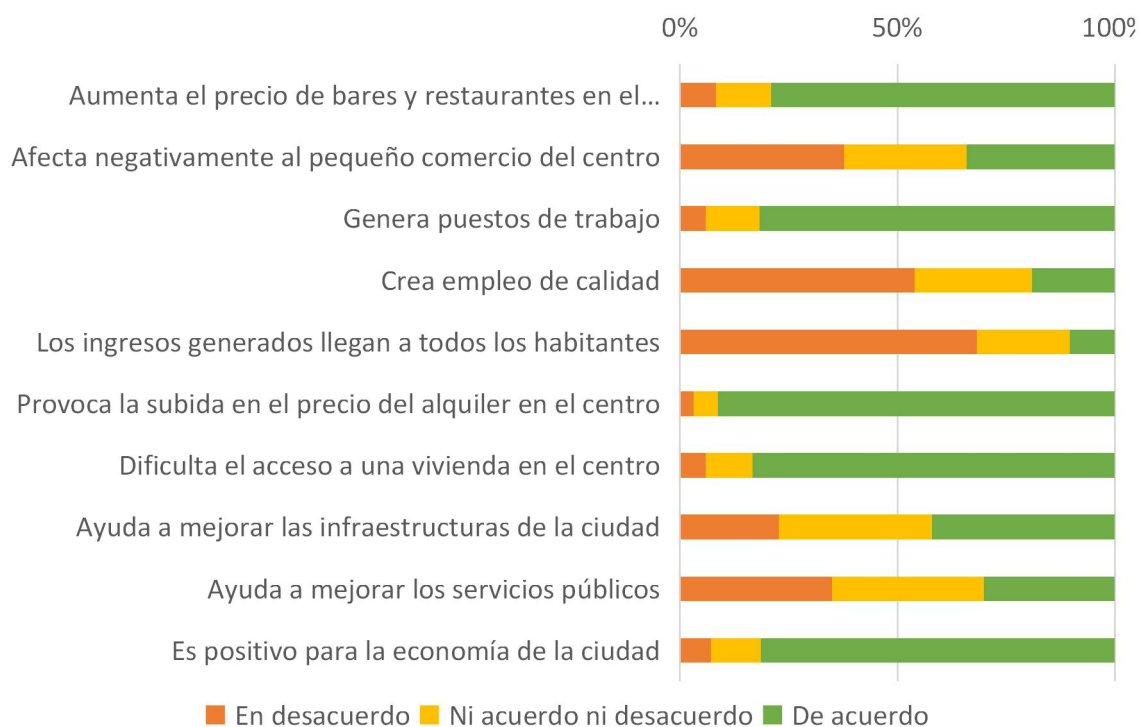


Sin embargo, si se habla de los servicios públicos, las percepciones son diferentes. Un 30,2% piensa que el desarrollo del turismo ayuda a mejorar los servicios públicos en la ciudad, mientras que un 34,9% no está de acuerdo. Esto indica que el pensamiento en este aspecto es muy heterogéneo, algunas personas pueden percibir mejoras significativas en el transporte público, mientras que otras pueden manifestar su desencanto con el sistema público de limpieza.

Por último, existe un gran consenso en lo positivo que es el turismo en términos generales para la economía de Sevilla. Concretamente, un 81,4% de las personas encuestadas han manifestado estar de acuerdo con que el turismo es positivo para la economía de la ciudad, frente a un 7,1% que ha dicho lo contrario. La razón de esto se puede encontrar en las tendencias optimistas de crecimiento en el sector, la capacidad de generar ingresos, puestos de trabajo y oportunidades de negocio. En Sevilla es conocida la importancia del turismo en la economía de la ciudad y también las oportunidades que ofrece.

En el Gráfico 7 se pueden observar a simple vista los resultados que se acaban de comentar sobre el ámbito socioeconómico.

Gráfico 7: Resultados obtenidos de la muestra en el ámbito socioeconómico



Fuente: Elaboración propia.

Una vez conocidos los resultados obtenidos en el ámbito socioeconómico, la Tabla 10 muestra los resultados obtenidos de la muestra en el ámbito sociocultural.

Tabla 10: Resultados obtenidos de la muestra en el ámbito sociocultural

| Ítem a valorar sobre el desarrollo del turismo       | T.D. (%) | D. (%) | N.A.N.D. (%) | A. (%) | T.A. (%) |
|------------------------------------------------------|----------|--------|--------------|--------|----------|
| Es positivo para la oferta de ocio de la ciudad      | 5,6      | 7,1    | 15,9         | 34,5   | 36,9     |
|                                                      | 12,7     |        |              | 71,4   |          |
| El comportamiento de los turistas es adecuado        | 1,6      | 6,4    | 33,7         | 47,2   | 11,1     |
|                                                      | 7,9      |        |              | 58,3   |          |
| Contribuye a la conservación del medio ambiente      | 23,0     | 38,5   | 28,6         | 7,9    | 2,0      |
|                                                      | 61,5     |        |              | 9,9    |          |
| Provoca un intercambio cultural positivo             | 8,3      | 7,1    | 22,6         | 31,4   | 30,6     |
|                                                      | 15,5     |        |              | 61,9   |          |
| Fortalece los valores de la cultura local            | 6,8      | 9,9    | 17,9         | 29,8   | 35,7     |
|                                                      | 16,7     |        |              | 65,5   |          |
| Provoca la saturación del espacio público            | 3,6      | 7,5    | 16,3         | 37,7   | 34,9     |
|                                                      | 11,1     |        |              | 72,6   |          |
| Dificulta la movilidad de las personas por el centro | 4,0      | 12,7   | 23,4         | 30,6   | 29,4     |
|                                                      | 16,7     |        |              | 59,9   |          |
| Contribuye a la conservación del patrimonio          | 4,4      | 8,3    | 24,2         | 37,7   | 25,4     |
|                                                      | 12,7     |        |              | 63,1   |          |
| Dificulta el acceso de los residentes al patrimonio  | 8,3      | 15,9   | 32,1         | 22,2   | 21,4     |
|                                                      | 24,2     |        |              | 43,7   |          |
| Afecta negativamente a la vida de barrio             | 15,1     | 18,7   | 24,6         | 20,6   | 21,0     |
|                                                      | 33,7     |        |              | 41,7   |          |

Fuente: Elaboración propia.

Los autores que estudian el turismo reconocen que el desarrollo de este diversifica la oferta cultural y de ocio y que aumenta el número de eventos celebrados en el destino. En el caso del presente estudio, el 71,4% de los encuestados cree que el turismo es positivo para la oferta de ocio de la ciudad, lo cual indica que la comunidad receptora percibe esa mejora que los autores recogen. La mayor celebración de festivales de música, de eventos culturales, o de actividades temáticas puede ser la explicación a esto.

En cuanto al comportamiento de los turistas, el 58,3% piensa que es adecuado, frente a un 33,7% que no puede afirmar ni negar que lo sea, y un 7,9% que no está de acuerdo. Esto se puede deber a que, aunque en la mayoría de los casos los turistas sean agradables y no causen problemas, existen casos como los que llegan para ver un partido de fútbol y que pueden llegar

a tener comportamientos indeseables, o el caso de los turistas que caminan por el carril bici y que dificultan la circulación por el mismo.

En el caso de la relación del turismo con el medio ambiente, un 61,5% de los encuestados no cree que el turismo contribuya a la conservación del medio ambiente. Esto se puede deber a la mayor carga de tráfico que conlleva la actividad turística, y en especial al tráfico de barcos de fiesta para turistas e incluso cruceros que navegan por el Guadalquivir, el cual se encuentra en un pésimo estado de conservación a su paso por Sevilla.

Si atendemos al intercambio cultural que provoca el fenómeno turístico, en el caso del presente estudio, un 61,9% piensa que dicho intercambio cultural tiene lugar y es positivo. La razón de esto es que el ambiente internacional que llega a la ciudad con el turismo es recibido con positividad para la mayoría de las personas. Sin embargo, hay quien manifiesta que el intercambio es escaso y que la única relación que mantiene con los turistas es para indicarles dónde se encuentra una calle o un monumento.

En cuanto a los valores de la cultura local, es un 65,5% el que está de acuerdo con que se fortalecen con la actividad turística. La cultura local es uno de los atractivos que los visitantes aprecian en un destino turístico como Sevilla, y el turismo puede ayudar a su conservación. La cultura del flamenco, sobrevive en parte por el interés de los turistas, aunque hay quienes mantienen que de esta manera se pierde la autenticidad y se mercantiliza la cultura.

La cuestión del turismo como consumidor del espacio público ha sido tratada en un epígrafe anteriormente. Los resultados obtenidos muestran que un 72,6% de los encuestados piensa que el turismo provoca la saturación del espacio público, y que un 59,9% cree que también dificulta la movilidad de las personas por el centro de la ciudad. La razón de estas percepciones sobre el el espacio y la movilidad se encuentra en la concentración de la actividad turística en el Casco Antiguo de la ciudad y en especial en su conjunto histórico-monumental, por donde caminan los grandes grupos de turistas y realizan sus visitas guiadas.

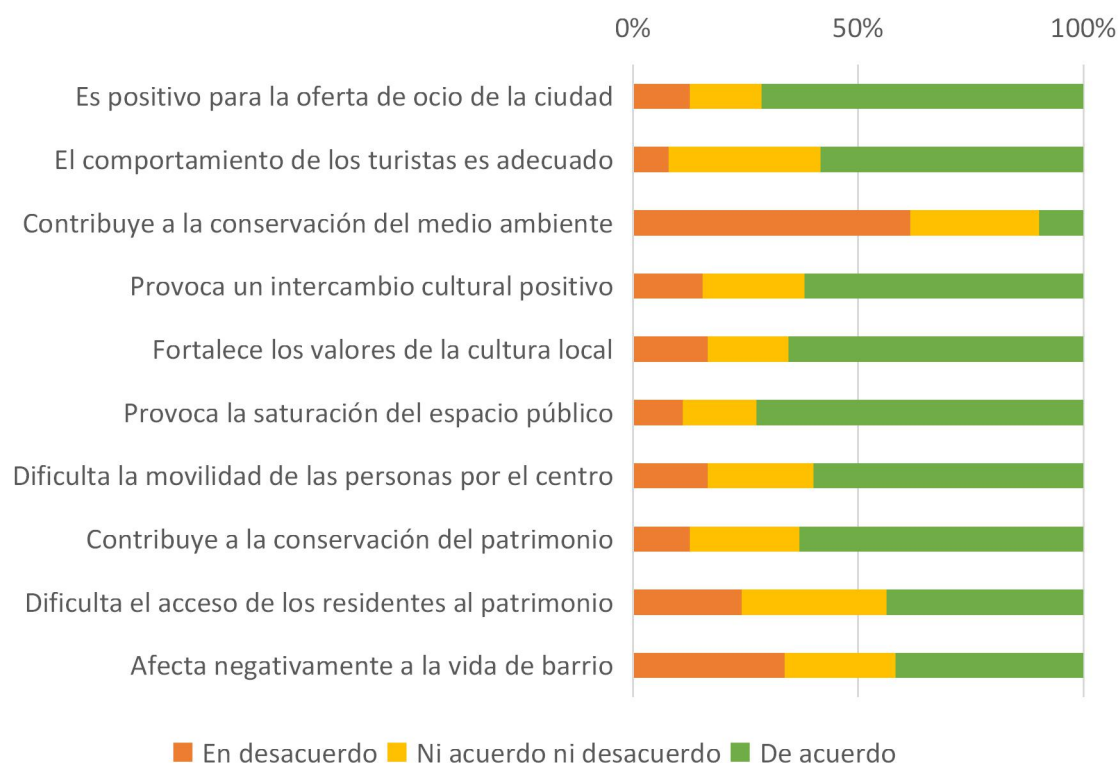
El turismo es también considerado como un motor para la restauración y conservación del patrimonio histórico-artístico. El 63,1% de los encuestados cree que el turismo contribuye a la conservación del patrimonio en su ciudad, y esto se puede deber a los proyectos que han restaurado y continúan restaurando diferentes edificios emblemáticos como la Catedral, el Real Alcázar, el Archivo de Indias, y la Torre del Oro, entre otros. El resto de los encuestados ha podido pensar que es mayor el desgaste que conlleva la explotación turística de el patrimonio, o no han considerado los mencionados proyectos de restauración y conservación.

En cuanto a la accesibilidad al patrimonio por parte de los residentes, una mayoría simple del 43,7% piensa que se dificulta a causa del turismo, frente al 24,2% cree que no lo hace, y un 32,1% que no tiene una opinión clara. Bien es cierto, que, especialmente en el Real Alcázar, las entradas suelen agotarse, y la espera para poder entrar es muy larga debido a las colas que se forman. Además, hace varios años, estaba abierto al público, al igual que el Patio de los Naranjos. Sin embargo, los residentes en Sevilla pueden disfrutar de descuentos, y el dinero recaudado con las entradas de los turistas ha servido para la restauración y conservación de estos monumentos.

El turismo puede transformar las realidades de las zonas donde la actividad es más intensa y afectar de esta manera a la vida cotidiana de los vecinos de estas zonas. En el caso del Casco Antiguo de Sevilla, el 41,7% de los encuestados piensa que el turismo afecta de manera negativa a la vida de barrio, frente al 33,7% que cree que no lo hace. Aunque una mayoría simple esté de acuerdo con la afirmación, lo cierto es que la opinión es muy heterogénea. Esto se puede deber a que, el turismo, afecte más a la realidad cotidiana de un barrio en las zonas en las que más se intensifique. El que, en algunas zonas, haya más turistas alojados que vecinos conviviendo en una misma calle, que el precio del bar de abajo haya subido, que la frutería de la esquina sea ahora una tienda de recuerdos, o el ruido constante de las maletas de los que llegan o los que se van, es lo que puede llevar a algunos vecinos a pensar que el turismo afecta negativamente a su vida cotidiana en el barrio.

En el Gráfico 8 se muestran los resultados obtenidos sobre el ámbito socioeconómico que se acaban de analizar.

Gráfico 8: Resultados obtenidos de la muestra en el ámbito socioeconómico



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se procede a presentar los resultados obtenidos, diferenciando entre el grupo de la muestra que tiene una ocupación relacionada con el turismo, y el grupo cuya ocupación no tiene relación con el turismo. De esta manera se podrán comparar los resultados para observar las posibles diferencias entre las percepciones de un grupo y otro. En la Tabla 11 se muestran los resultados obtenidos, en el ámbito socioeconómico, del grupo cuya ocupación está relacionada con el turismo.

Tabla 11: Resultados obtenidos del sector muestral cuya ocupación está relacionada con el turismo sobre el ámbito socioeconómico

| Ítem a valorar sobre el desarrollo del turismo           | T.D.<br>(%) | D. (%) | N.A.N.D.<br>(%) | A. (%) | T.A.<br>(%) |
|----------------------------------------------------------|-------------|--------|-----------------|--------|-------------|
| Aumenta el precio de bares y restaurantes en el centro   | 3,3         | 4,4    | 13,3            | 25,6   | 53,3        |
|                                                          | 7,8         |        |                 | 78,9   |             |
| Afecta negativamente al pequeño comercio del centro      | 16,7        | 22,2   | 31,1            | 11,1   | 18,9        |
|                                                          | 38,9        |        |                 | 30,0   |             |
| Genera puestos de trabajo                                | 1,1         | 2,2    | 8,9             | 36,7   | 51,1        |
|                                                          | 3,3         |        |                 | 87,8   |             |
| Crea empleo de calidad                                   | 16,7        | 40,0   | 25,6            | 11,1   | 6,7         |
|                                                          | 56,7        |        |                 | 17,8   |             |
| Los ingresos generados llegan a todos los habitantes     | 32,2        | 38,9   | 18,9            | 7,8    | 2,2         |
|                                                          | 71,1        |        |                 | 10,0   |             |
| Provoca la subida en el precio del alquiler en el centro | 0,0         | 2,2    | 5,6             | 17,8   | 74,4        |
|                                                          | 2,2         |        |                 | 92,2   |             |
| Dificulta el acceso a una vivienda en el centro          | 1,1         | 3,3    | 12,2            | 17,8   | 65,6        |
|                                                          | 4,4         |        |                 | 83,3   |             |
| Ayuda a mejorar las infraestructuras de la ciudad        | 7,8         | 14,4   | 30,0            | 37,8   | 10,0        |
|                                                          | 22,2        |        |                 | 47,8   |             |
| Ayuda a mejorar los servicios públicos                   | 17,8        | 13,3   | 37,8            | 23,3   | 7,8         |
|                                                          | 31,1        |        |                 | 31,1   |             |
| Es positivo para la economía de la ciudad                | 2,2         | 1,1    | 10,0            | 38,9   | 47,8        |
|                                                          | 3,3         |        |                 | 86,7   |             |

Fuente: Elaboración propia.

Una vez conocidos los resultados, en el ámbito socioeconómico, del grupo cuya ocupación está relacionada con el turismo, en la Tabla 12 se muestran los resultados obtenidos, en ese mismo ámbito, del grupo cuya ocupación no tiene relación con el turismo.

Tabla 12: Resultados obtenidos del sector muestral cuya ocupación no está relacionada con el turismo sobre el ámbito socioeconómico

| Ítem a valorar sobre el desarrollo del turismo           | T.D. (%) | D. (%) | N.A.N.D. (%) | A. (%) | T.A. (%) |
|----------------------------------------------------------|----------|--------|--------------|--------|----------|
| Aumenta el precio de bares y restaurantes en el centro   | 5,6      | 3,1    | 12,3         | 18,5   | 60,5     |
|                                                          | 8,6      |        |              | 79,0   |          |
| Afecta negativamente al pequeño comercio del centro      | 13,6     | 23,5   | 26,5         | 18,5   | 17,9     |
|                                                          | 37,0     |        |              | 36,4   |          |
| Genera puestos de trabajo                                | 4,3      | 3,1    | 14,2         | 39,5   | 38,9     |
|                                                          | 7,4      |        |              | 78,4   |          |
| Crea empleo de calidad                                   | 16,7     | 35,8   | 27,8         | 13,0   | 6,8      |
|                                                          | 52,5     |        |              | 19,8   |          |
| Los ingresos generados llegan a todos los habitantes     | 26,5     | 40,1   | 22,8         | 6,8    | 3,7      |
|                                                          | 66,7     |        |              | 10,5   |          |
| Provoca la subida en el precio del alquiler en el centro | 2,5      | 1,2    | 5,6          | 13,0   | 77,8     |
|                                                          | 3,7      |        |              | 90,7   |          |
| Dificulta el acceso a una vivienda en el centro          | 3,7      | 3,1    | 9,9          | 18,5   | 64,8     |
|                                                          | 6,8      |        |              | 83,3   |          |
| Ayuda a mejorar las infraestructuras de la ciudad        | 8,0      | 14,8   | 38,3         | 26,5   | 12,3     |
|                                                          | 22,8     |        |              | 38,9   |          |
| Ayuda a mejorar los servicios públicos                   | 13,0     | 24,1   | 33,3         | 22,8   | 6,8      |
|                                                          | 37,0     |        |              | 29,6   |          |
| Es positivo para la economía de la ciudad                | 6,2      | 3,1    | 12,3         | 38,3   | 40,1     |
|                                                          | 9,3      |        |              | 78,4   |          |

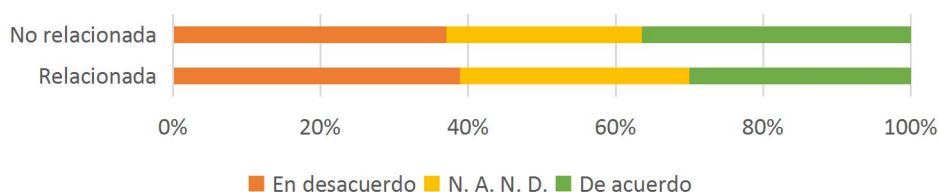
Fuente: Elaboración propia.

Si comparamos los resultados obtenidos en el ámbito socioeconómico, de estos dos grupos de la muestra, se puede observar que las diferencias no son muy significativas. Concretamente, en los ítems “Aumenta el precio de bares y restaurantes en el centro”, “Provoca la subida del precio del alquiler en el centro” y “Dificulta el acceso de una vivienda en el centro”, los resultados son muy similares entre sí, lo que indica que las percepciones de estos dos grupos de la muestra sobre estos aspectos son prácticamente iguales.

En el ítem “Afecta negativamente al pequeño comercio del centro”, se puede observar una diferencia en los resultados obtenidos de estos dos grupos de la muestra. Aunque la diferencia no es muy grande, los individuos cuya ocupación no está relacionada con el turismo perciben

en mayor medida que el turismo pueda afectar negativamente al pequeño comercio en la zona en la que su actividad es más intensa. En el Gráfico 9 se puede ver esa diferencia.

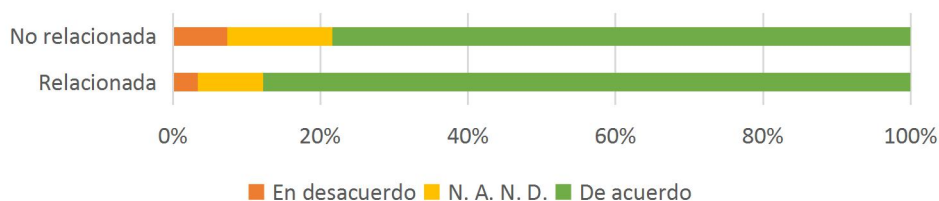
Gráfico 9: Comparación del ítem “Afecta negativamente al pequeño comercio del centro”



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la creación de puestos de trabajo, la diferencia entre los resultados obtenidos de cada grupo es mayor. En ambos casos, existe una gran mayoría que piensa que el turismo genera puestos de trabajo. Sin embargo, el nivel de acuerdo es de un 9,4% mayor en el caso de los que tienen una ocupación relacionada con el turismo. Esto se puede deber a que ellos mismos han podido encontrar un trabajo relacionado con el turismo, lo que hace que este grupo se muestre más optimista con la capacidad de crear empleo que tiene el turismo. En el Gráfico 10 se muestra esa diferencia.

Gráfico 10: Comparación del ítem “Genera puestos de trabajo”



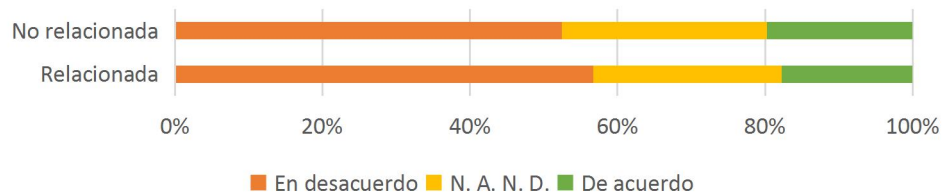
Fuente: Elaboración propia.

En el ítem “Crea empleo de calidad”, se puede observar una pequeña diferencia en los resultados obtenidos de estos dos grupos de la muestra. Las personas cuya ocupación está relacionada con el turismo muestran un mayor desacuerdo con la afirmación. Esto puede deberse a que los propios empleados en el sector del alojamiento, la hostelería y el



entretenimiento reconocen la baja calidad de su empleo en mayor medida. En el Gráfico 11 se muestra esta pequeña diferencia.

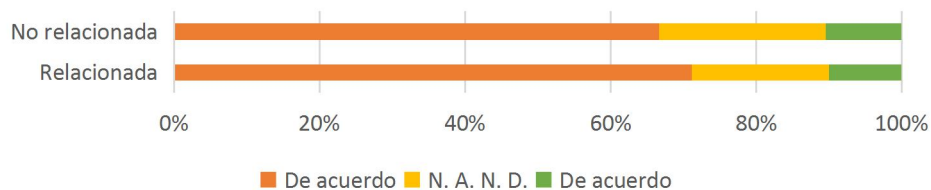
Gráfico 11: Comparación del ítem “Crea empleo de calidad”



Fuente: Elaboración propia.

En el ítem “Los ingresos generados llegan a todos los habitantes”, los resultados obtenidos muestran otra pequeña diferencia. Se puede observar cómo los individuos cuya ocupación está relacionada con el turismo reconocen en mayor medida que los ingresos generados por la actividad turística no llegan a todos los habitantes. En el Gráfico 12 se puede observar la diferencia mencionada.

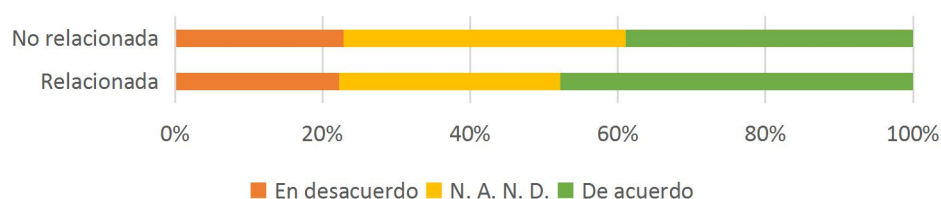
Gráfico 12: Comparación del ítem “Los ingresos generados llegan a todos los habitantes”



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la mejora de las infraestructuras de la ciudad que conlleva el turismo, el grupo de los que tienen una ocupación relacionada con el turismo muestran unas percepciones más positivas. Concretamente, el nivel de acuerdo es un 8,9% mayor con respecto al otro grupo. La razón de esto puede ser que, debido a su relación laboral con el turismo, tengan una visión más positiva de las mejoras en este aspecto. En el Gráfico 13 se muestra esa diferencia.

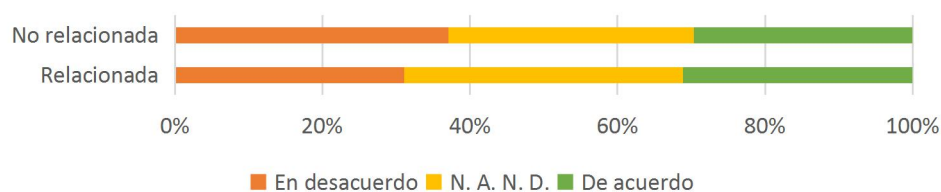
Gráfico 13: Comparación del ítem “Ayuda a mejorar las infraestructuras de la ciudad”



Fuente: Elaboración propia.

Si nos referimos a las mejoras que conlleva el turismo en los servicios públicos, las diferencias son menores. Sin embargo, existe un mayor desacuerdo al respecto entre los individuos cuya ocupación no está relacionada con el turismo. En el Gráfico 14 se puede observar esta pequeña diferencia.

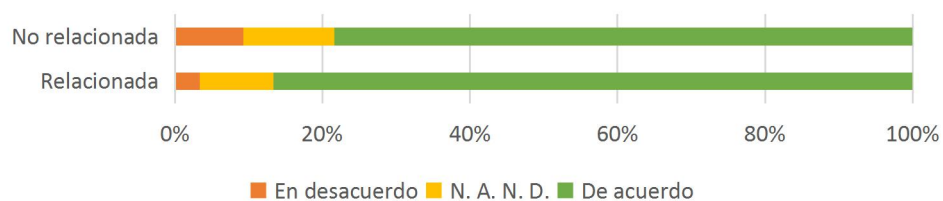
Gráfico 14: Comparación del ítem “Ayuda a mejorar los servicios públicos”



Fuente: Elaboración propia.

Si se atiende a lo positivo que es el turismo para la economía de la ciudad, se puede observar otra vez cómo el grupo de los que tienen una ocupación relacionada con el turismo, tiene una visión más optimista. Concretamente, el nivel de acuerdo es del 8,3% mayor en este caso, si lo comparamos con el del grupo de los que no tienen una ocupación relacionada con el turismo. En el Gráfico 15 se puede apreciar esta diferencia.

Gráfico 15: Comparación del ítem “Es positivo para la economía de la ciudad”



Fuente: Elaboración propia.

Una vez presentados y comparados los resultados obtenidos de los dos grupos en el ámbito socioeconómico, se va a proceder a la presentación y comparación los resultados obtenidos en el ámbito sociocultural de ambos grupos. En la Tabla 13 se pueden observar los resultados obtenidos en el ámbito sociocultural de los individuos cuya ocupación está relacionada con el turismo.

Tabla 13: Resultados obtenidos del sector muestral cuya ocupación está relacionada con el turismo sobre el ámbito sociocultural

| Ítem a valorar sobre el desarrollo del turismo       | T.D. (%) | D. (%) | N.A.N.D. (%) | A. (%) | T.A. (%) |
|------------------------------------------------------|----------|--------|--------------|--------|----------|
| El comportamiento de los turistas es adecuado        | 0,0      | 4,4    | 30,0         | 51,1   | 14,4     |
|                                                      | 4,4      |        |              | 65,6   |          |
| Es positivo para la oferta de ocio de la ciudad      | 2,2      | 4,4    | 20,0         | 30,0   | 43,3     |
|                                                      | 6,7      |        |              | 73,3   |          |
| Contribuye a la conservación del medio ambiente      | 20,0     | 37,8   | 35,6         | 4,4    | 2,2      |
|                                                      | 57,8     |        |              | 6,7    |          |
| Provoca un intercambio cultural positivo             | 4,4      | 7,8    | 16,7         | 32,2   | 38,9     |
|                                                      | 12,2     |        |              | 71,1   |          |
| Fortalece los valores de la cultura local            | 3,3      | 11,1   | 17,8         | 26,7   | 41,1     |
|                                                      | 14,4     |        |              | 67,8   |          |
| Provoca la saturación del espacio público            | 3,3      | 4,4    | 20,0         | 33,3   | 38,9     |
|                                                      | 7,8      |        |              | 72,2   |          |
| Dificulta la movilidad de las personas por el centro | 4,4      | 10,0   | 23,3         | 34,4   | 27,8     |
|                                                      | 14,4     |        |              | 62,2   |          |
| Contribuye a la conservación del patrimonio          | 3,3      | 4,4    | 23,3         | 45,6   | 23,3     |
|                                                      | 7,8      |        |              | 68,9   |          |
| Dificulta el acceso de los residentes al patrimonio  | 11,1     | 15,6   | 33,3         | 18,9   | 21,1     |
|                                                      | 26,7     |        |              | 40,0   |          |
| Afecta negativamente a la vida de barrio             | 18,9     | 21,1   | 24,4         | 17,8   | 17,8     |
|                                                      | 40,0     |        |              | 35,6   |          |

Fuente: Elaboración propia.

Después de presentar los resultados obtenidos del primer grupo, en la Tabla 14 se muestran los resultados obtenidos en el ámbito sociocultural del grupo de los que no tienen una ocupación relacionada con el turismo.

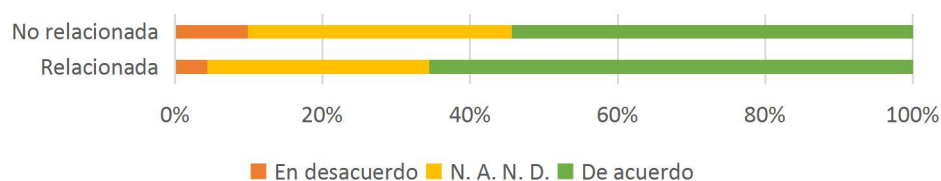
Tabla 14: Resultados obtenidos del sector muestral cuya ocupación no está relacionada con el turismo sobre el ámbito sociocultural

| Ítem a valorar sobre el desarrollo del turismo       | T.D. (%) | D. (%) | N.A.N.D. (%) | A. (%) | T.A. (%) |
|------------------------------------------------------|----------|--------|--------------|--------|----------|
| El comportamiento de los turistas es adecuado        | 2,5      | 7,4    | 35,8         | 45,1   | 9,3      |
|                                                      | 9,9      |        |              | 54,3   |          |
| Es positivo para la oferta de ocio de la ciudad      | 7,4      | 8,6    | 13,6         | 37,0   | 33,3     |
|                                                      | 16,0     |        |              | 70,4   |          |
| Contribuye a la conservación del medio ambiente      | 24,7     | 38,9   | 24,7         | 9,9    | 1,9      |
|                                                      | 63,6     |        |              | 11,7   |          |
| Provoca un intercambio cultural positivo             | 10,5     | 6,8    | 25,9         | 30,9   | 25,9     |
|                                                      | 17,3     |        |              | 56,8   |          |
| Fortalece los valores de la cultura local            | 8,6      | 9,3    | 17,9         | 31,5   | 32,7     |
|                                                      | 17,9     |        |              | 64,2   |          |
| Provoca la saturación del espacio público            | 3,7      | 9,3    | 14,2         | 40,1   | 32,7     |
|                                                      | 13,0     |        |              | 72,8   |          |
| Dificulta la movilidad de las personas por el centro | 3,7      | 14,2   | 23,5         | 28,4   | 30,2     |
|                                                      | 17,9     |        |              | 58,6   |          |
| Contribuye a la conservación del patrimonio          | 4,9      | 10,5   | 24,7         | 33,3   | 26,5     |
|                                                      | 15,4     |        |              | 59,9   |          |
| Dificulta el acceso de los residentes al patrimonio  | 6,8      | 16,0   | 31,5         | 24,1   | 21,6     |
|                                                      | 22,8     |        |              | 45,7   |          |
| Afecta negativamente a la vida de barrio             | 13,0     | 17,3   | 24,7         | 22,2   | 22,8     |
|                                                      | 30,2     |        |              | 45,1   |          |

Fuente: Elaboración propia.

Las percepciones sobre el comportamiento de los turistas son más positivas en el caso de los individuos cuya ocupación está relacionada con el turismo. En este caso la diferencia en el nivel de acuerdo es del 10,3%. Esto se puede deber a que, en el posible contacto directo que este grupo tiene con los turistas, o en las experiencias profesionales con los mismo, existe un trato amable y una buena relación, que el otro grupo no suele experimentar. En el Gráfico 16 se puede observar esta diferencia.

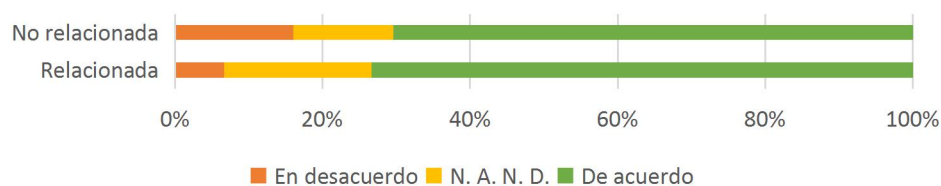
Gráfico 16: Comparación del ítem “El comportamiento de los turistas es adecuado”



Fuente: Elaboración propia.

En el ítem “Es positivo para la oferta de ocio de la ciudad”, el grupo formado por los individuos que no tienen una ocupación relacionada con el turismo muestra un mayor desacuerdo con la afirmación. De nuevo, las percepciones de los que tienen una ocupación relacionada con el turismo vuelven a ser más positivas. En el Gráfico 17 se muestra esta diferencia.

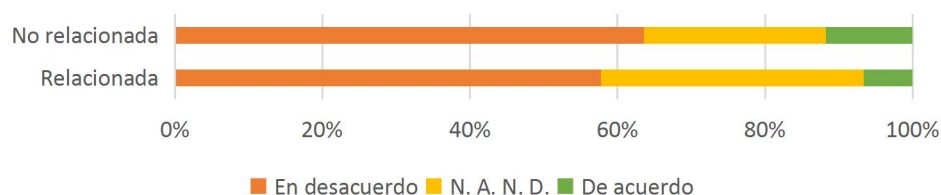
Gráfico 17: Comparación del ítem “Es positivo para la oferta de ocio de la ciudad”



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la contribución del turismo a la conservación del medio ambiente las percepciones son similares. Lo que se puede observar es un mayor nivel de incertidumbre en el grupo de los que tienen una ocupación relacionada con el turismo. En el Gráfico 18 se puede ver esa diferencia.

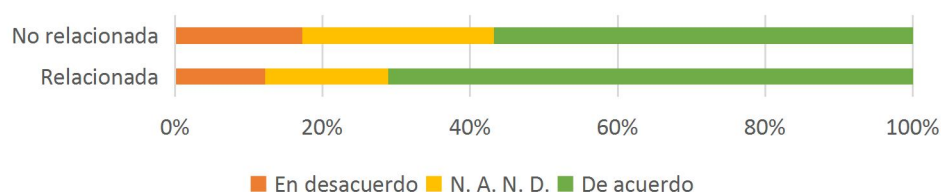
Gráfico 18: Comparación del ítem “Contribuye a la conservación del medio ambiente”



Fuente: Elaboración propia.

En el ítem “Provoca un intercambio cultural positivo”, se observa una diferencia notable en las percepciones de ambos grupos. El nivel de acuerdo con la afirmación, es superior en un 14,3% en el caso de los individuos cuya ocupación está relacionada con el turismo. La razón de esto puede ser el mayor contacto con el turista que pueda tener quien trabaja en algo relacionado con el turismo, para poder así percibir un mayor intercambio cultural.

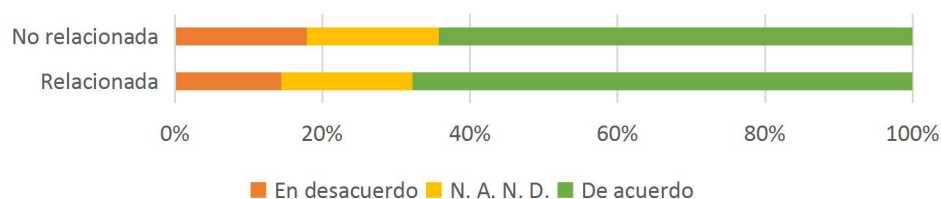
Gráfico 19: Comparación del ítem “Provoca un intercambio cultural positivo”



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al fortalecimiento de los valores de la cultura local a causa del turismo, la diferencia en los resultados es más pequeña. De todos modos, se puede volver a observar cómo los individuos cuya ocupación está relacionada con el turismo vuelven a tener una percepción más positiva al respecto. En el Gráfico 20 se muestra la diferencia mencionada.

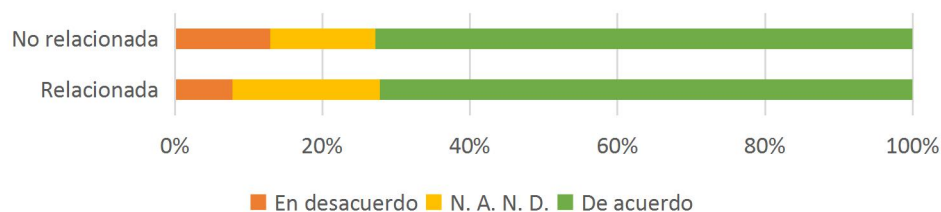
Gráfico 20: Comparación del ítem “Fortalece los valores de la cultura local”



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de la saturación del espacio público las diferencias vuelven a ser muy pequeñas. En este caso se aprecia un mayor nivel de de desacuerdo con el ítem por parte de los individuos que no tienen una ocupación relacionada con el turismo. En el Gráfico 21 se puede ver la comparación.

Gráfico 21: Comparación del ítem “Provoca la saturación del espacio público

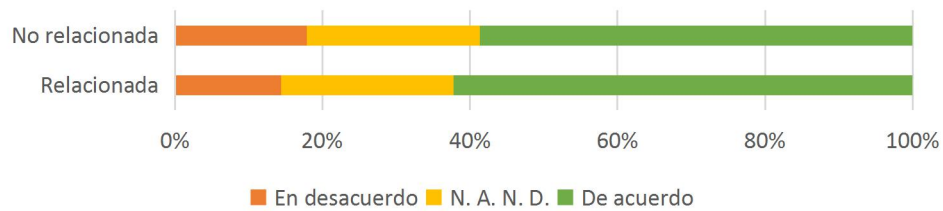


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la movilidad de las personas, la diferencia vuelve a ser pequeña. Se aprecia en este caso una mayor percepción de que el turismo dificulta la movilidad de las personas por el centro de la ciudad por parte del grupo de los que su trabajo tiene relación con el turismo. En el Gráfico 22 se puede apreciar esa diferencia.



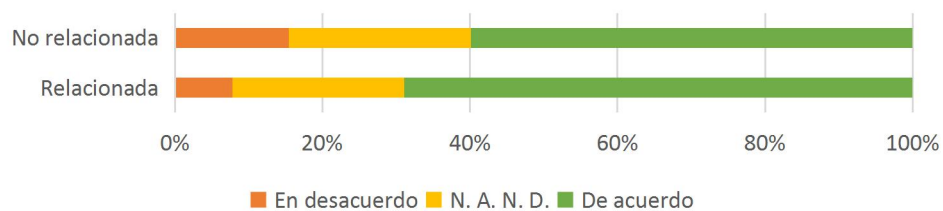
Gráfico 22: Comparación del ítem “Dificulta la movilidad de las personas por el centro”



Fuente: Elaboración propia.

Si se atiende a la contribución del turismo a la conservación del patrimonio la diferencia vuelve a ser algo más notable. Existe, en este caso, una mayor percepción de la contribución del turismo a la conservación del patrimonio por parte del grupo al que pertenecen los que su ocupación tiene relación con el turismo. Esto se puede deber a una visión más optimista en la capacidad de inversión que conlleva el turismo por parte de este grupo. En el Gráfico 23 se muestra esta diferencia.

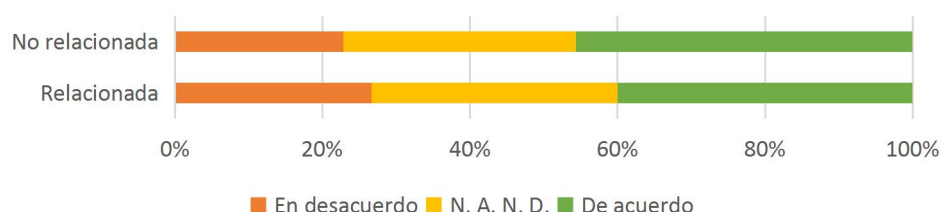
Gráfico 23: Comparación del ítem “Contribuye a la conservación del patrimonio”



Fuente: Elaboración propia.

En el ítem “Dificulta el acceso de los residentes al patrimonio”, son los individuos cuya ocupación no está relacionada con el turismo los que tienen un mayor nivel de acuerdo con la afirmación. Por tanto, vuelve a ser el otro grupo el que tiene una visión un poco más optimista. En el Gráfico 24 se pudo observar esta comparación.

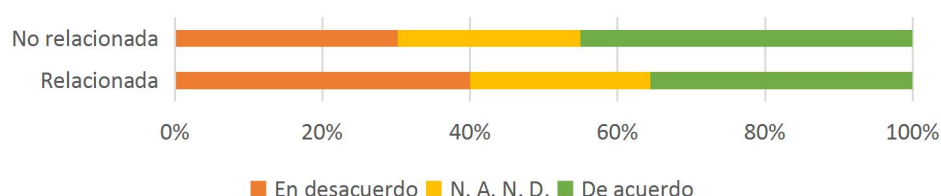
Gráfico 24: Comparación del ítem “Dificulta el acceso de los residentes al patrimonio”



Fuente: Elaboración propia.

Por último, respecto a la influencia del turismo en la vida de barrio, el grupo de los que no tienen una ocupación relacionada con el turismo tiene una percepción más negativa. Concretamente, el nivel de acuerdo con la afirmación “Afecta negativamente a la vida de barrio”, es superior en un 9,5% respecto al otro grupo. De nuevo, se aprecia una visión más optimista del grupo de los que tienen un trabajo relacionado con el turismo. En el Gráfico 25 se muestra esa diferencia.

Gráfico 25: Comparación del ítem “Afecta negativamente a la vida de barrio”



Fuente: Elaboración propia.

Durante la comparación de los resultados de estos dos grupos de la muestra, se ha podido observar que las percepciones pueden ser distintas entre los individuos cuya ocupación está relacionada con el turismo y los que no tienen un trabajo relacionado. En la mayoría de los casos el grupo que ha mostrado unas percepciones más positivas ha sido el de los que tienen una ocupación relacionada con el turismo. De alguna manera, este grupo se puede ver más beneficiado por el turismo y por esto mostrarse más optimista en los diferentes aspectos planteados.

## **7. CONCLUSIONES**

Los resultados obtenidos en la investigación han servido para demostrar que, los impactos que la actividad turística ocasiona en los destinos urbanos, influyen en que las percepciones que la comunidad receptora tiene sobre ciertos aspectos del turismo sean negativas. La calidad del empleo turístico es puesta en duda por una comunidad receptora que, además de reconocer que el turismo puede afectar al precio y a la posibilidad de acceso a una vivienda en el Casco Antiguo de la ciudad, considera que provoca una saturación del espacio y dificulta la movilidad de las personas. También se ha podido probar que existen diferencias entre las percepciones de las personas que tienen una ocupación relacionada con el turismo y las que no, y que dichas percepciones suelen ser más optimistas en el caso del primer grupo.

Por tanto, conocer lo que piensa la comunidad receptora, un elemento de vital importancia, y hacerla partícipe de la planificación del turismo en su ciudad es algo esencial si se quiere lograr una mayor sostenibilidad de la actividad.

## **8. LIMITACIONES**

En una zona tan transitada por locales y turistas, como es el Casco Antiguo de Sevilla, no ha sido una tarea fácil identificar a los individuos que formasen parte de la comunidad receptora a investigar, es decir, personas que residan o trabajen en dicho distrito de la ciudad. En las partes del área de estudio en las que la actividad turística es más intensa, resultaba muy difícil dar con personas que cumplieran con el perfil, puesto que había una clara mayoría de turistas transitando esas zonas. En este sentido, una limitación a destacar es el tamaño de la muestra, que ha sido menor que el deseado, y que a su vez limita la fiabilidad de los resultados obtenidos.

El periodo de tiempo en el que se han realizado los cuestionarios a pie de calle es otra de las limitaciones encontradas. El trabajo de campo tuvo lugar en los meses de septiembre, octubre y noviembre, por tanto, si se hubieran hecho en otra fecha, o se hubieran prolongado en el tiempo, los resultados podrían haber sido distintos, y la muestra haber sido mayor.

Por último, cabe mencionar también la limitación encontrada a la hora de calcular la población de estudio, debido a la imposibilidad de acceder a esos datos. Concretamente, no ha sido posible conocer el número de trabajadores afiliados a la Seguridad Social en el Distrito Casco Antiguo.

## **9. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Una vez concluido el estudio, se abre la posibilidad de seguir indagando en la cuestión. Entre las futuras líneas de investigación que se podrían plantear está la de volver a hacer el estudio ampliando la muestra, para poder obtener así una mayor fiabilidad de los resultados obtenidos y compararlos con los obtenidos en este trabajo. Una vez ampliada la muestra, otra de las posibilidades de estudio sería la de comparar los resultados obtenidos atendiendo al barrio al que pertenecen los individuos, para poder comprobar si existen diferencias en las percepciones según la parte del Casco Antiguo en la que residen o trabajan los encuestados, ya que la intensidad es distinta en una parte y en otra.

## BIBLIOGRAFÍA

- Andrés Sarasa, J. L. (1998): “Turismo y empleo femenino”, *Cuadernos de Turismo*, 1, pp. 9-27. Disponible online en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/24591> (último acceso: 20 de octubre de 2018).
- Albarracín, D. y Castellanos, M. L. (2013): “Las trabajadoras de los establecimientos hoteleros. Trayectorias en el túnel silencioso de la subordinación”, *Sociología del trabajo*, 77, pp. 27-45. Disponible online en: <http://revistas.ucm.es/index.php/STRA/article/viewFile/60579/4564456547435> (último acceso: 20 de octubre de 2018).
- Arroyo Arcos, L. y Gutiérrez García E. (2006): “Turismo y empleo”, *Teoría y Praxis*, 2, pp. 137-146. Disponible online en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929731> (último acceso: 15 de septiembre de 2018).
- Azpelicueta Criado, M. C., Cardona J. R. y Serra Cantallops, A. (2014): “Percepción de los impactos culturales en una comunidad insular”, *REDMARKA*, año VII, 13, pp. 63-92. Disponible online en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5025819> (último acceso: 23 de agosto de 2018).
- Benach Rovira, N. (2009): “El centro histórico bajo presión: flujos globales y derecho a la ciudad”, *Ciudad y diferencia. Género, cotidianidad y alternativas*. Barcelona: Edicions Bellaterra. Disponible online en: [https://www.researchgate.net/profile/Nuria\\_Rovira2/publication/280050308\\_El\\_centro\\_historico\\_bajo\\_presion\\_flujos\\_globales\\_y\\_derecho\\_a\\_la\\_ciudad/links/55a552e808ae00cf99c95d50/El-centro-historico-bajo-presion-flujos-globales-y-derecho-a-la-ciudad](https://www.researchgate.net/profile/Nuria_Rovira2/publication/280050308_El_centro_historico_bajo_presion_flujos_globales_y_derecho_a_la_ciudad/links/55a552e808ae00cf99c95d50/El-centro-historico-bajo-presion-flujos-globales-y-derecho-a-la-ciudad) (último acceso: 20 de agosto de 2018).
- Brida, J. G., Riaño, E. y Zapata Aguirre, S. (2012): “Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres”, *Cuadernos de Turismo*, 29, pp. 79-107. Disponible online en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/153311> (último acceso: 20 de agosto de 2018).
- Blancas Peral F. J. y Buitrago Esquinas E. M. (2005): “Estructura y política turística de Sevilla”. Disponible online en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2005/bpbe/1d.htm> (último acceso: 12 de agosto de 2018).

- Díaz R. y Gutiérrez, D. (2010): “La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia”, *PASOS*, vol. 8, 4 pp. 431- 444. Disponible online en: [http://www.pasosonline.org/Publicados/8410/PS0410\\_01.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/8410/PS0410_01.pdf) (último acceso: 10 de septiembre de 2018).
- EMVISESA (2018): Plan Municipal de Vivienda, Suelo y Rehabilitación del Término Municipal de Sevilla 2018-2023 Documento I: Información y Diagnóstico, Disponible online en: [http://www.emvisesa.org/wp-content/uploads/2018/07/DOCUMENTOI\\_WEB\\_rs3.pdf](http://www.emvisesa.org/wp-content/uploads/2018/07/DOCUMENTOI_WEB_rs3.pdf)
- Exceltur (2015): Alojamiento turístico en viviendas de alquiler: Impactos y retos asociados, Disponible online en: <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/06/Alojamiento-tur%C3%ADstico-en-viviendas-de-alquiler-Impactos-y-retos-asociados.-Informe-completo.-Exceltur.pdf>
- Expósito García, A. y Sánchez Lissén R. (2002): “El turismo en la economía andaluza”, *Economistas*, 92, pp. 84-94. Disponible online en: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/60031> (último acceso: 20 de agosto de 2018).
- Fernández-Latorre, F. M., y Díaz del Olmo, F. (2011): “Huella ecológica y presión turística socio-ambiental. Aplicación en Canarias”, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 57, pp. 147-173. Disponible online en: <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/3814231/1.pdf> (último acceso: 20 de octubre de 2018).
- García Hernández, M. (2000): “Turismo y medio ambiente en ciudades históricas. De la capacidad de acogida turística a la gestión de los flujos de visitantes”, *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 2000, 20, pp. 131-148. Disponible online en: <https://core.ac.uk/download/pdf/38823161.pdf> (último acceso: 10 de octubre de 2018).
- Gruter, M. (2013): “Impactos negativos del turismo”, *Antropología del turismo. La industria sin chimeneas*, Cuzco, Perú: TINKUY, pp. 63-70. Disponible online en: [https://www.academia.edu/6635586/ANTROPOLOG%C3%8DA\\_DEL\\_TURISMO.\\_La\\_industria\\_sin\\_chimeneas\\_-\\_2013](https://www.academia.edu/6635586/ANTROPOLOG%C3%8DA_DEL_TURISMO._La_industria_sin_chimeneas_-_2013) (último acceso: 8 de septiembre de 2018).
- Gutiérrez, D. (2010): “Las actitudes de los residentes ante el turismo”, Universidad de la Laguna. Disponible online en: <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/2117> (último acceso: 20 de agosto de 2018).

- Hiernaux, D. e Imelda, C. (2014): “Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación”, *Revista de Geografía Norte Grande*, 58, pp. 55-70. Disponible online en: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-34022014000200004&script=sci\\_arttext&tlng=pt](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-34022014000200004&script=sci_arttext&tlng=pt) (último acceso: 8 de septiembre de 2018).
- López Palomeque, F. (2015): “Barcelona, de ciudad con turismo a ciudad turística. Notas sobre un proceso complejo e inacabado”, *Documents d’Anàlisi Geogràfica*, vol. 61/3, pp. 483-506. Disponible online en: <https://www.raco.cat/index.php/DocumentsAnalisi/article/view/298599> (último acceso: 30 de agosto de 2018).
- Marchena Gómez, M. y Repiso Rubio, F. (1999): “Turismo cultural: el caso de Sevilla”, *Cuadernos de Turismo*, 4, pp. 33-50. Disponible online en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/22921> (último acceso: 15 de agosto de 2018).
- Marchena Gómez, M. (2000): Patrimonio y ciudad: nuevos escenarios de promoción y gestión del turismo urbano europeo. Disponible online en: [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/48267/Patrimonio\\_y\\_ciudad\\_nuevos\\_escenarios\\_de.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/48267/Patrimonio_y_ciudad_nuevos_escenarios_de.pdf?sequence=1) (último acceso: 15 de agosto de 2018).
- Marrero Rodríguez, J. R. y Huete Nieves, R. (2013): “La opinión pública sobre el empleo turístico en la Comunidad Valenciana”, *Cuadernos de turismo*, 32, pp. 189-206. Disponible online en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/177521> (último acceso: 10 de octubre de 2018).
- Martins. M. (2018): “Tourism Planning and Tourismphobia: An Analysis of the Strategic Tourism Plan of Barcelona 2010-2015”, *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, Vol. 4, No. 1, pp. 3-7. Disponible online en: <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/88203/> (último acceso: de 2018).
- Monterrubio Cordero J. C. (2009): “Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión Turística”, *Gestión Turística*, 11, pp. 101-111. Disponible online en: <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n11/art06.pdf> (último acceso 8 de septiembre de 2018).
- Monterrubio C. y Osorio García M. (2017): “Actitudes locales ante el turismo residencial: Un análisis basado en la matriz de actitudes y comportamiento”, *El Periplo Sustentable*, 33, pp. 221-250. Disponible online en:

<http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n33/1870-9036-eps-33-221.pdf> (último acceso: 8 de septiembre de 2018).

Organización Mundial del Turismo, Centre of Expertise Leisure, Tourism & Hospitality, NHTV Breda University of Applied Sciences, y NHL Stenden University of Applied Sciences (2018): ‘Overtourism’? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary, UNWTO, Madrid, Disponible online en: <https://doi.org/10.18111/9789284420070> (último acceso: 2 de noviembre de 2018).

Pi-Sunyer, O. (2013): “Cómo vemos a los turistas”, *Antropología del turismo. La industria sin chimeneas*, Cuzco, Perú: TINKUY, pp. 21-39. Disponible online en: [https://www.academia.edu/6635586/ANTROPOLOG%C3%8DA\\_DEL\\_TURISMO.\\_La\\_industria\\_sin\\_chimeneas\\_-\\_2013](https://www.academia.edu/6635586/ANTROPOLOG%C3%8DA_DEL_TURISMO._La_industria_sin_chimeneas_-_2013) (último acceso: 8 de septiembre de 2018).

Postma, A. y Schmuecker, D. (2017): "Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework", *Journal of Tourism Futures*, Vol. 3 Issue: 2, pp.144-15. Disponible online en: <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/JTF-04-2017-0022> (último acceso: 15 de septiembre de 2018).

Royo Vela, M. y Ruiz Molina, M.E. (2009): “Actitud del residente hacia el turismo y el turista: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural”, *Cuadernos de turismo*, 23, pp. 217-236. Disponible online en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70111> (último acceso: 30 de julio de 2018).

Sánchez Gómez, L. A. (2006): “África en Sevilla: la exhibición colonial de la Exposición Iberoamericana de 1929”, *HISPANIA*, vol. LXVI, 224, pp. 1045-1082. Disponible online en: <http://hispania.revistas.csic.es/index.php/hispania/article/view/29> (último acceso: 19 de septiembre de 2018).

Santana Turégano, M. A. (2005): “Turismo, empleo y desarrollo”, *Pappers*, 77, pp. 79-104. Disponible online en: <https://www.raco.cat/index.php/Papers/article/viewFile/52751/60701> (último acceso: 20 de octubre de 2018).

Troitiño Vinuesa, M. A. (1995): “El turismo en las ciudades históricas”, *Polígonos*, 5, pp. 49-66. Disponible online en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=169458> (último acceso: 10 de octubre de 2018).



- Troitiño Vinuesa, M. A. (1998): “Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas”, *Ería*, 47, pp. 211-227. Disponible online en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=34882> (último acceso: 10 de octubre de 2018).
- Turker, N. (2013): “Host Community Perceptions of Tourism Impacts: A Case Study on the World Heritage City of Safranbolu, Turkey”, *Revista de cercetare si interventie sociala*, vol. 43, pp. 115-141. Disponible online en: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=165930> (último acceso: 29 de julio de 2018).
- Vargas Sánchez, A., Porras Bueno, N., Plaza Mejía, M. A. y Riquel Ligeró, F. (2008): “Turismo enológico: comportamiento del turista y percepción de la población residente”, *Pappers de Turisme*, 43-44, pp. 97-111. Disponible online en: <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/50/46> (último acceso: 3 de agosto de 2018).
- Wall, G. y Mathieson, A. (2006): *Tourism: Change, Impacts and Opportunities*, Harlow: Pearson Education Limited.

## **ANEXO**

### **Cuestionario planteado a la comunidad receptora**

## Encuesta: ¿Cómo percibe la población residente el turismo en el centro de Sevilla?

Esta encuesta va dirigida a los residentes y/o trabajadores del centro de Sevilla, los cuales perciben de primera mano las consecuencias del turismo. El objetivo de la investigación es conocer la percepción de la población residente sobre el turismo en el centro de la ciudad de Sevilla.

- Perfil del encuestado (estas preguntas aportarán valor a los resultados de la investigación)

Reside en el centro de Sevilla ☐

Trabaja en el centro de Sevilla ☐

Barrio del centro en el que reside y/o trabaja: \_\_\_\_\_

Edad del encuestado: menos de 25 ☐ 26-36 ☐ 37-47 ☐ 48-58 ☐ 59 o más ☐

Ocupación: \_\_\_\_\_ ¿relacionada con el turismo? Si ☐ No ☐

- Preguntas a responder. Indique en la escala el nivel de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el turismo en su ciudad (1 = totalmente en desacuerdo; 2 = en desacuerdo; 3 = ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4 = de acuerdo; 5 = totalmente de acuerdo).

|                                                                                        | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. El comportamiento de los turistas es adecuado                                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Es positivo para la oferta de ocio de la ciudad                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Aumenta el precio de bares y restaurantes en el centro                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Afecta negativamente al pequeño comercio del centro                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Genera puestos de trabajo                                                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Crea empleo de calidad                                                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Los ingresos generados llegan a todos los habitantes                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. Contribuye a la conservación del medio ambiente                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9. Provoca la subida en el precio del alquiler en el centro                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 10. Dificulta el acceso a una vivienda en el centro                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 11. Provoca un intercambio cultural positivo                                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 12. Fortalece los valores de la cultura local (gastronomía, tradiciones, folklore...)  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 13. Provoca la saturación del espacio público                                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 14. Dificulta la movilidad de las personas por el centro                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 15. Ayuda a mejorar las infraestructuras de la ciudad (parques, calles, carreteras...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 16. Contribuye a la conservación del patrimonio                                        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 17. Dificulta el acceso de los residentes al patrimonio                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 18. Ayuda a mejorar los servicios públicos (sanidad, transporte, limpieza...)          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 19. Es positivo para la economía de la ciudad                                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 20. Afecta negativamente a la vida de barrio                                           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |