



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Programa de Doctorado en Ciencias Sociales y Jurídicas

Línea de Investigación: Tendencias Actuales del Derecho y la Economía

TESIS DOCTORAL

**ANÁLISIS DEL APOYO AL TURISMO SOSTENIBLE EN ZONAS RURALES
CON POTENCIAL PARA EL DESARROLLO DEL AGROTURISMO. UN
ESTUDIO DE CASO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA**

*ANALYSIS OF SUPPORT FOR SUSTAINABLE TOURISM IN RURAL AREAS WITH
POTENTIAL FOR THE DEVELOPMENT OF AGRO-TOURISM. A CASE STUDY IN THE
DOMINICAN REPUBLIC*

Doctorando

José Manuel Taveras

Directores

Dr. Don Salvador Moral Cuadra

Dr. Don Francisco Orgaz Agüera

Córdoba, marzo de 2022

TITULO: ANÁLISIS DEL APOYO AL TURISMO SOSTENIBLE EN ZONAS RURALES CON POTENCIAL PARA EL DESARROLLO DEL AGROTURISMO. UN ESTUDIO DE CASO EN LA REPUBLICA DOMINICANA

AUTOR: *José Manuel Taveras*

© Edita: UCOPress. 2022
Campus de Rabanales
Ctra. Nacional IV, Km. 396 A
14071 Córdoba

<https://www.uco.es/ucopress/index.php/es/ucopress@uco.es>



TÍTULO DE LA TESIS: ANÁLISIS DEL APOYO AL TURISMO SOSTENIBLE EN ZONAS RURALES CON POTENCIAL PARA EL DESARROLLO DEL AGROTURISMO. UN ESTUDIO DE CASO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

DOCTORANDO: José Manuel Taveras

INFORME RAZONADO DEL/DE LOS DIRECTOR/ES DE LA TESIS

La presente investigación se ha llevado a cabo un análisis centrado en las diferentes relaciones existentes en torno al agroturismo y su potencial para su desarrollo en la región noroeste de la República Dominicana.

El estudio ha sido llevado a cabo a través de una metodología basada en ecuaciones estructurales, estableciéndose una serie de hipótesis para determinar si se soportan o no las diferentes relaciones causales planteadas y argumentadas en diferentes capítulos de la investigación.

Mediante se realizaba la Tesis Doctoral, el doctorando ha publicado diversos artículos y ha participado en diferentes congresos y simposios, como posteriormente se muestra. El doctorando ha ido cumpliendo escrupulosamente los plazos propuestos y consensuados con los directores de la Tesis Doctoral, siguiendo a la perfección el cronograma marcado por los directores.

Las publicaciones y participaciones en congresos y simposios han sido los siguientes:

- **Taveras, J.M.** (2022). El apoyo de los residentes al desarrollo del agroturismo en el noroeste de la República Dominicana. *Investigaciones Turísticas*. En

edición, aceptado para publicación. Revista indexada en Scopus Q4 y clasificada B en CIRC.

- **Taveras, J.M.** (2021). El agroturismo como herramienta para el desarrollo sostenible en la región noroeste de la República Dominicana. Jornadas de Investigación y Desarrollo, Universidad Tecnológica de Santiago, UTESA, Santiago de los Caballeros, República Dominicana, 22-23 de noviembre de 2021.
- **Taveras, J.M., & Moral-Cuadra, S.** (2020). Valoración del apoyo al desarrollo del agroturismo sostenible a través del apego a la comunidad, las percepciones y la participación de los residentes. *Revista Espacios*, 41(50), 1-12. Revista indexada en Catálogo Latindex y clasificada C en CIRC.
- **Taveras, J.M.** (2019). El agroturismo. Un nuevo modelo de diversificación económica en la provincia Valverde, República Dominicana. *Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales*, 4(4), 50-55. Revista indexada en Directorio Latindex.
- **Taveras, J.M.** (2017). La mano de obra extranjera como motor de desarrollo del turismo agroindustrial de la región noroeste de la República Dominicana. *TURyDES, Revista de Turismo y Desarrollo Local*, 10(23), 1-6. Revista indexada en Catálogo Latindex.

Por todo lo anterior, se autoriza la presentación de la Tesis Doctoral.

Córdoba, a 25 de enero de 2022

Firma de los directores



Fdo: Salvador Moral Cuadra



Fdo.: Francisco Orgaz Agüera



TÍTULO DE LA TESIS: ANÁLISIS DEL APOYO AL TURISMO SOSTENIBLE EN ZONAS RURALES CON POTENCIAL PARA EL DESARROLLO DEL AGROTURISMO. UN ESTUDIO DE CASO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA.

DOCTORANDO/A: JOSÉ MANUEL TAVERAS

INFORME RAZONADO DEL TUTOR

El doctorando José Manuel Taveras ha mostrado un enorme interés y dedicación a la investigación que se presenta, llevando a cabo un trabajo metódico que le ha llevado a la publicación de diferentes artículos en revistas indexadas así como la participación en diferentes congresos. Es por ello que no hago más que refrendar a través de este informe lo ya indicado, y con acierto, por los directores de la tesis doctoral, los Doctores Moral Cuadra y Orgaz Agüera.

Por todo ello, se autoriza la presentación de la tesis doctoral.

Córdoba, a 04 de Marzo de 2022

Firma del responsable de línea de investigación

SANCHEZ
CAÑIZARES
SANDRA MARIA
- 44354905A

Firmado digitalmente
por SANCHEZ
CAÑIZARES SANDRA
MARIA - 44354905A
Fecha: 2022.03.06
19:58:49 +01'00'

Fdo.: Sandra M^a Sánchez Cañizares

AGRADECIMIENTOS

El llevar a cabo esta Tesis Doctoral ha sido el resultado de un gran esfuerzo desarrollado por años. En este proceso he conocido y compartido espacios de tiempos y experiencias inolvidables con diferentes personas que han hecho más manejable este periodo, lo que resulta que, sin ellos, no hubiese sido posible alcanzar esta meta.

Agradecer en primer lugar, a Dios, por la existencia y la fuerza que me ha dado para seguir adelante, a pesar de las amenazas en las que nos hemos visto envueltos en los últimos años.

Dar gracias a mis tutores y directores de tesis, Don Miguel Medina Viruel, Don Salvador Moral Cuadra y Don Francisco Orgaz Agüera, por el apoyo incondicional que me han brindado durante este proceso formativo, sin ellos, no hubiese sido posible la realización de esta Tesis.

A mis universidades, Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA, Recinto Mao) y UAPA-Santiago, por acogerme como maestro y por motivarme al mundo de la investigación, donde he escrito producciones científicas en nombre de dichas universidades.

De igual forma a mi familia, mi esposa, mis hijas, nietas, mis padres y hermanos, que muchas veces me han visto partir, hacia otros destinos a compartir y buscar nuevas experiencias cognoscitivas.

No puedo pasar por alto a mis profesores, tanto de la República Dominicana como de la madre patria España, de lo que recibí mi formación académica con la que cuento hoy día.

A mi amigo Gerson Muños, el cual me ha dado soporte en los momentos de agotamiento que he pasado.

Gracias a todos.

RESUMEN

El turismo sostenible es la tipología turística que más importancia ha alcanzado en las últimas décadas, como una respuesta a un modelo tradicional que solo se ha centrado en la concentración de grandes masas de personas, que terminan repercutiendo de forma negativa en torno al equilibrio que debe existir en los destinos. El turismo sostenible implica la participación de una serie de modelos turísticos que han hecho posible la diversificación de la oferta, donde cabe destacar el agroturismo como una de las tendencias clave. El agroturismo constituye una opción de diversificación de las actividades agroindustriales, con lo cual no solo se benefician los propietarios de esos emprendimientos, sino también otros pobladores rurales que gracias a la actividad tienen nuevas fuentes de empleo e ingresos, siendo estos argumentos adicionales para permanecer en los espacios rurales en los que han nacido o se han criado. Los objetivos de esta investigación se han clasificado en dos bloques: teóricos y empíricos. Los objetivos teóricos de la investigación ha sido realizar una revisión de la literatura científica para conocer la conceptualización y antecedentes de los impactos del turismo; realizar una revisión de la literatura científica para conocer la conceptualización y antecedentes del agroturismo; presentar la evolución del turismo en la República Dominicana; y profundizar, a través de una revisión bibliográfica, en los diferentes constructos que intervienen en el modelo e hipótesis de esta investigación. Por otro lado, los objetivos empíricos de la investigación han sido determinar si la actitud medioambiental influye tanto en las percepciones positivas como negativas hacia el desarrollo del turismo; conocer si las percepciones positivas hacia el turismo influyen tanto en la actitud hacia el turismo, como a la actitud hacia los turistas y a la participación en la comunidad; determinar si las percepciones negativas hacia el turismo influyen tanto en la actitud hacia el turismo, como a la actitud hacia los turistas y a la participación en la comunidad; conocer si el apego a la comunidad influye tanto en las percepciones positivas como negativas hacia el desarrollo del turismo; determinar si la satisfacción con el destino, las oportunidades para desarrollar el turismo y el conocimiento y conciencia sobre la naturaleza influyen en la participación de la comunidad en el turismo; conocer si la actitud hacia el turismo, el apego a la comunidad, la actitud hacia los turistas y la participación en la comunidad influyen en el apoyo al desarrollo del turismo; determinar si el conocimiento sobre turismo influye en la confianza política para el desarrollo del turismo; conocer si la confianza política para el desarrollo del turismo y la satisfacción con la calidad de vida de los residentes influyen en su apoyo hacia el desarrollo del turismo; evaluar la validez y fiabilidad del instrumento de medida para conformar el

modelo planteado; y medir las relaciones existentes entre cada uno de los constructos del modelo planteado. La metodología de la investigación ha consistido en el diseño, validación y aplicación de un instrumento cuantitativo, el cual ha sido aplicado a residentes de las comunidades locales de la provincia Valverde (noroeste de la República Dominicana). Se obtuvieron 560 encuestas válidas, las cuales se tabularon en el programa Microsoft Excel y se analizaron mediante el programa SPSS, en su versión 24.0. Las hipótesis planteadas fueron analizadas a través del programa SmartPLS, en su versión 3.2.8. El contraste de hipótesis realizado ha puesto de manifiesto la influencia de las actitudes medioambientales sobre las percepciones positivas y sobre las percepciones negativas. De igual forma, se ha evidenciado la influencia del apego a la comunidad sobre las percepciones positivas. Las percepciones positivas, por otro lado, influyen tanto en la actitud hacia el turismo como en la actitud hacia los turistas y en la participación de la comunidad. También se han soportado aquellas hipótesis que indicaban una influencia de la satisfacción con el destino y del conocimiento y conciencia sobre la participación de la comunidad. Por otro lado, se evidencia la influencia del conocimiento del turismo sobre la confianza en las políticas turísticas. Finalmente, se ha evidenciado la relación (positiva) de la actitud hacia el turismo, el apego a la comunidad, la actitud hacia los turistas y la participación de la comunidad sobre el apoyo al desarrollo del turismo. Estas conclusiones han generado implicaciones dirigidas a los principales actores del turismo (y agroturismo) de la región.

ABSTRACT

Sustainable tourism is the most important tourist typology in recent decades, as a response to a traditional model that has only focused on the concentration of large masses of people, which end up having a negative impact on the balance that must exist in the destinations. Sustainable tourism implies the participation of a series of tourism models that have made possible the diversification of the offer, where agrotourism should be highlighted as one of the key trends. Agrotourism constitutes an option for the diversification of agro-industrial activities, with which not only the owners of these enterprises benefit, but also other rural inhabitants who thanks to the activity have new sources of employment and income, these being additional arguments to remain in the rural spaces in which they were born or raised. The objectives of this research have been classified into two blocks: theoretical and empirical. The theoretical objectives of the research have been to carry out a review of the scientific literature to know the conceptualization and antecedents of the impacts of tourism; carry out a review of the scientific literature to know the conceptualization and antecedents of agrotourism; present the evolution of tourism in the Dominican Republic; and to deepen, through a bibliographic review, in the different constructs that intervene in the model and hypothesis of this investigation. The empirical objectives of the research have been to determine if the environmental attitude influences both the positive and negative perceptions towards the development of tourism; know if positive perceptions towards tourism influence both the attitude towards tourism, as well as the attitude towards tourists and participation in the community; determine if negative perceptions towards tourism influence both the attitude towards tourism, as well as the attitude towards tourists and participation in the community; know if attachment to the community influences both positive and negative perceptions towards the development of tourism; determine whether satisfaction with the destination, opportunities to develop tourism, and knowledge and awareness about nature influence community participation in tourism; know if the attitude towards tourism, attachment to the community, attitude towards tourists and participation in the community influence support for tourism development; determine if knowledge about tourism influences political confidence for tourism development; know if political trust for the development of tourism and satisfaction with the quality of life of residents influence their support for the development of tourism; evaluate the validity and reliability of the measurement instrument to conform the proposed model; and measure the existing relationships between each of the constructs of the proposed model. The research methodology consisted of the design, validation, and application of a

quantitative instrument, which has been applied to residents of local communities in the Valverde province (northwest of the Dominican Republic). 560 valid surveys were obtained, which were tabulated in the Microsoft Excel program and analyzed using the SPSS program, version 24.0. The hypotheses raised were analyzed through the SmartPLS program, version 3.2.8. The hypothesis testing carried out has revealed the influence of environmental attitudes on positive and negative perceptions. Similarly, the influence of attachment to the community on positive perceptions has been evidenced. Positive perceptions, on the other hand, influence both the attitude towards tourism and the attitude towards tourists and community participation. The influence of satisfaction with the destination and knowledge and awareness on community participation has also been evidenced. On the other hand, the influence of tourism knowledge on confidence in tourism policies is evidenced. Finally, the (positive) relationship of attitude towards tourism, attachment to the community, attitude towards tourists and community participation on supporting tourism development has been evidenced. These conclusions have generated implications for the main tourism (and agro-tourism) actors in the region.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN GENERAL Y PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	29
INTRODUCCIÓN.....	31
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA DE ESTUDIO	34
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	37
ESTRUCTURA Y PLANIFICACIÓN DE LA TESIS DOCTORAL	39
CAPÍTULO I. IMPACTOS DEL TURISMO.....	41
1.1. CONCEPTOS Y CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO.....	42
1.2. IMPACTOS ECONÓMICOS	44
1.3. IMPACTOS SOCIALES	47
1.4. IMPACTOS AMBIENTALES.....	50
1.5. TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE.....	52
CAPÍTULO II. EL AGROTURISMO.....	59
2.1. DEFINICIÓN DE AGROTURISMO	60
2.2. CARACTERÍSTICA DEL AGROTURISMO.....	65
2.3. COMPONENTES DEL AGROTURISMO	67
2.4. BUENAS PRÁCTICAS INTERNACIONALES DE AGROTURISMO	69
2.5. POTENCIALIDADES DEL AGROTURISMO EN REPÚBLICA DOMINICANA	71
CAPÍTULO III. EL TURISMO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA.....	77
3.1. PRESENTACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO	78
3.2. EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA	80
3.3. MARCO LEGAL DEL TURISMO	81
3.4. DESARROLLO ECONÓMICO EN LA PROVINCIA VALVERDE.....	84
CAPÍTULO IV. PLANTEAMIENTO DEL MODELO E HIPÓTESIS.....	89
4.1. ACTITUD MEDIOAMBIENTAL Y PERCEPCIÓN HACIA EL TURISMO.....	90
4.2. PERCEPCIONES HACIA EL TURISMO, ACTITUD HACIA EL TURISMO, ACTITUD HACIA LOS TURISTAS Y PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD.....	91
4.3. APEGO A LA COMUNIDAD Y PERCEPCIONES HACIA EL DESARROLLO DEL TURISMO.....	96
4.4. SATISFACCIÓN CON EL DESTINO, OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO Y CONOCIMIENTO SOBRE NATURALEZA	98
4.5. APOYO AL DESARROLLO DEL TURISMO	99

4.6. RESUMEN DE HIPÓTESIS Y PRESENTACIÓN DEL MODELO ESTRUCTURAL PROPUESTO	103
CAPÍTULO V. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	107
5.1. OBJETIVOS EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	109
5.2. POBLACIÓN, MUESTRA Y LUGAR DE LA INVESTIGACIÓN.....	110
5.3. DISEÑO Y VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	112
5.4. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS EMPLEADAS	118
CAPÍTULO VI. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS.....	119
6.1. ANÁLISIS PRELIMINAR DE LOS DATOS.....	120
6.1.1. Análisis de fiabilidad de la escala. Alfa de Cronbach	120
6.1.2. Perfil sociodemográfico de la muestra	121
6.1.3. Análisis descriptivo de las variables del modelo.....	123
6.1.4. Análisis preliminar del perfil sociodemográfico.....	141
6.2. EL MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS PARCIALES (MCP). BREVE INTRODUCCIÓN A LOS MODELOS DE ECUACIONES ESTRUCTURALES	147
6.3. VALORACIÓN DEL MODELO	149
6.3.1. Valoración del modelo de medida	150
CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	179
CONCLUSIONES GENERALES.....	181
Conclusiones teóricas.....	181
Conclusiones empíricas	184
IMPLICACIONES PARA LA GESTIÓN	187
LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	188
BIBLIOGRAFÍA.....	189
<i>ANEXOS 1: Cuestionario.....</i>	<i>223</i>

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Temáticas y principales autores de estudios sobre turismo en República Dominicana.....	36
Tabla 2. Resumen de los principales impactos económicos del turismo	457
Tabla 3. Resumen de los principales impactos socioculturales del turismo.....	491
Tabla 4. Resumen de los principales impactos medioambientales del turismo.....	524
Tabla 5. Estudios de los indicadores del cuestionario de la investigación	113
Tabla 6. Constructos e indicadores del modelo	114
Tabla 7. Alfa de Cronbach. Análisis preliminar de fiabilidad.....	121
Tabla 8. Perfil sociodemográfico muestral.....	122
Tabla 9. Análisis preliminar de datos	123
Tabla 10. Porcentajes y frecuencias observadas de cada ítem	135
Tabla 11. Perfil sociodemográfico.....	142
Tabla 12. Propósitos y objetivos de PLS.....	149
Tabla 13. Fiabilidad y validez individual del constructo. Compuestos Modo A	151
Tabla 14. Fiabilidad y validez individual del constructo. Situación inicial de los compuestos Modo B	1546
Tabla 15. Fiabilidad y validez individual del constructo. Situación final de los compuestos Modo B	1568
Tabla 16. Consistencia interna de los compuestos	158
Tabla 17. Validez convergente. Varianza Extraída Media.....	159
Tabla 18. Validez discriminante. Criterio de Fornell-Larcker	160
Tabla 19. Validez discriminante. Cargas Cruzadas.....	161
Tabla 20. Validez discriminante. Ratio Heterotrait-Monotrait.....	164
Tabla 21. Multicolinealidad.....	165
Tabla 22. Poder predictivo del modelo. Coeficiente de determinación (R^2) y significancia	166
Tabla 23. Varianza explicada	1679
Tabla 24. Validación del PLS_predict.....	1691
Tabla 25. Tamaño de efecto (f^2) y comparación con el coeficiente de determinación (R^2)	171
Tabla 26. Contraste de hipótesis.....	173
Tabla 27. Resumen de las hipótesis planteadas en el modelo	1746

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Esquema de la estructura de la Tesis Doctoral.....	402
Ilustración 2. Aproximación a las características del agroturismo.....	657
Ilustración 3. Ubicación de los polos turísticos en República Dominicana	791
Ilustración 4. Gráfica de crecimiento de República Dominicana en llegadas de turistas internacionales.....	813
Ilustración 5. Modelo estructural propuesto.....	1057
Ilustración 6. Zona objeto de estudio.....	1113
Ilustración 7. Fases del proceso de validación	112
Ilustración 8. Técnicas de análisis de datos empleadas.....	118
Ilustración 9. Promedio de los ítems de la variable Actitud hacia el turismo (ATmo).....	12830
Ilustración 10. Promedio de los ítems de la variable Actitud hacia los turistas (Atas).....	12833
Ilustración 11. Promedio de los ítems de la variable Actitud medioambiental (AA). 1291	
Ilustración 12. Promedio de los ítems de la variable Apego a la comunidad (ApegoCom).....	129
Ilustración 13. Promedio de los ítems de la variable Apoyo al desarrollo del turismo (ApoyoTmo).....	1302
Ilustración 14. Promedio de los ítems de la variable Confianza en políticas turísticas (CPTas).....	130
Ilustración 15. Promedio de los ítems de la variable Conocimiento del turismo (CTmo).....	1313
Ilustración 16. Promedio de los ítems de la variable Conocimiento y Conciencia (CC).....	131
Ilustración 17. Promedio de los ítems de la variable Oportunidades (OP)	1324
Ilustración 18. Promedio de los ítems de la variable Participación de la comunidad (PartCom).....	1335
Ilustración 19. Promedio de los ítems de la variable Percepciones Positivas (PP).....	133
Ilustración 20. Promedio de los ítems de la variable Percepciones Negativas (PN)....	134
Ilustración 21. Promedio de los ítems de la variable Satisfacción con el destino (SatDest).....	134
Ilustración 22. Promedio de los ítems de la variable Satisfacción con la calidad de vida (SQL).....	135
Ilustración 23. Género	143

Ilustración 24. Provincia de residencia.....	143
Ilustración 25. Edad.....	144
Ilustración 26. Nivel de estudios	144
Ilustración 27. Sueldo mensual.....	145
Ilustración 28. Personas convivientes en el núcleo familiar.....	145
Ilustración 29. ¿Trabaja?	146
Ilustración 30. ¿Trabaja en agricultura?	146
Ilustración 31. ¿Trabaja en turismo?	147
Ilustración 32. Conceptualización SEM	148
Ilustración 33. Modelo estructural final	1769

INTRODUCCIÓN GENERAL Y PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

INTRODUCCIÓN

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA DE ESTUDIO

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

ESTRUCTURA Y PLANIFICACIÓN DE LA TESIS DOCTORAL

INTRODUCCIÓN

El turismo sostenible es la tipología turística que más importancia ha alcanzado en las últimas décadas, como una respuesta a un modelo tradicional que solo se ha centrado en la concentración de grandes masas de personas, que terminan repercutiendo de forma negativa en torno al equilibrio que debe existir en los destinos. Esto hace que este trabajo de investigación se base en desarrollar un marco metodológico orientado a la búsqueda de la sostenibilidad en la zona objeto de estudio, así como ver el papel que juega el agroturismo en el desarrollo del destino.

Hablar de sostenibilidad implica minimizar el impacto negativo provocado por la acción turística (Inskeep, 1991; Butler, 1991). Esta nueva tendencia turística fue definida, en el 41 Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST), como un turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos, y debe integrar las actividades económicas y recreativas con el objetivo de buscar la conservación de los valores naturales y culturales (Jiménez, 2006). Para que esto pueda ser posible, se requiere de la participación de la comunidad en la valoración de su propio patrimonio (Nicholas *et al.*, 2009). En este sentido, el turismo sostenible implica la participación de una serie de modelos turísticos que han hecho posible la diversificación de la oferta, donde cabe destacar el agroturismo como una de las tendencias clave.

La provincia Valverde (República Dominicana) tiene una gran extensión en cultivos, entre lo que cabe mencionar las rutas de banano, de arroz, y grandes extensiones de fincas de ganado, lo cual es clave para desarrollar un agroturismo con niveles de sostenibilidad. El agroturismo constituye una opción de diversificación de las actividades agroindustriales, con lo cual no solo se benefician los propietarios de esos emprendimientos, sino también otros pobladores rurales que gracias a la actividad tienen nuevas fuentes de empleo e ingresos, siendo estos argumentos adicionales para permanecer en los espacios rurales en los que han nacido o se han criado (Riveros y Blanco, 2003).

Partiendo de un nuevo enfoque en el estilo de vida de los moradores, así como el incremento en sus niveles de conciencia, hay que reconocer que la sostenibilidad es un concepto en evolución constante, que ha propiciado cambios favorables en la actividad turística y que exige la reformulación de la oferta conforme surgen crisis ambientales, sociales, económicas, políticas o culturales o bien los destinos descubren que para lograr un mayor número de afluencia requieren conceptos sustentablemente atractivos para los turistas, como bien lo apuntan Vargas *et al.* (2010).

El agroturismo generalmente se practica en grupo; el turista busca pernoctar en hogares campesinos habilitados o bien en campamentos establecidos en zonas agrícolas, lo que implica un potencial de desarrollo en todos los aspectos, pero especialmente en lo económico, ya que la provincia de Valverde no ha experimentado este tipo de hospedaje, lo que representa una diversificación en el sistema de alojamiento y una nueva alternativa que puede ser aprovechada por los moradores.

También debe tenerse presente que si una región llega a desarrollarse como destino turístico es debido a que la población de la región considera que obtiene con ello unos beneficios que superan los costes e inconvenientes generados (Gursoy *et al.*, 2002). Esto último es una obviedad que explica la Teoría del Intercambio Social y que, por desgracia, se olvida con demasiada frecuencia. Estas dos razones son las que justifican la importancia de conocer las actitudes de los residentes si se desea una gestión de los destinos turísticos que permita su sostenibilidad a largo plazo.

Algunos estudios (Gursoy *et al.*, 2002; Gursoy y Rutherford, 2004) indican que el apoyo de los residentes al turismo viene dado por sus actitudes ambientales. También hay estudios (Gursoy *et al.*, 2002; Nicholas *et al.*, 2009) que han utilizado los beneficios y

costos percibidos como variables mediadoras para el apoyo al desarrollo turístico. Por tanto, las compensaciones económicas, socioculturales y ambientales, tal como las perciben los residentes, contribuyen a determinar el apoyo al desarrollo del turismo (Yoon *et al.*, 2001; Ko y Stewart, 2002; Jurowski y Gursoy, 2004). Las actitudes influyen indirectamente en el apoyo al desarrollo del turismo sostenible (Nicholas *et al.*, 2009), donde los residentes valoran el hecho de que el turismo ayuda a preservar los recursos rurales (Andereck y Nyaupane, 2011).

Por otro lado, la relación entre el apego a la comunidad de los residentes y su apoyo al desarrollo turístico no ha quedado claramente establecida en la literatura científica, si embargo, sí existen estudios que indican que el apego a la comunidad afecta de forma directa y significativa al apoyo al desarrollo turístico (Um y Crompton, 1987; Gursoy y Rutherford, 2004; Nicholas *et al.*, 2009). Otros autores (Gursoy *et al.*, 2002; Choi y Murray, 2010) no han encontrado significativa esa relación. También, se ha planteado que los beneficios y costes percibidos por turismo sean variables mediadoras en la relación entre el apego a la comunidad y el apoyo al desarrollo turístico (Gursoy *et al.*, 2002; Gursoy y Rutherford, 2004; Gursoy y Kendall, 2006; Nicholas *et al.*, 2009; Gursoy *et al.*, 2010; Lee, 2013).

Adicionalmente, se ha evaluado el apoyo de los residentes al desarrollo turístico, concentrándose en el grado en el que estos residentes estaban involucrados en la actividad turística (Gursoy *et al.*, 2002; Gursoy y Rutherford, 2004; Gursoy y Kendall, 2006; Kaltenborn *et al.*, 2008; Nicholas *et al.*, 2009; Látková y Vogt, 2012; Fun *et al.*, 2014; Šegota *et al.*, 2017; Rasoolimanesh *et al.*, 2017; Ng y Feng, 2020; Aly *et al.*, 2021). Desde el punto de vista del papel que la implicación en la comunidad tiene como antecedente al apoyo al desarrollo turístico, algunos investigadores han analizado su papel como variable antecedente del apoyo al desarrollo turístico, estableciendo como variable mediadora los beneficios y costes percibidos (Nicholas *et al.*, 2009; Lee, 2013), aunque los resultados de estos estudios no han sido concluyentes. No se ha comprobado una relación directa entre la implicación de la comunidad y el apoyo al desarrollo turístico, debido a que hay estudios que apoyan esta relación (Nicholas *et al.*, 2009), pero hay otros que no encuentran esta relación significativa (Lee, 2013).

La participación en el proceso de desarrollo del turismo puede mejorar la conciencia de los residentes sobre los beneficios y los costos del turismo, lo que influye en su apoyo al desarrollo del turismo (Rasoolimanesh *et al.*, 2017). La participación de la

comunidad local ofrece nuevas oportunidades a los residentes para movilizar sus capacidades como actores sociales y no como sujetos pasivos, para tomar decisiones y controlar las actividades que afectan sus vidas (Thongma *et al.*, 2011). La participación en el proceso de toma de decisiones beneficia a la comunidad local y aumenta su respeto por su estilo de vida y valores tradicionales (Mitchell y Reid, 2001).

Por lo tanto, existen diversos estudios que han analizado la relación de variables relacionadas con el apoyo al turismo, si bien, la novedad de esta investigación es que se aplica al agroturismo y, en especial, en un país con características especiales: República Dominicana es un país cuyos principales dos sectores económicos son el turismo (sol y playa) y la agricultura, y todavía no se ha explotado en conjunto. Además, aunque el turismo es uno de los principales sectores de la República Dominicana, se deben buscar alternativas para contribuir al desarrollo de las comunidades, puesto que hasta la fecha no existe una relación significativa entre turismo y aliviación de la pobreza en el país (Oviedo-García *et al.*, 2019) y a través del agroturismo se puede explotar nuevas formas de desarrollo comunitario (Nurlaela *et al.*, 2021).

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL TEMA DE ESTUDIO

Es indudable que el turismo sostenible se ha convertido en el motor de cambio de un modelo turístico tradicional, pero también es cierto que el llevar a cabo ese equilibrio representa un gran desafío para los gestores turísticos (Andereck y Nyaupane, 2011). Siguiendo a Castellanos-Verdugo y Orgaz-Agüera (2013), los recursos de índole cultural, patrimonial y natural forman parte de una red de gran valor y riqueza, debiéndose llevar a cabo su promoción y comercialización de manera sostenible, con un objetivo claro: la mejora del desarrollo socioeconómico de las comunidades locales en destino, así como la mejora y conservación de los recursos. Por ello, se hace necesaria la participación y coordinación de todos los agentes locales implicados, destacando las poblaciones locales, teniendo que conformarse como el eje principal de la actividad turística, obteniendo los mayores beneficios, mejorando su calidad de vida a través de la creación de nuevas empresas y, por tanto, el incremento del empleo.

Por ello, cada vez son más frecuentes los modelos sostenibles de gestión del turismo (Muñiz y Brea, 2010), fruto de la incipiente concienciación social en temas

relacionados con la naturaleza y sus posibles impactos socioeconómicos en los destinos. De esta manera, y siguiendo a la Troncoso (1999), los principios definitorios del turismo sostenible hacen referencia a que los recursos, ya sean de índole natural o cultural, se conserven para un uso continuado futuro, reportando un beneficio, y planificándose de forma que no generen perjuicios ambientales y socioculturales, con el objetivo de obtener una conservación y mejora ambiental, manteniendo el nivel de satisfacción de los visitantes (Orgaz-Agüera, 2014).

Es importante considerar que los destinos turísticos compiten por lograr el interés de los turistas y posicionarse en sus preferencias a la hora de seleccionar un destino. De esta forma, incorporar variables de sustentabilidad como una manera de diferenciación de los destinos tradicionales, y de conceptualizar los nuevos, parece ser una de las fórmulas más aceptadas por la demanda internacional, diversificando la oferta frente a los destinos tradicionales, favoreciendo el desarrollo local (Bringas y Ojeda, 2000). La principal motivación del turista que busca experimentar y disfrutar espacios naturales está centrada en actividades ligadas a un sistema de alojamiento rutinario, alimentación sencilla entre otras que buscan minimizar los impactos negativos en torno al medio ambiente (Bringas y Ojeda, 2000).

Cabe destacar que la búsqueda de la sostenibilidad se adquiere con la participación de todos los actores que intervienen en la acción turística, como lo apuntan Šegota *et al.* (2017). Siguiendo el mismo orden, debe existir un mayor compromiso de la comunidad local como dueña de su patrimonio.

Según Moreno y Celis-Sosa (2003), el turismo de sol y playa es la principal tipología turística en República Dominicana, donde destaca el Resort o “todo incluido”, no existiendo necesidad de salir al exterior, ya que dentro de dicho Resort se encuentran todas las comodidades necesarias de cara a la satisfacción completa del turista, si bien, la dependencia de República Dominicana, respecto al turismo de sol y playa es total, siendo necesaria una correcta planificación y diversificación de las actividades turísticas en pro de buscar nuevas tipologías que consigan generar demanda propia de turistas, o bien que se conformen como actividad turística complementaria al turismo de sol y playa. En este sentido, la provincia Valverde presenta potencialidades para desarrollar actividades rurales, específicamente, relacionadas con la agricultura y el turismo, si bien, no existen evidencias científicas sobre el potencial de este turismo en esta región. A nivel del país, en la tabla 1 se muestran los principales estudios desarrollados.

Tabla 1. Temáticas y principales autores de estudios sobre turismo en República Dominicana

Temáticas	Autores
Legislación turística y estrategias de competitividad turística	Villareal y Van Der Horst (2008); Portoreal y Morales (2011); Orgaz (2013)
Ecoturismo	Castellanos-Verdugo y Orgaz-Agüera (2013); Orgaz-Agüera y Cañero (2015); Orgaz-Agüera y Cañero (2016); Castellanos-Verdugo <i>et al.</i> (2016); Oviedo-García <i>et al.</i> (2017); Oviedo-García <i>et al.</i> (2019); Orgaz-Agüera <i>et al.</i> (2020)
Todo incluido	Kermath y Thomas (1992); Moreno y Celis-Sosa (2003); Cabezas (2008); López-Guzmán <i>et al.</i> (2016); Orgaz-Agüera <i>et al.</i> (2016); Oviedo-García <i>et al.</i> (2019)
Enoturismo	Velikova <i>et al.</i> (2013)
Turismo sexual y problemáticas sociales y de salud	Forsythe <i>et al.</i> (1998); Cabezas (2004); Cabezas (2009); Guilamo-Ramos <i>et al.</i> (2013); Krause (2020)
Emprendimiento, desarrollo, y turismo sostenible	Ashley <i>et al.</i> (2005); Roessingh y Duijnhoven (2005); Fermín (2012); Caro-González <i>et al.</i> (2015); Duffy <i>et al.</i> (2016); Meyer (2020a); World Bank (2020); Tägtström y Vikström (2020); Cabrera (2021); Peralta (2021)
Agroturismo	Catalino y Lizardo (2004); Taveras (2017); Taveras (2019); Taveras y Moral-Cuadra (2020); Meyer (2020b)
Turismo y cultura en la zona de Samaná	Skoczen (2008)
Turismo y conservación	Parsons y Draheim (2009); Draheim <i>et al.</i> (2010)
Reputación online hoteles de sol y playa	Cañero <i>et al.</i> (2014); Cañero <i>et al.</i> (2015)
Turismo de golf	Moral <i>et al.</i> (2015)
Turismo gastronómico	Orgaz-Agüera y López-Guzmán (2015a)
Turismo ornitológico	Perdomo <i>et al.</i> (2010); Orgaz-Agüera y López-Guzmán (2015b)
Turismo fronterizo	Jimber <i>et al.</i> (2017); Orgaz-Agüera y Moral-Cuadra (2020)

Fuente: elaboración propia

En la presentación de la tabla anterior se puede observar que la literatura científica en relación con el turismo en la provincia Valverde no tiene interés, y solo se han publicado algunos estudios derivados de esta Tesis Doctoral. Por tanto, el aporte de este estudio será muy significativo, debido a que servirá de fuente de datos y consulta para desarrollar una modalidad turística (agroturismo) basada en estrategias que garanticen la sostenibilidad de la región.

Es indudable que la República Dominicana avanza considerablemente en desarrollar proyectos de infraestructura hotelera, así como otras áreas comerciales. El Ministerio de Turismo de República Dominicana desarrolla políticas con la finalidad de integrar los diferentes lugares de interés turístico y el desarrollo urbano, pero no se han empeñado en desarrollar proyectos que potencialicen el crecimiento de la población y el cuidado del medio ambiente, lo que representa una gran oportunidad para desarrollar ofertas dirigidas a cuidar y valorar los recursos naturales, como es el caso del agroturismo.

El estudio se centra en la provincia Valverde, que cuenta con grandes potenciales turísticos que cobrarían mayor valor si se utilizan las estrategias adecuadas que dinamicen la economía de la zona, motivando la acción viajera y promoviendo un contacto más activo entre turistas potenciales y residentes. En este trabajo se analiza la importancia que cobraría el agroturismo como una nueva oportunidad para desarrollar a plenitud la zona objeto de investigación.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los objetivos de esta investigación se han clasificado en dos bloques: teóricos y empíricos.

Objetivos teóricos de la investigación

- Realizar una revisión de la literatura científica para conocer la conceptualización y antecedentes de los impactos del turismo.
- Realizar una revisión de la literatura científica para conocer la conceptualización y antecedentes del agroturismo.
- Presentar la evolución del turismo en la República Dominicana.

- Profundizar, a través de una revisión bibliográfica, en los diferentes constructos que intervienen en el modelo e hipótesis de esta investigación.

Objetivos empíricos de la investigación

- Determinar si la actitud medioambiental influye tanto en las percepciones positivas como negativas hacia el desarrollo del turismo.
- Conocer si las percepciones positivas hacia el turismo influyen tanto en la actitud hacia el turismo, como a la actitud hacia los turistas y a la participación en la comunidad.
- Determinar si las percepciones negativas hacia el turismo influyen tanto en la actitud hacia el turismo, como a la actitud hacia los turistas y a la participación en la comunidad.
- Conocer si el apego a la comunidad influye tanto en las percepciones positivas como negativas hacia el desarrollo del turismo.
- Determinar si la satisfacción con el destino, las oportunidades para desarrollar el turismo y el conocimiento y conciencia sobre la naturaleza influyen en la participación de la comunidad en el turismo.
- Conocer si la actitud hacia el turismo, el apego a la comunidad, la actitud hacia los turistas y la participación en la comunidad influyen en el apoyo al desarrollo del turismo.
- Determinar si el conocimiento sobre turismo influye en la confianza política para el desarrollo del turismo.
- Conocer si la confianza política para el desarrollo del turismo y la satisfacción con la calidad de vida de los residentes influyen en su apoyo hacia el desarrollo del turismo.
- Evaluar la validez y fiabilidad del instrumento de medida para conformar el modelo planteado.
- Medir las relaciones existentes entre cada uno de los constructos del modelo planteado.

ESTRUCTURA Y PLANIFICACIÓN DE LA TESIS DOCTORAL

Esta investigación se estructura en dos partes, con un estrecho vínculo entre ambas. La primera de las partes enfoca el cimiento teórico del estudio, incluyéndose los impactos del turismo, el agroturismo, el desarrollo del turismo en República Dominicana y los constructos teóricos del modelo planteado en el estudio. En la segunda parte, se enfoca el estudio empírico, incluyéndose el análisis preliminar de los datos, así como las posteriores hipótesis de partida, el modelo planteado, el análisis de datos y las conclusiones que se extraen del mismo estudio. En la ilustración 1 se muestra el esquema estructural de los capítulos de la Tesis.

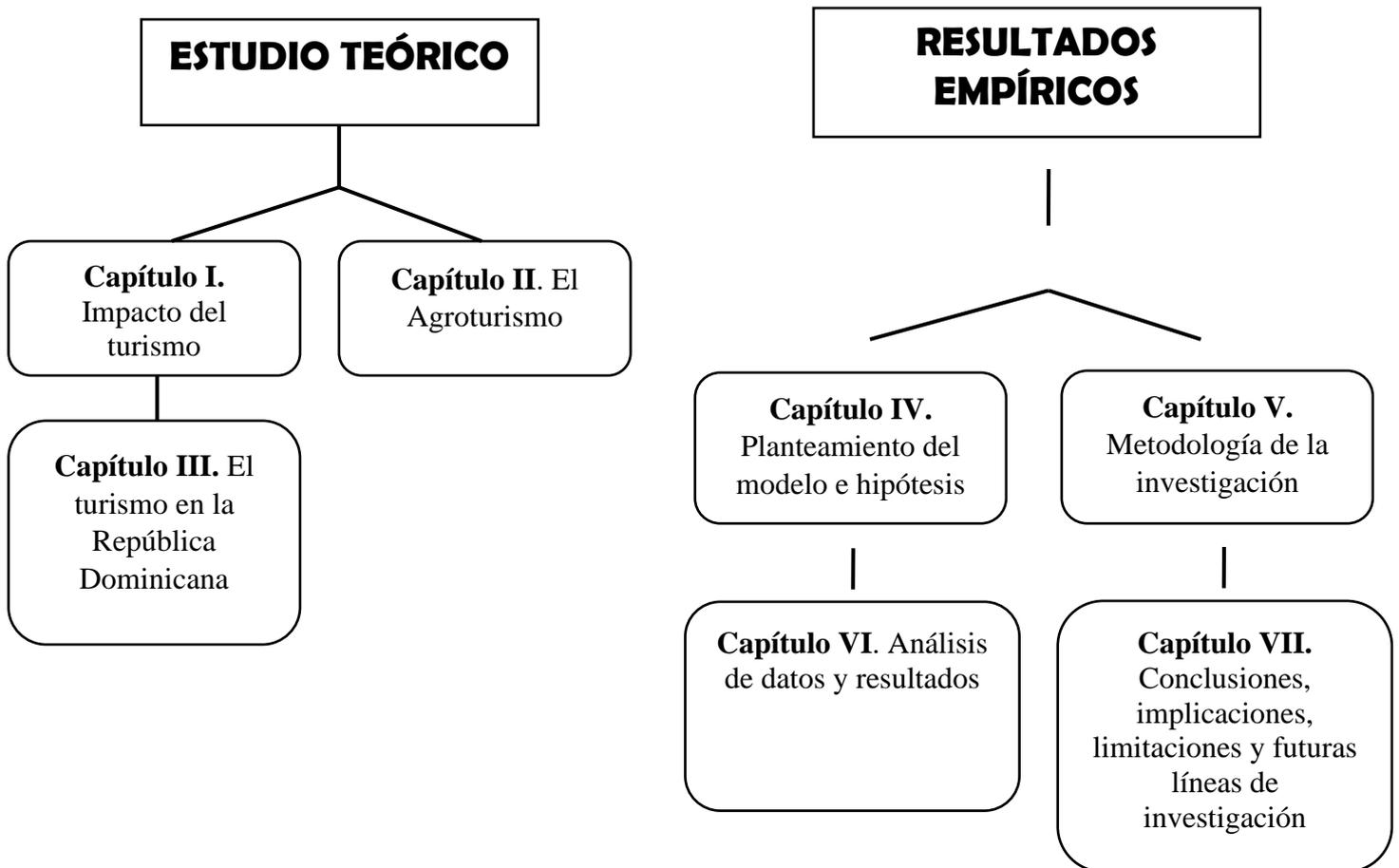
A continuación se presenta una breve descripción de cada capítulo:

- El Capítulo I se enfoca en los impactos del turismo, describiéndose los impactos económicos, sociales, ambientales y el desarrollo turístico sostenible.
- En el Capítulo II se hace referencia al concepto, principios y la evolución del agroturismo y el desarrollo sostenible.
- En el Capítulo III se describe el turismo en la República Dominicana, incluyéndose algunos aspectos turísticos de la provincia Valverde.
- En el Capítulo IV muestra el planteamiento del modelo de la investigación, así como las propuestas de hipótesis del estudio.
- El Capítulo V presenta la metodología de la investigación, exponiéndose las fuentes de información usadas, así como la estructura temporal de la misma. En lo relativo a la metodología aplicada en la investigación, esta se ha basado en encuestas.
- El Capítulo VI hace referencia al análisis e interpretación de los datos obtenidos a partir de la metodología dada, utilizándose para la obtención de dicha información el programa estadístico IBM SPSS 24 y SmartPLS 3.2.8 para el análisis univariante, bivariante y multivariante, y Microsoft Excel para la tabulación previa de datos.
- El Capítulo VII presenta las conclusiones del estudio, haciendo distinción entre aquellas de naturaleza teórica y empírica; también se muestran las implicaciones

para la gestión, básicas para los entes públicos y/o privados de cara a la puesta en marcha de políticas, así como las limitaciones derivadas del estudio y, finalmente, las futuras líneas de investigación.

- Al final, se muestran las referencias bibliográficas citadas durante el presente trabajo.

Ilustración 1. Esquema de la estructura de la Tesis Doctoral



Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO I. IMPACTOS DEL TURISMO

1.1. CONCEPTOS Y CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO

1.2. IMPACTOS ECONÓMICOS

1.3. IMPACTOS SOCIALES

1.4. IMPACTOS AMBIENTALES

1.5. TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE

En este capítulo se presentan los conceptos y características del turismo, así como los impactos económicos, sociales y ambientales del mismo. También, se presenta el turismo y su relación con el desarrollo sostenible.

1.1. CONCEPTOS Y CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO

El turismo es un fenómeno multiceptorial, ya que involucra a diferentes sectores a su actividad productiva (Figuerola, 2005); también es conocido como un sistema por la vinculación e integración con las diferentes áreas productivas que hacen posible que se ofrezca un servicio. El turismo proviene de la palabra anglosajona *turn* (dar vueltas), y su origen se remonta al siglo XVII (Fernández-Fuster, 1973). El turismo presenta un desarrollo evolutivo desde su inicio hasta la fecha, es decir, se ha venido configurando a través del pase del tiempo con las actividades de las personas que temporalmente se movilizan a lugares distintos al de su vivienda o residencia, con el objetivo de disfrutar de su tiempo libre (Lafuente, 2003).

Se ha aceptado como definición del turismo el desplazamiento de una persona desde su lugar habitual a otro fuera de su residencia, lo que significa, que el aprovechamiento de su tiempo libre induce al visitante a ponerse en contacto con los moradores locales y las ofertas disponibles, generando durante este intercambio niveles de beneficios que hacen cambiar el estilo de vida de la comunidad local. Por esta razón,

el turismo tiene la capacidad de sacar de los niveles de pobreza a comunidades, por los empleos tanto directos como indirectos que se originan a raíz del intercambio que se produce entre visitante y moradores local (Fun *et al.*, 2014).

La definición de Hunziker y Krapf (1942) ha sido la definición más aceptada por la comunidad científica turística durante muchos años. Para estos autores, el turismo se refiere a todas las relaciones y fenómenos creados por el movimiento y permanencia de personas lejos de su lugar de residencia cuando las actividades y la estancia no están motivadas por una actividad beneficiosa.

En la Conferencia sobre Viajes y Estadísticas de Turismo (Conferencia de Ottawa celebrada en 1991), organizada por las Naciones Unidas (ONU), la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Gobierno de Canadá se aprobaron un conjunto de definiciones y clasificaciones sobre turismo. Estas definiciones fueron adoptadas formalmente por la ONU y finalmente publicadas por la OMT en 1995. En este sentido, la OMT (1995: 2) define el turismo como “el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos, y no por motivos lucrativos”. El Ministerio de Turismo de República Dominicana ha adoptado esta definición.

Entre las principales características del turismo, la OMT (1995) indica las siguientes:

- a) Presencia de un elemento dinámico (viaje) y otro estático (estancia), donde surgen fenómenos y relaciones.
- b) Desarrollo de actividades diferentes a las habituales al del lugar de residencia.
- c) Motivación del viaje diferente a una actividad remunerada o de búsqueda de empleo.
- d) Temporalidad y limitación del viaje.

Por tanto, existe un sistema turístico que se desarrolla en un espacio, ya sea físico o funcional, donde los recursos reales o potenciales son parte del producto turístico distribuido, a través del cual los huéspedes se mueven con la intención de consumirlo buscando satisfacer la necesidad esperada para el viaje.

1.2. IMPACTOS ECONÓMICOS

Numerosos trabajos empíricos han comprobado la existencia de una relación positiva entre turismo y crecimiento económico, principalmente para el caso de economías pequeñas o países en vía de desarrollo (Candias *et al.*, 2020; Marqués *et al.*, 2020; Perilla, 2021), pero el turismo, también, tiene repercusiones o impactos negativos que preocupan a los gestores turísticos, provocando esto, que se importante más el tema de la sostenibilidad en la actividad turística y en la búsqueda de los beneficios económicos generados por el desarrollo del turismo.

El turismo tiene la particularidad de restaurarse de algunas caídas o desaceleraciones, como lo plantea algunos estudios realizados por la OMT (2010). El turismo ha demostrado que luego de la crisis financiera mundial que redujo la demanda del servicio durante los años 2008 y 2009, en el 2010 se produjo un incremento en la tasa de arribos internacionales que superó con creces las caídas acaecidas en los años anteriores, llegando a los 448 millones de turistas y concentrándose este aumento, especialmente, en economías en desarrollo (OMT, 2010).

La literatura científica ha puesto de manifiesto el papel de los residentes locales para el desarrollo económico (Gursoy *et al.*, 2002). Pero es importante señalar, que estudiar este fenómeno reviste un análisis muy complejo y muy diverso y se diferencian en función de una serie de elementos, como las estructuras económicas locales, el origen de las tecnologías o los diferentes procesos de producción, aunque la mayoría de estos impactos son impulsados en la economía local (Kemausuor *et al.*, 2016).

En relación con los costes y los beneficios económicos de una determinada zona turística, se encuentra la imagen de destino (Chalip *et al.*, 2003; Soteriades y Dimou, 2011). Dicha imagen de destino, a través de eventos de diversa índole, tiene la capacidad de fortalecer dicha imagen, haciendo que se incremente el número de visitantes y, por ende, los ingresos turísticos y la satisfacción del turista. En este sentido, Chi y Qu (2008) sugiriendo la existencia de una correlación entre una imagen de destino positiva y los gastos de los turistas (Arnegger y Herz, 2016).

Siguiendo a Rodríguez *et al.* (2013), se debe tener en cuenta una serie de variables que pueden hacer mayor el impacto económico, como la naturaleza de las ofertas y atractivos para los turistas; el nivel de desarrollo económico del área de destino y volumen

de gasto turístico; el tamaño de la base económica en el área de destino o el grado de ajuste a la estacionalidad de la demanda turística; y, dependiendo de cómo se incida en cada una de estas variables, se tratará de un impacto positivo o negativo. En la tabla 2 se muestran los tipos de impactos económicos, clasificados por positivos y negativos.

Tabla 2. Resumen de los principales impactos económicos del turismo

Impactos positivos del turismo	Impactos negativos del turismo
Generador por excelencia de empleos, tanto directos como indirectos.	Estacionalidad del turismo
Aumento de los niveles de equipamiento	Inflación y especulación inmobiliaria
Intercambio de diferentes rasgos culturales	Dependencia hacia inversiones con capital extranjero
Cambio positivo en las estructuras económicas	Lucro de multinacionales
Atracción de mano de obra cualificada de otras localidades	Salidas de divisas
Aumento en la producción de bienes y servicios	Excesiva dependencia del turismo
Incremento de la demanda de productos locales	Mano de obra no cualificada en la zona
Motivación a la inversión extranjera	Incremento del desempleo
Aumento en la recaudación de impuestos	Competencia intersectorial
Ganancia de divisas	Importación de bienes y servicios
Efecto multiplicador	Distorsión de la economía local
Generación y distribución de ingresos	Excesiva dependencia de las divisas generadas por el turismo
Equilibra la Balanza de Pagos	
Contribución al Producto Interior Bruto	

Fuente: elaboración propia

El turismo por su naturaleza de composición crea desequilibrio, afectando principalmente al medio ambiente (Lee, 2013). Este factor ha obligado a desarrollar proyectos económicos orientados a la sostenibilidad, ya que estos presentan escenarios positivos impulsando el crecimiento económico (Lee, 2013).

Algunos estudios han indicado que el turista actual persigue un mix combinado de elementos, que permita una estancia segura y en plena valoración de los aspectos que

identifican un destino, tales como, medio ambiente, cultura y sociedad, sin sesgarse solo en los resultados económicos (Kemfert, 2002; Berrittella *et al.*, 2006; Bigano *et al.*, 2008; Eboli *et al.*, 2010).

En los últimos años, se han producido diversos estudios que evalúan los impactos económicos de los sectores afectados por el cambio climático. Algunos autores (Köberl *et al.*, 2016; Scott *et al.*, 2019; Dogru *et al.*, 2019; Steiger *et al.*, 2019) indican que es urgente la implementación de nuevos modelos, más dinámicos, y se ha de investigar la influencia del cambio climático sobre el crecimiento global de la economía, incidiendo esto de manera doble: por un lado, a través de la magnitud de los impactos físicos y económicos, y, por otro lado, la dinámica de crecimiento endógeno se verá afectada por una serie de cambios a nivel de ingresos, ahorros y en los rendimientos de capital, tanto reales como esperados, pudiendo afectar a su vez a los niveles relativos de precios, tipos de cambio y a la estabilidad política de destino.

Un tema de mucha relevancia al mencionar el impacto económico del turismo es el efecto de la redistribución de la riqueza, producido por los flujos turísticos, que se distribuyen en los diferentes espacios de interés turístico, sabiendo que los visitantes provienen de cultura diferentes y con condiciones económica que superan a los residentes local, lo que da como resultado un incremento económico significativo por el intercambio que se origina, entre visitantes y moradores local (Acerenza, 1997).

Asimismo, se produce una redistribución social cuando los visitantes proceden de sectores de ingresos medios y altos, y el gasto turístico beneficia a trabajadores de todos los sectores sociales. Dada la complejidad del turismo y la diversidad de modelos de desarrollo de la actividad, estos efectos requieren una revisión empírica y estudios de caso, porque si se analizan las cifras globales de flujos turísticos, se observa que la mayor parte de los movimientos se realizan entre países desarrollados (Acerenza, 1997).

El efecto de cambio mencionado en párrafo anterior se produce principalmente en el turismo internacional y el efecto de la moneda extranjera en los diferentes gastos que se producen al hacer uso de las ofertas disponible en el destino. Acerenza (1997) plantea unos indicadores clave para medir el crecimiento económico a raíz de la actividad turística: contribución del turismo a la cobertura de las importaciones, contribución a la cobertura de la deuda externa, e importancia del turismo en el sector exportador.

Efectivamente, en el marco de considerar al turismo como estrategia de desarrollo nacional, la generación de divisas era percibida como el principal beneficio que podía aportar el turismo receptivo, dado el carácter de exportación invisible que tienen los gastos de los turistas no residentes en el país. El contenido de bienes importados de estos consumos, pronto se analizó como una de las principales disminuciones o fugas de este efecto positivo.

1.3. IMPACTOS SOCIALES

Estudiar el nivel de impacto social del turismo, es uno de los aspectos más relevante ya que hay que penetrar a la sociedad local y evaluar los cambios que se han producido en mejora de su calidad de vida, a través de las actividades turísticas (Wall y Mathieson, 2006). Los impactos socioculturales del turismo han sido descritos como las formas en que el turismo y los viajes transforman los sistemas de valores sociales y colectivos, patrones de comportamiento, estructuras comunitarias, estilo y calidad de vida (Hall y Lew, 2009).

A pesar de los posibles acercamientos a su definición, los impactos sociales provocados por el turismo se miden a través de varios indicadores, en primer lugar la variable empleo, el cual es uno de los indicadores por excelencia para medir el impacto social. El turismo es uno de los sectores generador de más empleos, tanto directo como indirecto, y tiene la capacidad de ser un ente multiplicador, ya que por cada empleo directo genera tres indirecto (Ryan, 2003). En este sentido, aspectos como los impactos del turismo en el empleo local pueden ser enlistado como un impacto económico (Ryan, 2003), mientras que para otros, pueden ser analizados como un efecto social (Brunt y Courtney, 1999). Esta dificultad se ha evidenciado normalmente en el uso de adjetivos compuestos en el que dos dimensiones son usualmente mezcladas; ejemplos de éstos son los efectos socioeconómicos (Brougham y Butler, 1981) e impactos socioculturales (Spanou, 2007).

Han sido múltiples los estudios realizados en torno al impacto social originado por el turismo. Tyrrell y Spaulding (1984), basándose en encuestas a hogares, negocios y funcionarios locales, revelaron que la gente local de Rhode Island, Estados Unidos, se beneficiaban con el turismo principalmente en términos de la actividad comercial local y

del empleo. Pero también reportaron que el congestionamiento vehicular, el alto costo del servicio policiaco y la basura eran problemas comúnmente atribuidos al turismo.

Las comunidades locales constituyen un concepto determinante para hablar de sostenibilidad (Hall y Rocker, 2000), abarcando e integrando las diferentes dimensiones, social, ambiental, económica y cultural. Esto ha permitido identificar situaciones de controversia entre visitantes y moradores locales, dando lugar a desarrollar programas que minimizan los impactos sociales negativos convirtiéndolo en oportunidades de desarrollo.

Ayres y Potter (1989) indican que cuanta más atención ponga el gobierno en las preocupaciones de los residentes, mayor será el apoyo que éstos otorguen a las iniciativas de desarrollo local. Sin embargo, como Broughan y Butler (1981) reconocen, no todos los residentes de una comunidad local se ven beneficiados por el turismo y no se debe esperar a que cada miembro de la comunidad apoye entusiastamente el desarrollo y crecimiento de la actividad turística en su espacio. En este sentido, conocer las percepciones de los residentes locales sería de utilidad para el diseño de políticas y planes de apoyo local para el desarrollo turístico.

De acuerdo con Andriotis y Vaughan (2003), el conocimiento de las percepciones de los residentes hacia el desarrollo turístico y sus impactos puede ayudar a los planificadores a identificar los intereses reales de la comunidad para el desarrollo e implementación de políticas y acciones apropiadas, optimizando los beneficios y minimizando los problemas. En este sentido, los impactos no deseados del turismo, particularmente a nivel local, deberían ser normalmente la base para la planeación turística y la intervención gubernamental (Lankford y Howard, 1994).

Como plantea Chandralal (2010), el apoyo de los residentes se presenta esencial a la hora de asegurarse el éxito a largo plazo en el destino turístico, siendo esto importante en los destinos locales. Este apoyo puede impulsar impactos socioculturales en un destino turístico. En la tabla 3 se presenta un resumen de los principales impactos socioculturales del turismo.

Tabla 3. Resumen de los principales impactos socioculturales del turismo

Impactos positivos y negativos	Estudios
Estimula actividades culturales	Xu <i>et al.</i> (2016)
Influencia positiva en los servicios ofrecidos a la comunidad	Andereck y Nyaupane (2011)
Plantea interés en el mantenimiento y preservación de edificios históricos y sitios arqueológicos	Oviedo-García <i>et al.</i> (2008)
Fomento de cambios políticos positivos en países con vocación turística.	Cals y Matos (1990)
Promueve el intercambio entre la población local y los turistas	Caiazza y Audretsch (2015)
Crea oportunidades de actividades de ocio para las comunidades receptoras	Andereck y Nyaupane (2011)
Preserva los valores culturales	Oviedo-García <i>et al.</i> (2008)
Problemas de estacionamiento para los habitantes locales	Jurowski y Gursoy (2004)
Incremento de robos	Belisle y Hoy (1980)
Aumento del crimen y de la inseguridad	Andereck <i>et al.</i> (2005)
Pérdida de identidad generado por una a culturización de las comunidades locales	Caiazza y Audretsch (2015)
Pérdida de poder en la toma de decisiones de la comunidad local	Krippendorf (1987)
Incremento del juego	Lee y Back (2006)
Masificación de los recursos y de las instalaciones públicas	Andereck <i>et al.</i> (2005)
Disminución de la hospitalidad del residente	Woosnam <i>et al.</i> (2009)
Incremento del nivel de mantenimiento de las instalaciones públicas	Tovar y Lockwood (2008)
Incremento del ruido	Deery <i>et al.</i> (2012)
Relación entre turista y residentes	Frauman y Banks (2011)

Fuente: elaboración propia

1.4. IMPACTOS AMBIENTALES

El medio ambiente es un factor determinante para el desarrollo del turismo, ya que la actividad turística no se puede desarrollar bajo desequilibrio medioambiental (Lee, 2013). Siguiendo a Lickorish y Jenkins (2000), los impactos medioambientales son aquellos que afectan a los componentes naturales, como son el clima, el agua, el suelo, la flora, la fauna, entre otros elementos.

Según Davenport y Davenport (2006), la mala práctica humana en el uso desmesurado de recursos y consumo de combustible en todo el engranaje del turismo, así como el uso excesivo de agua, desechos sólidos y de un reciclaje mal organizado, contribuyen a elevar la contaminación ambiental.

El turismo visto bajo una óptica de conciencia contribuye a preservar y conservar lo niveles paisajísticos (Hammit *et al.*, 1996). El turista actual es más consciente del peligro que reviste un mal uso de los recursos ambientales (García *et al.*, 2015). El turismo puede ser una razón para proteger y preservar los recursos, o también podría dañarlos o destruirlos, identificando los residentes esta dualidad del medio ambiente en su área (Yoon *et al.*, 2001). Incluso, los residentes celosos de su patrimonio están dispuestos a bajar su nivel de vida a favor del turismo, dándole ventaja a éste respecto al medioambiente (García *et al.*, 2015).

Cada día son más fuertes los esfuerzos realizados por las empresas turísticas y otras vinculadas al sector en mantener el cuidado al medio ambiente, pero resultan insuficiente sin la colaboración efectiva de los moradores local (Chandralal, 2010).

Como plantean López-Guzmán y Sanchez-Cañizares (2009), han sido diversas las instituciones que han hecho esfuerzos en conjunto relacionado al tema medioambiental, tales como, Organización Mundial del Turismo y el Fondo Mundial Para la Naturaleza. Los aspectos ambientales, que dieron origen a la búsqueda de la sustentabilidad, siguen siendo la pieza medular para el modelo turístico alternativo, pero ahora también vinculado a los aspectos sociales y económicos de las comunidades, quienes finalmente son las responsables de tomar las decisiones y recibir los beneficios de cualquier iniciativa en torno a sus recursos. Bajo esta perspectiva, el turismo es considerado como un elemento significativo para el desarrollo económico, social, cultural e incluso ambiental de un país o una región específica (Serrano *et al.*, 2010). El modelo de turismo sustentable

cimentado en la comunidad, es visto como un vehículo para la conservación y protección de la naturaleza, representando una sólida estrategia para la reducción de problemáticas sociales, como la pobreza (Liang y Bao, 2018).

El papel de la comunidad local y la incorporación a la búsqueda del desarrollo turístico, valora la existencia de los recursos naturales de la zona (Taylor, 2001), siendo estos los principales para transformarse en recursos económico, impactando de forma directa las comunidades locales.

Las nuevas modalidades turísticas, como el ecoturismo, agroturismo, turismo rural, entre otros, se basan en gran medida en el medio ambiente, su preservación y conservación. No hay duda que el turismo rural es una forma de desarrollo local y una manera de redistribuir los beneficios que genera el mercado turístico. Es una vía para recuperar el patrimonio cultural, una iniciativa para frenar el despoblamiento y abandono de zonas rurales, así como una acción de sustentabilidad ambiental (Canóves et al., 2006). Sin embargo, también puede propiciar la popularización y masificación del espacio turístico, generando impactos socioculturales negativos hacia la comunidad anfitriona (Knowd, 2006). En la tabla 4 se muestra un resumen de los principales impactos medioambientales del turismo, clasificados en positivos y negativos.

El sector turístico contribuye a la emisión de gases de efecto invernadero, una de las causas del calentamiento mundial. La pandemia de COVID-19 ha llevado, en 2020, a una reducción del 7% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero (OMT, 2021).

Tabla 4. Resumen de los principales impactos medioambientales del turismo

Positivos	Negativos
Mejora infraestructural	Erosión de los suelos; Sobrecarga de estructuras
Mejora de los suministros	Agotamiento de aguas subterráneas, así como fuentes de combustibles locales; Incipiente gasto de agua para abastecimientos de infraestructuras turísticas
Fomento y producción de programas de limpieza de los recursos naturales	Contaminación en aguas fruto de hidrocarburos; Contaminación en el aire y emisión de gases
Modernización arquitectónica y reciclaje en el uso de edificios ociosos; Nuevos usos para tierras con poca productividad	Expansión de zonas urbanizadas; Cambios en las funciones urbanas; Impactos visuales negativos en paisajes naturales fruto del excesivo desarrollo turístico
Instauración de áreas protegidas; Ayuda a la preservación de la vida animal	Pérdida de hábitats; Pérdida de vegetación; Surgimiento de vegetación no autóctona; Huída de animales de su hábitat por actividades turísticas

Fuente: elaboración propia

1.5. TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE

La literatura sobre turismo sostenible ha crecido tanto en escala como en alcance desde finales del siglo XX. Hace algunos años, por ejemplo, Buckley (2012) sugirió que, en general, el número de publicaciones de investigación relacionadas excedía las 5000; de manera similar, Niñerola *et al.* (2019) identificó 4647 artículos publicados entre 1987 y 2018 que se enfocan en temas de sustentabilidad en el turismo. Además, tanto estas como otras revisiones (Lu y Nepal, 2009; Ruhanen *et al.*, 2015; Bramwell *et al.*, 2017) revelan el alcance de la evolución de los temas de investigación y las tendencias en el turismo sostenible. Sin embargo, si bien estas revisiones apuntan a la maduración del turismo sostenible como campo de investigación, así como a su creciente importancia para la investigación turística en general.

Las primeras concepciones del desarrollo del turismo sostenible lo ubicaron firmemente en el contexto del desarrollo sostenible: el turismo, que (como con cualquier forma de producción o consumo) debería ser en sí mismo ambientalmente sostenible.

Bramwell *et al.* (2017) argumentan que el turismo sostenible a menudo se ve ahora como una orientación normativa hacia el desarrollo sostenible, mientras que es notable que, tras el anuncio de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en 2015 por las Naciones Unidas, éstas declararon 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, no del 'turismo para el desarrollo sostenible'.

En consecuencia, si bien ciertos temas, como el turismo en favor de los pobres, el turismo comunitario o el turismo de voluntariado, están implícitamente vinculados a la agenda de desarrollo alternativo (Friedmann, 1992), y aunque no cabe duda de su aporte y trascendencia, la investigación sobre el turismo sostenible ha evolucionado en gran medida aislada de las transformaciones en el pensamiento y la práctica del desarrollo, de las críticas al desarrollo sostenible y, de hecho, de las cuestiones que rodean el desarrollo (sostenible o de otro tipo) como el objetivo del turismo en general (Sharpley, 2020).

La investigación y la política de turismo sostenible parecen ocupar un universo paralelo a la práctica del turismo. En otras palabras, a pesar de la amplia atención académica que se presta al turismo sustentable en la literatura y, desde la perspectiva de la industria, numerosos esquemas de acreditación (Font, 2002), una variedad de iniciativas sectoriales, el desarrollo de indicadores de sustentabilidad (Tanguay *et al.*, 2013), el establecimiento de organismos como el Consejo Mundial de Turismo Sostenible (GSTC) y otras iniciativas, los últimos veinte años han sido testigos de poca o ninguna evidencia de progreso hacia el logro del desarrollo del turismo sostenible (Buckley, 2012).

Esto puede explicarse, en parte, por los orígenes del concepto de desarrollo turístico sostenible. Los años ochenta y principios de los noventa fueron notables por una creciente preocupación, principalmente entre los académicos, pero también en los medios populares, con respecto a los impactos del turismo de masas. Por lo tanto, basándose en el trabajo de los primeros defensores del llamado 'turismo alternativo' (Smith y Eadington, 1992), el desarrollo del turismo sostenible obtuvo rápidamente apoyo como una alternativa al turismo de masas (Pigram, 1990). Inevitablemente, tal argumento no resultaba atractivo para la industria de los viajes y el turismo y, en consecuencia, los debates sobre el desarrollo del turismo sostenible no solo se han mantenido en gran medida en los círculos académicos, o como observó Ryan *et al.* (1998) hace algún tiempo, el mensaje sobre el turismo sostenible parece haber quedado atrapado en un circuito académico-gubernamental, pero también hay evidencia documentada limitada de

colaboración efectiva entre la academia de turismo y la industria (Higuchi y Yamanaka, 2017).

Sin embargo, debe reconocerse que no solo hay mucha evidencia de un aumento de la oferta y el consumo de formas de turismo más sostenibles, desde innumerables iniciativas específicas de destino hasta desarrollos de política regional, como EuroVelo, un proyecto de red transeuropea de rutas ciclistas (Weston y Mota, 2012).

La trayectoria del turismo a escala mundial contrasta marcadamente con las políticas y principios de desarrollo del turismo sostenible que se han defendido durante las dos últimas décadas. Sin embargo, estas políticas siguen siendo evidentes, sobre todo a través de la alineación del turismo con los ODS. Por ejemplo, la OMT, a través de su plataforma 'T4SDG'¹, afirma que “el turismo, como potencia económica, tiene el potencial de contribuir, directa o indirectamente a todos los objetivos [de desarrollo sostenible]”, mientras que el informe Turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible — Viaje al 2023 sugiere de manera similar que “el papel del turismo en el logro de los 17 ODS puede fortalecerse significativamente cuando el desarrollo sostenible se convierta en un responsabilidad compartida y se traslada al núcleo de la toma de decisiones dentro del sector turístico” (UNWTO/UNDP, 2017: 10). Al mismo tiempo, sin embargo, existe una clara evidencia de una creciente preocupación con respecto a la insostenibilidad del crecimiento desenfrenado del turismo, preocupaciones que se expresaron por primera vez hace más de medio siglo (Sharpley, 2014) pero que se han centrado en la contribución del turismo en general y de la aviación en particular al cambio climático (Stoval *et al.*, 2019).

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y la Organización Mundial del Turismo (UNWTO/UNDP, 2017) definen el turismo sostenible como “turismo que tiene plenamente en cuenta sus impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros, atendiendo las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades de acogida”. La sostenibilidad del turismo ha sido debatida durante mucho tiempo por los formuladores de políticas y los profesionales (Buckley, 2012; Ruhanen *et al.*, 2015). Sin embargo, es durante las últimas dos décadas que las iniciativas políticas y prácticas han proliferado a nivel mundial y que se ha reconocido plenamente el papel crucial del turismo en el desarrollo sostenible

¹ <https://tourism4sdgs.org/the-platform/>

(UNWTO/UNDP, 2017). En la actualidad, la sostenibilidad en el turismo es un paradigma que caracteriza el futuro del sector y se refleja en una variedad de prácticas como el ecoturismo, el turismo de naturaleza, el turismo patrimonial, el turismo comunitario y el turismo rural (Pan *et al.*, 2018).

El desarrollo sostenible es el concepto principal del desarrollo y el turismo tiene un enorme impacto económico, ambiental y social en el mundo moderno, por lo que el desarrollo de este sector está vinculado con las tres dimensiones mencionadas de la sostenibilidad. Dado que la economía global, los procesos de desarrollo social y tecnológico aún se están expandiendo, el análisis de formas nuevas y específicas, presentes en los negocios, es necesario también en el turismo para lograr el desarrollo sostenible del turismo. Uno de ellos involucra a los clusters, cobrando una mayor significación, ya que conforman una red geográfica empresas y establecimientos que cooperen estrechamente y que estén enfocados a resultados comerciales mutuos y que se complementen entre sí (Streimikiene *et al.*, 2021).

Se espera que las innovaciones contribuyan a avances a nivel internacional y que puedan determinar el funcionamiento de las empresas bajo nuevas formas organizativas efectivas que generalicen ideas, brinden alguna ventaja competitiva y también abran nuevas posibilidades en el turismo (Agyeiwaah *et al.*, 2017). Por lo tanto, los problemas del desarrollo del turismo sostenible están estrechamente vinculados con la competitividad a través del aumento de las innovaciones en todas las áreas relevantes para las operaciones comerciales. Además, el turismo se describe como un negocio, que se distingue por su gran variedad, integridad y multiplanificación. Precisamente, la gran interconexión de componentes estructurales, configurando el negocio turístico, permite presunciones para que las empresas, proveedoras de servicios turísticos, cooperen en la implementación de innovaciones (Madhavan y Rastogi, 2013).

El término de turismo verde se relaciona principalmente con el turismo que aborda los problemas ambientales del turismo (Lu y Adler, 2009). La investigación del año 2018 reveló que el turismo contribuye a la cantidad de emisión de dióxido de carbono en el mundo en un 8% (Lenzen *et al.*, 2018). Por lo tanto, la importancia del turismo sostenible es actualmente de la mayor importancia. Como resultado, varias directrices futuras para el desarrollo de un turismo sostenible que proporcionan los principales indicadores ambientales para el sector turístico, incluida la mitigación del cambio climático, la reducción de la contaminación, uso de energías renovables, eliminación de desechos, etc.

De esta forma, las innovaciones, la investigación y el desarrollo tecnológico pueden proporcionar soluciones significativas para hacer frente a los desafíos ambientales del desarrollo turístico. La economía del mundo se está recuperando después de la gran crisis, sin embargo, hay nuevos desafíos similares a las amenazas de una pandemia mundial. En presencia de tal situación, el ritmo del desarrollo tecnológico se ha ralentizado y, como resultado, hay un daño no solo para la economía, sino también para la naturaleza, ya que faltan nuevos pasos hacia la utilización de energías renovables (Streimikiene *et al.*, 2021).

También es significativo mencionar que en el caso de mejorar la calidad de vida, el turismo juega un papel importante. La calidad de vida es uno de los objetivos más importantes del desarrollo sostenible, también relevante para el sector turístico en términos de prestación de servicios para el turista, así como de tener en cuenta la calidad de vida de los residentes en los destinos turísticos (Crouch y Ritchie, 1999; Hassan, 2000; Jeon *et al.*, 2016). Generalizando las declaraciones expresadas, se pueden crear las presunciones, para encontrar las formas de maximizar la calidad de vida en el futuro y, en consecuencia, evitar una nueva crisis socioeconómica en todo el mundo (Morgan *et al.*, 2015; Kakoudakis *et al.*, 2017).

Los ODS se desarrollaron en 2015 a la luz de los problemas pertinentes que enfrenta el panorama mundial. Los eventos meteorológicos impredecibles provocados por el cambio climático, el aumento de las amenazas a la extinción de la flora y la fauna, y el aumento de las poblaciones que amenazan el agotamiento de los recursos son algunos de los factores clave que los ODS buscan abordar (Cumming *et al.*, 2017). Según las Naciones Unidas (UN, 2019), se desarrollaron 17 ODS para abordar una variedad de cuestiones relacionadas con los futuros sostenibles:

- (1) no pobreza;
- (2) hambre cero;
- (3) buena salud y bienestar;
- (4) educación de calidad
- (5) igualdad de género;
- (6) agua potable y saneamiento

- (7) energía limpia y asequible;
- (8) trabajo decente y crecimiento económico;
- (9) industria, innovación e infraestructura;
- (10) desigualdades reducidas;
- (11) ciudades y comunidades sostenibles;
- (12) consumo y producción responsables;
- (13) acción climática;
- (14) vida debajo del agua;
- (15) la vida en la tierra;
- (16) paz, justicia e instituciones sólidas;
- (17) alianzas para los objetivos.

Dadas las diferentes áreas de enfoque de cada uno de estos ODS, es poco probable que alguna iniciativa turística pueda abordar adecuadamente los 17 objetivos al mismo tiempo. Más bien, es probable que cada uno de los ODS se manifieste en entregables específicos del contexto (Alarcon y Cole, 2019). De todos modos, los ODS son un llamado a la acción global, que abordan la agenda importante y urgente que enfrentan las sociedades contemporáneas.

La pandemia COVID-19 ha afectado a los sectores de salud, biomédico, ambiental y turístico, entre otros. La hostelería y el turismo son sectores productivos que se han visto gravemente afectados por el brote. Los cierres locales y regionales de COVID-19, junto con las restricciones de viajes internacionales, han afectado la hospitalidad nacional e internacional, así como las visitas de un día, dañando sectores como el transporte público y aéreo, restaurantes, hoteles, alojamiento, festivales y eventos deportivos (Hao *et al.*, 2020). Los sectores secundarios como catering, lavandería y combustibles también han sufrido drásticamente (Gössling *et al.*, 2020). Por tanto, la pandemia ha generado una ralentización sobre la sostenibilidad del turismo.

Por ejemplo, la industria de restaurantes de EE. UU., el 15 de julio, vio alrededor de 7 millones de despidos y el cierre completo del 60% de los restaurantes. El cierre de casi 16.000 de estas empresas se convirtió en permanente el 24 de julio (Croft, 2020). Se

esperaba que los aeropuertos sufrieran un total de 76.600 millones de dólares en pérdidas en 2020 (García, 2020). En conjunto, según un estudio de EMSI (2020), por cada día que se cierra el sector de la hostelería estadounidense, se pierden 12.000 puestos de trabajo y más de 534 millones de dólares en ingresos.

Con el fin de establecer soluciones futuras para la recuperación del sector, los académicos publican una gran cantidad de artículos todos los días. Específicamente, los académicos están evaluando las consecuencias para la industria del turismo e investigando las consecuencias para el comportamiento de los ciudadanos después del COVID-19. Para sintetizar esta cantidad inédita de artículos, los académicos están utilizando revisiones sistemáticas y estudios bibliométricos con el objetivo de sintetizar resultados en los campos biomédico, político, económico, sanitario, entre otros (Casado-Aranda *et al.*, 2020). Si bien se han discutido algunas vías en la investigación del turismo (Zenker y Kock, 2020), y se ha evaluado la relevancia de los estudios multidisciplinarios sobre COVID-19 en el turismo (Wen *et al.*, 2020).

En definitiva, el turismo es una actividad para el desarrollo sostenible de las regiones, si bien, existen muchos desafíos para los destinos derivados de las diferentes problemáticas existentes en la actualidad, como es el caso del cambio climático y del COVID-19.

CAPÍTULO II. EL AGROTURISMO

2.1. DEFINICIÓN DE AGROTURISMO

2.2. CARACTERÍSTICAS DEL AGROTURISMO

2.3. COMPONENTES DEL AGROTURISMO

2.4. BUENAS PRÁCTICAS INTERNACIONALES DE AGROTURISMO

2.5. POTENCIALIDADES DEL AGROTURISMO EN REPÚBLICA DOMINICANA

En el presente capítulo se presenta la definición de agroturismo, así como las características y los componentes del agroturismo. También se presentan ejemplos de buenas prácticas internacionales de agroturismo, así como las potencialidades del agroturismo en República Dominicana.

2.1. DEFINICIÓN DE AGROTURISMO

El agroturismo es una nueva modalidad que no está profundamente trabajada en la República Dominicana, pero existen conceptos emitidos y trabajos realizados por diferentes autores que han posibilitado una base académica y científica para estudiar el tema. Como lo plantea García (1996), el agroturismo son un conjunto de manifestaciones y actividades turísticas realizadas en el campo, poniendo en valor los productos que emanan de la naturaleza y, en especial, los que vienen de la agricultura. El agroturismo debe ser visto con una visión integral, ya que tiene la particularidad de combinar una serie de elementos que lo hace diferente a un turismo rural; es decir, lograr el desplazamiento de visitantes, poniéndolos en contacto con los residentes locales, cambiando el estilo de vida de los residentes de zonas específicas.

La expresión “agroturismo” es bastante reciente, y surgió para distinguir una alternativa turística que responde al creciente interés de los ciudadanos urbanos por compartir el patrimonio y la cultura campesina; al mismo tiempo que, corresponde a una

modalidad que tiende a satisfacer la demanda de espacios abiertos para la práctica de actividades turísticas tradicionales, deportivas y recreativas en el espacio rural. Se ha reconocido como una actividad económica generadora de empleos y que incrementa la renta rural con un carácter de complementariedad económica.

Según Constabel *et al.* (2008), el agroturismo es una modalidad de turismo, desarrollada en predios rurales, por residentes, cuya principal actividad económica y/o fuente de ingreso es la explotación silbo-agropecuaria, que sirve de soporte a la oferta turística, que se basa en la prestación de servicios (alojamiento, restauración y/o oferta complementaria), estructurados e insertos en la oferta turística del destino y en los que el huésped participa activamente de las faenas productivas.

El rasgo distintivo de los servicios y productos de turismo rural, en general; y de agroturismo, en especial, es el deseo de ofrecer a los visitantes la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y costumbres de la población local (Lerdón *et al.* 1997).

Según Constabel *et al.* (2008), el agroturismo se considera el vínculo del turismo con los recursos que emanan del sector agrícola. El agroturismo comparado con el turismo rural, tiene un carácter más integrador; aunque a pesar de que la línea que separa ambos términos es muy vaga, palabras como las de Sayadi y Calatrava (2001), clarifican el ámbito de cada uno, ya que si se entiende el turismo rural como el conjunto de actividades recreativas realizadas en zonas rurales y basadas en elementos de la cultura rural, el agroturismo será una forma de turismo rural en la que los elementos estén vinculados, de alguna manera, con la explotación agraria.

En otro orden de ideas, la comunidad local juega un papel determinante para la búsqueda del desarrollo sostenible de su zona; pero Sayadi y Calatrava (2001) también hacen sus aportaciones con respecto a la definición de agroturismo, a través de sus características y objetivos; y señalan que el agroturismo admite, pues, distintos niveles conceptuales, desde el simple alojamiento en la granja, hasta la vivencia y/o participación en actividades de la explotación agraria. El agroturismo, por su naturaleza, es una actividad que se sustenta en la agricultura, y puede llegar a ser más importante en el futuro y en determinados procesos de desarrollo rural.

La importancia del agroturismo se deriva de que el mantenimiento de las actividades agrarias permite que se conserve el paisaje, considerado actualmente como recurso económico, y cuya demanda crece paulatinamente; así como todo el patrimonio histórico y cultural de las zonas rurales cuya diversidad merece ser conservada: Tipos de cultivos y explotaciones, hábitats y arquitecturas, pueblos, viviendas y edificios rurales, setos, terrazas, ya que el agroturismo en sus inicios venía vinculado a toda empresa de ocio situada en casas de labranza, vinculadas o no con la explotación agrícola (Rodil, 2010). La confusión puede estar asociada a su origen, pero el agroturismo es toda actividad turística que se desarrolla en un espacio rural.

Hacer mención del agroturismo, es expresar el vínculo del turismo con el sector agrario, ya que el término emerge como una modalidad aplicable y que manifiesta la relación entre el espacio agrario y la acción turística (Philip *et al.*, 2010).

Hay otros autores que plantean el agroturismo como un término en el que, desde su perspectiva, se incluye el accionar del medio rural, lo agrario, lo agrícola; siendo este una forma o modalidad de turismo alternativo, donde su verdadera esencia se aprecia y se valora desde el conjunto de actividades organizadas por agricultores como complemento del desarrollo de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas; y que constituyen a su vez, servicios por los que se cobra (Rodríguez, 2019).

Este surge y se vincula a la propia actividad agraria, donde el organizador de la actividad es el propio agricultor, y resultan abarcadoras la heterogeneidad y la complejidad del mundo real, sus características medioambientales específicas, proyectos, actores sociales y el acceso a los recursos del campo. Se trata entonces de que los actores implicados pongan en valor las prácticas culturales, reconociendo cada actividad económica y cultural como parte de la forma de vida de una determinada comunidad (Philip *et al.*, 2010).

El agroturismo, como una nueva modalidad perteneciente a un turismo alternativo, suele desarrollarse en fincas de tamaños pequeños y medianos cuyo propietario lo ejercen como una forma de dinamizar su economía y de diversificar sus actividades productivas, como servicio complementario aparece el alojamiento, la alimentación y la venta de producto. Esto proporciona mayores oportunidades de empleo para la propia familia y otras personas de la localidad donde se desarrolla dicha actividad (Philip *et al.*, 2010).

En lo relativo al paisaje natural, el agroturismo ejerce prácticas culturales que son ancestrales, tradiciones, costumbres, fabricación de productos artesanales que son medios de consumo por la sociedad local. Esto forma parte de su cultura, cuyo uso turístico le da valor patrimonial, haciendo que se conecte lo natural y lo antropológico (Riveros y Blanco 2003). Valoran la importancia de los empleos e ingresos no agrícolas, y conceden gran importancia a la identificación, caracterización, explotación, preservación de los recursos y los activos locales específicos, para generar procesos de bienestar en territorios rurales (Riveros y Blanco 2003).

El agroturismo visto desde una perspectiva integral aporta una visión sostenible, ya que brinda una serie de beneficios compartidos de manera equitativa en la población local, logrando que lo económico funcione con lo social, cultural y medio ambiental. Teniendo como resultado la sostenibilidad, el turista que se siente atraído por los atractivos culturales de un destino, decide visitarlo cuando perciba que se le está ofreciendo un ambiente donde tendrá la oportunidad de experimentar historia y cultura (Rodríguez, 2019).

La puesta en valor de los recursos naturales sitúa al turista en un plano de experimentación de un ambiente natural nuevo y la vivencia sana con personas con intereses comunes y que, por consiguiente, implican un nuevo estilo de vida. Desde esta perspectiva, el cliente se relaciona con la actividad socio productivo y al mismo tiempo, el campesino encuentra una alternativa para lograr un beneficio y una relación estrecha entre su propia actividad agrícola y una modalidad turística que amplía el horizonte de su economía familiar y perpetúa sus prácticas agro-culturales. Esta relación implica dar a conocer su trabajo y los productos del campo, recibir ingresos por parte de las visitas de los turistas y un impulso hacia el intercambio con los mercados emisores del turismo que se promueva el respeto al patrimonio natural y cultural (Rodríguez, 2019).

Por tanto, el agroturismo tiene la particularidad de aportar un alto nivel de valor a las relaciones más equitativas y respetuosas, a partir del respeto de las tradiciones y todos los patrones culturales que identifican una zona, permitiendo que los factores socioeconómicos, medio ambiental y cultural se tomen como base fundamental, promoviendo de esa forma la sostenibilidad (Riveros y Blanco, 2003).

Se hace importante destacar y conocer cuál ha sido la evolución del concepto de agroturismo. Ya en la década de 1980, se añade a la mera mención del ámbito (actividades

turísticas en casas de labranza), la complementariedad entre las actividades primarias de la casa (las agropecuarias) y la oferta de actividades turísticas, aumentando así su actividad principal (Mitchell y Murphy, 1991). Entrada la década de 1990, el término evoluciona más allá, no siendo suficiente la fijación del ámbito y la explicación del carácter complementario que representa el turismo, sino que se especifica la contraprestación monetaria por el «disfrute de una vida cotidiana en el ambiente rural» (Pearce *et al.*, 1990) y se hace hincapié en ciertas tareas de carácter comunicativo o promocional, como esfuerzos para atraer visitantes y promover los productos del campo (Bowen *et al.*, 1991).

Así, según el concepto va adquiriendo más matices, el producto agroturístico se va perfilando y aproximando al concepto actual, el cual se define como toda actividad de turismo y ocio vinculada a cualquier actividad agrícola, ganadera, pesquera y/o agropecuaria, con alojamiento en la propia casa de labranza y degustación de los productos explotados en la misma (Riveros y Blanco, 2003).

Para que se lleve a cabo una actividad agroturística se hace necesario la explotación en el seno de una zona agraria, y se conoce más del término a partir de las completas revisiones bibliográficas de Phillip *et al.* (2010) y Rodil (2009). Las conclusiones de estos autores indican que el agroturismo tiene las siguientes características:

- a) En lo que al agroturismo respecta, la actividad principal es la agricultura, por lo que el turismo no es más que un complemento que ayuda al sostenimiento del primero, de ningún modo llega a remplazarlo o sustituirlo.
- b) El turismo como elemento complementario dentro del agroturismo, tiene por fin fomentar el contacto con la actividad agraria, haciéndose necesario por tanto un contacto directo entre turistas (o visitantes) y agricultores. Para ello los agricultores pueden enseñar las tareas que realizan y el modo en que las llevan a cabo, siendo el papel desempeñado por el turista no sólo la observación, sino también la interacción (alimentando animales o seleccionando y cosechando productos agrarios), culminando el proceso con el pago de los productos consumidos o llevados al abandonar la explotación. Las actividades pueden ser incluso más intensas y alargadas en el tiempo, llegando a actividades de cultivo u otras asociadas, que impliquen varias jornadas de trabajo.

Además de la realización de actividades agropecuarias, se considera actividad también propia del agroturismo, la degustación de productos cosechados o elaborados en la propia explotación (Carril y Vila, 2012). Estos productos pueden ser consumidos de modo inmediato o englobar la preparación de platos más o menos elaborados.

2.2. CARACTERÍSTICA DEL AGROTURISMO

Para hablar de las características del agroturismo, cabe destacar una serie de elementos que son vitales. En este caso, el papel que ha desempeñado el sector agropecuario en la economía de los países, principalmente los subdesarrollados, ya que este sector ha estado ligado estrechamente con el desarrollo socioeconómico y político de los países, lo que significa que, entre el sector agropecuario y turismo hay un punto de intercepción llamado agroturismo (Riveros y Blanco, 2003). Esta nueva modalidad turística cimentada dentro del turismo rural, pero con elementos distintos que lo convierten en ser una tipología con una dimensión más integral por una serie de características que lo identifican, donde caben mencionar actividades y servicios agroturísticos, que lo identifican dentro de las demás tipologías. La ilustración 2 presenta las principales características del agroturismo.

Ilustración 2. Aproximación a las características del agroturismo



Fuente: elaboración propia, a partir de Blanco y Riveros (2011)

El agroturismo, aun siendo una tipología vinculada al turismo rural, presenta unos componentes distintos, como se puede observar en la ilustración anterior. Es por esa causa que se enfocan las siguientes características:

- a) Es una tipología dirigida a una clientela diferente, con mayor apego a los recursos naturales.
- b) Una característica que lo identifica, es que pone en valor los recursos que emanan del sector agropecuario.
- c) En esta modalidad, el visitante participa en las actividades productivas.
- d) La familia del productor agrario atiende y participa en el cuidado al visitante.
- e) El atractivo de un predio de agroturismo crece simultáneamente y de forma diversificada.
- f) Es recomendable que los productores incorporen la mayor cantidad de atractivos posibles, aunque estos puedan tener solo una finalidad demostrativa y no productiva.
- g) Presenta una visión integral al poner en valor los aspectos económico, social, cultural y medioambiental.
- h) Permite dinamizar la economía local, generando otras tipologías de negocios.

El agroturismo posee una serie de actividades complementarias que lo diferencia del turismo rural, donde contribuye al fortalecimiento de la imagen del destino, como se pueden citar: las ferias, produciendo movilización de grandes corrientes turísticas; o la fabricación de productos dentro del mismo destino. Al producirse el intercambio con diferentes turistas, se desarrollan mercados en otros destinos (Blanco y Riveros, 2011).

Las nuevas tendencias turísticas orientadas en relación a un turismo sostenible surgen como una respuesta a las necesidades actuales. Es decir, la masificación y el desequilibrio, en todos los aspectos fundamentales del turismo, han obligado a recurrir a nuevos métodos que minimizan el impacto negativo de la actividad turística, donde se hace necesario poner el agroturismo en uno de los eslabones más importantes en la búsqueda de la sostenibilidad (Evgrafova *et al.*, 2020; Fotoohi *et al.*, 2021).

El agroturismo incorpora una serie de innovaciones que le dan un giro diferente, mejorando la perspectiva económica con un gran impacto social, evitando el desplazamiento de los patrones culturales propios de la comunidad local, y controlando al máximo las repercusiones negativas hacia el medio ambiente (Fotoohi *et al.*, 2021). La

diversificación del agroturismo se enfoca en la comunicación y la promoción de los productos agrarios y pecuarios, así como la integración de los visitantes a los procesos productivos, sintiéndose parte clave en el desarrollo de la actividad turística y en la búsqueda de la sostenibilidad (Evgrafova *et al.*, 2020).

Para el agroturismo, es indispensable desarrollar primero una cultura de cultivos sanos y, como consecuencia de su sanidad vegetal, cultivos eficientes, rentables y competitivos; ya que ningún turista querrá estar en una finca o hacienda mal cultivada, desordenada, con faltas de higiene, y sin valor cultural o tecnológico (Joshi *et al.*, 2020).

El orden lógico es aprender y educar sobre una agricultura limpia, sana, productiva; y si es posible, con valores agregados, para que este emprendimiento con esos tipos de características, por si solo se vaya convirtiendo en algo digno de ser tomado en cuenta. Un centro agroturístico es el producto de un proceso en el que los aspectos cultural y educativo juegan papeles decisivos y son el componente clave de su desarrollo (Pramesti *et al.*, 2020). Este proceso cultural debe permitir hacer recorridos y mostrar las innovaciones tecnológicas que aportan con toda su ciencia en los grandes logros de sanidad y productividad agropecuaria.

Las oportunidades derivadas del crecimiento sostenido de estas demandas deben ser aprovechadas para desarrollar atractivos turísticos realmente relevantes, con áreas diseñadas para los turistas, senderos, espacios de estar, servicios higiénicos, seguridad, que dejen en el turista una experiencia inolvidable, lo que quiere decir, que allí debe haber cosas que ver y cosas que hacer (Evgrafova *et al.*, 2020).

El agroturismo genera nuevos ingresos, educación turística, ambiental y agrícola; y, además, enriquece a los involucrados (Kothari, 2021). El agroturismo se vincula con otras tipologías que pertenecen al turismo sostenible, y que promueven la diversificación de la oferta. Se centra en la observación y estudio de los recursos naturales, sin generar acciones de invasión y/o extracción; propicia intercambio o reconocimiento de saberes y paisajes (Ruiz *et al.*, 2008).

2.3. COMPONENTES DEL AGROTURISMO

El agroturismo posee unos componentes que son determinantes y básicos para que se produzca la motivación viajera, comenzando con la parte multifuncional de la

agricultura, la cual se considera uno de los componentes básicos del agroturismo. Esto genera nuevos empleos y dinamiza la economía local (Riveros y Blanco, 2003). Por tanto, el agroturismo posee unos elementos dinamizadores que activan la interacción entre visitantes y moradores locales, convirtiendo los predios agrícolas en espacios de interés, realizando prácticas a través de los avances tecnológicos, lo cual se considera otro elemento o componente de vital importancia para esta nueva modalidad.

Hay que destacar la función del turismo en el espacio rural, ya que el vínculo de turismo con zona rural ha dado lugar al surgimiento de nuevas tipologías asociadas a la naturaleza, como es el caso del agroturismo. El agroturismo contribuye a la revalorización de los productos locales, ya que la mayoría de los aficionados al mismo demandan productos agrarios naturales o fabricados de forma artesanal, típicos de la región. La agricultura ha proporcionado también un rico patrimonio etnológico, herramientas, maquinaria agrícola, oficios y talleres artesanales, forja, cantería, así como una variada gastronomía popular, que puede tener un cierto uso turístico.

El agroturismo contribuye a armonizar los intereses agrarios y la protección del medio ambiente, a través de una gestión integrada del territorio en la que los agricultores han tenido y deben seguir manteniendo un protagonismo destacado. El agroturismo puede constituir para el agricultor una forma de remuneración de las inversiones que éste efectúa en favor de la gestión del medio ambiente para beneficio de la colectividad.

Es indudable que, para desarrollar una actividad agroturística con éxito, hay que crear las condiciones; es decir, readecuar los espacios; tales como las fincas, granjas, entre otros espacios rurales, donde hay que considerar la preservación y conservación del medio ambiente.

En definitiva, el agroturismo tiene los siguientes componentes:

- a) Demanda agroturística (agroturistas): usuarios que tienen interés en las actividades de recreación relacionadas con la industria agropecuaria.
- b) Actividades agroturísticas: recolección de frutos, trabajos de labor agrícola o ganadero, entre otras.
- c) Infraestructura agroturística: áreas recreativas, aulas de agricultura o ganadería, granjas, centro de visitantes, miradores, observatorios, senderos señalizados e interpretativos, entre otros.

- d) Destinos agroturísticos: áreas donde hay fincas agrícolas, áreas ganaderas, almazaras, entre otras. Estas zonas reúnen las características para atraer demanda agroturística.
- e) Guías agroturísticos: son los encargados de interactuar con los visitantes, explicándole los aspectos relacionados con la experiencia agroturística. En muchas ocasiones, son los propios propietarios y trabajadores de las áreas agropecuarias.
- f) *Stakeholders* del agroturismo: estos hacen referencia a aquellos actores que pueden afectar o ser afectados por las actividades de una empresa (Freeman *et al.*, 2010). En el ámbito del agroturismo, son todos aquellos actores que pueden beneficiarse o ser afectados negativamente por la actividad agroturística. Es decir, hablamos de agricultores, ganaderos, empresas de transporte, alojamientos turísticos, comunidades locales, organizaciones no gubernamentales, instituciones financieras, comercios locales, entre otros.

2.4. BUENAS PRÁCTICAS INTERNACIONALES DE AGROTURISMO

El agroturismo es una modalidad que ha venido cobrando importancia a nivel mundial, donde diversos países a nivel internacional han hecho suya la práctica agroturística, permitiendo que la vida en la zona rural haya buscado otro estilo, a través de implementación de nuevos proyectos. Cabe mencionar a España, Costa Rica, Chile, Ecuador, Argentina, Perú, Bolivia, entre otros.

Es importante destacar, que se considera “buenas prácticas” dentro del turismo, a las que se refieren a un conjunto de medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas y cada una de las áreas de gestión y operación de las empresas de turismo. Estas medidas persiguen como meta garantizar que se esté produciendo el menor impacto posible, que se mejore la calidad del producto turístico, así como su imagen frente al cliente, y que se haga más eficiente el desarrollo empresarial y, por ende, su desempeño socioeconómico (Rainforest Alliance, 2006).

Son diversos los proyectos que se han venido desarrollando a nivel internacional, en la búsqueda de la implementación de buenas prácticas en el ámbito turístico; como es el caso de Perú, donde jóvenes emprendedores, organizados por la Asociación Pro-bienestar y Desarrollo, resultaron ganadores entre más de 800 proyectos presentados a

nivel nacional; logrando el mejor puntaje, según las evaluaciones del entonces Banco Wiese Sudameris (hoy Scotiabank), y la empresa minera Yanacocha. Estos proyectos tuvieron como resultado, desplazamiento de grandes flujos de turistas, tanto nacionales como extranjeros, publicaciones en revistas y programas de televisión, diversas exposiciones en centros de estudios y organismos relacionados con la actividad, y la obtención del primer premio en un concurso internacional de proyectos, organizado durante el Primer Encuentro Internacional de Mujeres Rurales, Turismo, Alimentos e Identidad, realizado en la Ciudad La Plata (Argentina), en junio del 2008.

Fruto de los grandes esfuerzos para el desarrollo de proyectos en torno al crecimiento local, se generaron iniciativas empresariales dentro de la propia comunidad de Perú, que elevaron el nivel de vida del campesino, reduciendo el desempleo y la migración, y alcanzando un impacto positivo generado por el agroturismo.

Siguiendo con el tema de las buenas prácticas agroturísticas a nivel internacional, se hace necesario mencionar otros lugares donde el agroturismo ha tenido grandes impactos positivos, como es el caso de algunos países de Europa, donde se han producido grandes diversificaciones en la zona rural.

En Estados Unidos, los primeros emprendimientos de agroturismo, en el 1990, dio pie a que pudieran crear un Consejo Consultivo Nacional para el Desarrollo Rural que recomendó promover el turismo rural.

En Latinoamérica, Chile ha desarrollado una de las políticas más activas en materia de promoción de establecimientos rurales que brindan alimentación y artesanías a los turistas, con apoyo del Instituto de Desarrollo Agropecuario y del Ministerio de Agricultura. En Argentina, ante el crecimiento del agroturismo en los 90, las Secretarías de Agricultura, Ganadería y Pesca y la de Turismo impulsaron un programa nacional de turismo rural. En Panamá, los lazos entre los sectores turístico y agropecuario empezaron a fortalecerse a finales de los 90; y se consolidaron en el año 2000, con la firma de un convenio entre el Instituto Panameño de Turismo (IPAT) y el Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA).

Según lo plantea Acevedo *et al.* (2010), Costa Rica, desde el 1994, está inmersa en producir un cambio significativo en materia turística, a los fines de apostar por un turismo alternativo. Este nuevo estilo de hacer turismo involucra las cooperativas y las asociaciones, basado en conceptos ambientales, sociales y económicos, con un enfoque

netamente comunitario. Esto implica que los residentes se mantienen presentes durante el diseño, la gestión y desarrollo del ecoturismo y agroturismo; y de estas nuevas tipologías, obtienen un máximo de beneficios.

Las potencialidades turísticas orientadas al turismo alternativo y con base en el agroturismo, se desarrollan con la implicación comunitaria. Por esta razón, necesitan ser parte de una estrategia más amplia de desarrollo sustentable, ser compatible con la conservación efectiva de los ecosistemas naturales, e involucrar a las comunidades locales, asegurando que tengan una participación equitativa de los beneficios generados, y constituyendo un valioso medio para alcanzar los objetivos sociales y ambientales (Kuenzi y McNeely, 2008).

A los fines de que el agroturismo sea efectivamente un motor de desarrollo local, preservación y conservación, requiere incorporarse al mercado, para generar los beneficios económicos esperados en las comunidades anfitrionas. Muchas veces, dicho acceso está condicionado por una serie de requisitos establecidos por los turoperadores, encargados de promover y comercializar la oferta del agroturismo, para asegurar la viabilidad económica, sociocultural y ambiental de la oferta que promueven, y garantizar la calidad de dichos servicios. A estos requisitos es a lo que se ha llamado “buenas prácticas” del agroturismo.

El turismo dentro de su nueva configuración se enmarca en la sostenibilidad; pero solo avanzará hacia la sustentabilidad si es que existe un cuidadoso proceso de planificación que involucre a todos los actores relacionados, incluyendo a las comunidades locales. Para lograr esta sustentabilidad se requiere de cambios profundos respecto de la forma de hacer turismo; esto es, conciliar el incremento en el número de visitantes en los destinos, con la adopción de buenas prácticas que garanticen la reducción y manejo de impactos negativos sobre el ambiente y la sociedad.

2.5. POTENCIALIDADES DEL AGROTURISMO EN REPÚBLICA DOMINICANA

El turismo, analizado desde una dimensión amplia, ha venido produciendo grandes cambios a lo largo de su proceso evolutivo, pasando de una modalidad turística convencional a una modalidad de turismo alternativo (Orgaz-Agüera y López-Guzmán,

2015). El respeto por el medio ambiente es una máxima, y las experiencias novedosas se producen en contacto con la naturaleza y con la cultura de las comunidades locales de destino, estando la sociedad cada vez más concienciada con los posibles impactos generados en el medio ambiente, y a nivel social y económico.

Conforme a lo planteado por Canalejo *et al.* (2011), es de vital importancia establecer la diferencia entre el turismo de masas y el turismo alternativo, resultando que el turismo de masas se refiere al turismo de sol y playa, así como al turismo centrado en las prácticas relacionadas con la nieve. Por otro lado, dentro del turismo alternativo encontramos el ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura, el turismo ornitológico o el turismo patrimonial, entre otros. En ese mismo orden hacer mención de la ciudad colonial, uno de los patrimonios culturales más antiguo del viejo mundo, uno de los sitios más concurrido de la República Dominicana, declarado Patrimonio Cultural por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en el 1990.

Así surgen y se proyectan nuevas tipologías turísticas en la República Dominicana, orientadas a la preservación de los recursos naturales y el involucramiento de la comunidad local, trayendo como resultado la diversificación de la oferta, convirtiéndose en un gran potencial turístico. Citando a Tabales *et al.* (2012), el turismo ornitológico se configura como un gran potencial en el país dominicano. Este turismo se entiende como el viaje motivado por la realización de actividades de ocio relacionadas con la ornitología; como la detección, identificación u observación de avifauna, con el objetivo de acercarse a la naturaleza para cubrir necesidades de aprendizaje, afiliación, consecución y/o reconocimiento personal (Tabales *et al.*, 2012).

Es importante destacar que el turismo ornitológico aporta grandes recursos económico, y como señala ARECOA (2014), los visitantes que realizan actividades de turismo ornitológico desembolsan entre 1000 y 1500 dólares americanos de media por cada viaje y ecoturista. Otro turismo relacionado con la naturaleza es el ecoturismo, que promueve grandes masas de visitantes en zonas protegidas, como el Salto del Limón (Samaná), Saltos de la Damajagua (Puerto Plata) o Isla Saona (área próximo a Punta Cana). Por su parte, el turismo de naturaleza está en auge, y cada vez más son los viajeros que llegan a realizar actividades deportivas y de montaña en las regiones de Jarabacoa y Constanza.

Para el desarrollo del agroturismo, la República Dominicana cuenta con grandes extensiones de terreno cultivado de banano, arroz y otros frutos. Además de lo mencionado, el país posee crianzas de ganado y otros animales, lo que significa, que existen condiciones como destino para desarrollar una modalidad alternativa que sea sostenible, en todos los aspectos. Hay que señalar que el país posee herramientas para entrar en competitividad con otros destinos, como en los casos de Costa Rica o Cuba (Castellanos-Verdugo y Orgaz-Agüera, 2013).

República Dominicana posee un potencial grandioso en torno a los recursos naturales, ya que un 67% de su territorio es de área montañosa, lo que representa una oportunidad para que se produzca motivación viajera, pudiéndose captar millones de visitantes abstraídos por una modalidad distinta a un turismo tradicional.

El agroturismo es una tipología turística muy joven en la República Dominicana, en un análisis profundo de los estudios existentes y de las fuentes bibliográficas de consultas. Existen muchas condiciones o potencialidades que pueden ser aprovechadas también por el vínculo con otra tipología; como es el caso del ecoturismo, turismo ornitológico, turismo de aventura; entre otros.

El turismo alternativo representado por el ecoturismo y agroturismo, presentan grandes ventajas o potencialidades que pueden convertir el país dominicano en un destino de preferencia, comparado con los demás destinos del Caribe. Algunas de las causas serían que dentro de sus especies animales no hay venenosos ni de algún otro tipo que representen un peligro para el turista.

Actualmente, en República Dominicana existen algunos proyectos turísticos enfocados al agroturismo:

- Complejo Ecoturístico Río Blanco: Está ubicado en Bonao, rodeado de una hermosa cadena montañosa. Fue fundado por la Federación de Campesinos hacia el Progreso, en la visión estratégica de conservar la importante cuenca alta del Río Yuna como una forma de mejorar la calidad de vida de los campesinos.
- Sonido del Yaque: Proyecto comunitario en Jarabacoa que contempla los servicios del turismo sostenible, como actividad complementaria a la agricultura. Unas 200 familias se benefician de esta actividad turística rural.
- Ecocampo La Sangría: Proyecto ecológico ubicado en Samaná; el cual combina la tranquilidad, naturaleza, aventura y playas. Se pueden realizar caminatas por el

cultivo de piña, visitar las galeras, practicar ‘snorkeling’ o hacer la Ruta del Jengibre.

- Villa Pajón: Ubicada en Valle Nuevo, Constanza, a 7,500 pies sobre el nivel del mar. Está rodeada de hermosas flores, grandes pinares, árboles y hortalizas.
- Los Bohíos: Estancia de ambiente rural y ecológico ubicado en las colinas de Jarabacoa. Ofrece vivir la experiencia campesina de los años 50 y 60, conociendo el proceso del cacao, café y tabaco. Casitas de madera con hamacas, preparadas para grupos y familias.
- La ruta del cacao: Esta ruta se localiza en la Hacienda La Esmeralda, en San Francisco de Macorís, y el turista tiene experiencias de siembra, cultivo y recolección de cacao.
- Rutas de café dominicano: Existen principalmente dos, por un lado, la Ruta del Café Atabey (Bonaó) y la Ruta del Café Jamao (Salcedo). Esta ruta muestra diferentes aspectos de la siembra, recolección y tratamiento del café.
- Feria del Mango Banilejo: Esta feria anual se realiza en el mes de junio, y durante una semana se realizan actividades y la comercialización de diferentes tipos de mango.
- Ruta de la Miel: Esta ruta se realiza en la provincia de Dajabón y se muestra los diferentes tipos y colores de la miel, así como la extracción y el consumo de la misma.
- Ocoa Baya: Este es un proyecto vitivinícola y el visitante puede conocer el proceso de la producción de vino.
- Fresas Ariyamas o el Ranchito de la Fresas: Ubicado en Constanza, se muestra el proceso de la fresa, así como diferentes tipos de consumo (fruta, zumo, entre otros).
- Ranchos con experiencias con animales: Existen en diferentes puntos del país, y tienen la finalidad de generar experiencias de descanso en áreas donde habitan animales de granja.

El agroturismo, por tanto, está específicamente orientado a destacar actividades ganaderas y agrícolas desde el punto de vista turístico, como visita a plantaciones orgánicas, rutas de productos, granjas escuela, entre otros. El turista que acude a una excursión agroturística suele llevarse, de paso, productos alimentarios para consumirlos en su lugar de origen. Es una forma de expandir la experiencia y la conexión

con el lugar de producción. Y, al mismo tiempo, ayuda a la comunidad local a posicionarse como productora de calidad en esos rubros.

CAPÍTULO III. EL TURISMO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

3.1. PRESENTACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO

3.2. EVOLUCIÓN DEL TURISMO

3.3. MARCO LEGAL DEL TURISMO

3.4. DESARROLLO ECONÓMICO EN LA PROVINCIA VALVERDE

En este capítulo se realiza una presentación y características del turismo, la evolución de este sector, así como el marco legal y una descripción del desarrollo económico de la provincia Valverde.

3.1. PRESENTACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO

El turismo es una industria global que involucra a cientos de millones de personas en viajes nacionales e internacionales cada año. En República Dominicana, y según Agosín *et al.* (2009), existen seis polos turísticos con capacidad de recibir turistas (ilustración 3), si bien, el más importante es el localizado en la región este (ilustración 3, número 1), compuesto entre otros destinos por Bávaro y Punta Cana. En esta región dominicana, se ubican los principales destinos turísticos del país, consolidados en turismo de sol y playa, con una variedad de oferta de hoteles-*resort*. En esta zona geográfica también se localiza el área protegida más visitada, Isla Saona, perteneciente al Parque Nacional del Este, la cual, se beneficia de las excursiones de los turistas alojados en los hoteles-*resort*. Además, muy cerca a estos destinos también se localizan otros que pertenecen al mismo polo turístico (La Romana – Bayahibe), pero que reciben menos turistas que los dos destinos anteriores, que son como ya hemos mencionado, los más importantes en turismo de República Dominicana.

Ilustración 3. Ubicación de los polos turísticos en República Dominicana



Fuente: elaboración propia

Por su parte, Santo Domingo (ilustración 3, número 2) se ha consolidado como el segundo destino del país, si bien, se caracteriza por viajeros de negocios, descendiendo así el turismo de sol y playa en la zona de Boca Chica y Juan Dolio. Puerto Plata (ilustración 3, número 3) se configura como el tercer destino de República Dominicana, aunque es el segundo en turismo de sol y playa. También destaca por el turismo deportivo (surf y windsurfing), consolidado a nivel internacional en la zona de Cabarete, y el turismo ecológico o ecoturismo, sobre todo en el área protegida Monumento Natural Salto de la Damajagua y el Monumento Natural Loma Isabel de Torres.

En el centro de República Dominicana (ilustración 3, número 4) se encuentran las principales zonas de montaña del país, localizadas en Constanza y Jarabacoa. En este polo turístico se localiza el punto más alto de todo el Caribe: Pico Duarte. En el noreste se localiza la península de Samaná (ilustración 3, número 5), destino caracterizado por el turismo de sol y playa, turismo de segunda residencia y el turismo de cruceros. Aunque, durante los meses de febrero-marzo se posiciona como un importante destino ecoturístico, con la finalidad de avistar las ballenas jorobadas. Durante el año también recibe ecoturistas en el Parque Nacional Los Haitises. Por último, en el suroeste de República Dominicana (ilustración 3, número 6) se localizan las grandes potencialidades

ecoturísticas del país, si bien, y según Agosín *et al.*, (2009), aún no está bien desarrollado el ecoturismo en este destino.

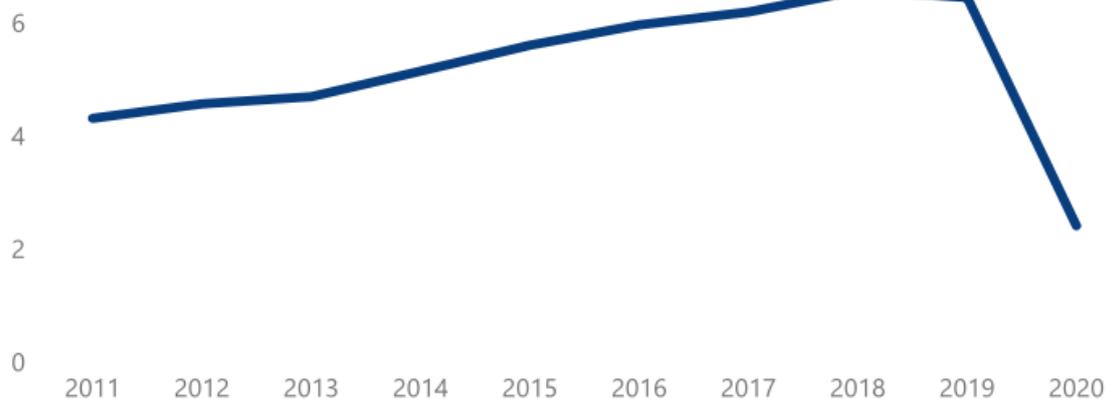
3.2. EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

La Organización Mundial del Turismo estimó que hubo 1466 millones de viajeros internacionales en 2019, con un crecimiento del 5 % frente a los 10 años previos (OMT, 2021). La OMT (2021) estimó que se generó más de 1466 billones de dólares por llegadas de turistas en el 2019, con un crecimiento del 3 % frente al año 2018. Estos datos hicieron que el turismo generara, en 2019, el 7 % de las exportaciones mundiales (OMT, 2021).

En el caso de República Dominicana, un constante crecimiento desde hace años hizo que el país recibiera 6.4 millones de turistas y 7.5 billones de dólares por turismo en el año 2019, representando las exportaciones por turismo el 36 % de las exportaciones del país (OMT, 2021). Este crecimiento constante se observa en la ilustración 4. En la región de las Américas, destacó Estados Unidos, que recibió en 2019 79.4 millones de turistas internacionales, siguiéndole México (45 millones), Canadá (22.1 millones), Argentina (7.4 millones) y, en quinto lugar, República Dominicana. Estos datos consolidaban al país como uno de los principales destinos de América y, sobre todo, del Caribe (OMT, 2021). La mayoría de los visitantes que llegaban a República Dominicana procedían de América (76%) (OMT, 2021).

Estas cifras, al igual que ha ocurrido con otros sectores, se han visto mermadas con la crisis del COVID-19. En 2020, República Dominicana recibió 2.4 millones de turistas (Ilustración 4), sin tener hoy las cifras sobre los ingresos por turismo en dicho año (OMT, 2021). Estos datos, aunque la colocan como el cuarto destino de las Américas en 2020, tras México (24.3 millones), Estados Unidos (19.4) y Canadá (3 millones), son muy pobres para la relación que República Dominicana tiene con el turismo y su importancia para el desarrollo socioeconómico de sus comunidades locales.

Ilustración 4. Gráfica de crecimiento de República Dominicana en llegadas de turistas internacionales



Fuente: OMT (2021)

Desde 2021, el país está recuperando su actividad turística, con unos datos preliminares que mejoran las cifras del año 2020. Se prevé que el turismo siga creciendo a lo largo del año, sobre todo, por la apertura de los viajes de los principales países del continente americano (Estados Unidos y Canadá), por la aplicación de las vacunas del COVID-19 y por la promoción que se está haciendo para retomar la actividad turística internacional, como el desarrollado por el Ministerio de Turismo de República Dominicana en la Feria de FITUR durante el año 2021.

3.3. MARCO LEGAL DEL TURISMO

Estableciendo un enfoque claro sobre lo concerniente a la legislación de la República Dominicana, se hace necesario consultar el diccionario de la real academia de la lengua española, para buscar el concepto “Legislación”. Nos la define como el *“conjunto o cuerpo de leyes por las cuales se gobierna un Estado o una materia determinada”*. En el caso de la Constitución Política de la República Dominicana (CPRD, 2010), la cual data de 2010, se dispone de igual forma; es decir, la función del Poder Legislativo es la de dictar las leyes, siendo el Poder Ejecutivo el órgano encargado de ejecutarlas. El Poder Legislativo es bicameral, es decir, se encuentra formado por el Senado de la República y por la Cámara de los Diputados, siendo las encargadas ambas Cámaras de aprobar las leyes, en virtud del artículo 99 de la Constitución, para a posteriori

ser enviadas al Poder Ejecutivo o Gobierno Dominicano para ejecutarlas (art. 101 de la CPRD, 2010).

El Gobierno Dominicano está interesado en la promoción e incremento de las actividades turísticas en destino con un menor desarrollo socioeconómico, y con el objetivo de una mejora de la calidad de vida de la población local, y a través del Ministerio de Turismo y del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, dicta las normas y disposiciones legales en materia de legislación turística, siendo los dos órganos de la Administración Pública con potestad para ordenar, promover, fomentar, gestionar, inspeccionar, y cuando así lo requiera, sancionar (García-Saura, 2006).

El Ministerio de Turismo de República Dominicana es el encargado de desarrollar la legislación general del turismo en el país. Este Ministerio tiene las siguientes funciones:

- Planear, programar, organizar, dirigir, fomentar, coordinar y evaluar las actividades de la industria turística del país, de conformidad con los objetivos, metas y políticas nacionales que determine el Poder Ejecutivo.
- Determinar y supervisar los polos de desarrollo turístico en el país; y orientar los proyectos a llevarse a cabo en los mismos.
- Orientar, de conformidad con las regulaciones al respecto, el diseño y construcción de todas las obras de infraestructura que requieran el desarrollo de los distintos proyectos turísticos.
- Coordinar, a través de la Corporación de Fomento de la Industria Hotelera y Desarrollo del Turismo (CORPHOTEL), las actividades nacionales tendentes al desarrollo de la empresa hotelera.
- Aumentar la producción turística en el país mediante el fomento de construcción, financiación, mejora y conservación de las empresas del sector.
- Coordinar las acciones de todas las dependencias del Estado relacionadas con el turismo, a fin de lograr los mejores resultados en cuanto al servicio, protección y facilitación del sector.

En relación a la legislación, a continuación, se indican las principales leyes de turismo de la República Dominicana:

- Ley No. 1281-1937, que traspasa las atribuciones de dirección y organización del turismo a la Secretaría de Estado de Comercio, Industria y Trabajo.
- Ley No. 3319, del 8 de junio de 1952, que crea la Dirección General de Turismo.

- Ley No. 30, del 25 de mayo del 1963, que traspasa a la Dirección General de Turismo los hoteles del Estado.
- Ley No. 121, del 04 de febrero del 1966, que crea las Comisiones de Turismo.
- Ley No. 94, del 16 de enero de 1967, que prohíbe extraer arena de las playas del país declaradas de atracción turística.
- Ley No. 351, del 07 de marzo de 1967, que autoriza la expedición a las licencias a establecimiento declarados de atracción turística.
- Ley No. 541, del 29 de diciembre de 1969, Orgánica de Turismo.
- Ley No 542, del 29 de diciembre de 1969, de Fomento de la Industria Hotelera y Desarrollo del Turismo.
- Ley No. 153, del 04 de junio de 1971, de Promoción e Incentivo de Desarrollo Turístico.
- Ley No. 256, que establece los mecanismos necesarios para la planificación y control de desarrollo de toda la zona denominada “Polo Turístico de Puerto Plata o Costa de Ámbar”.
- Ley No. 84, del 26 de diciembre de 1979, que modifica la Ley No. 541 del 31 de diciembre de 1969, Orgánica de Turismo de la República Dominicana.
- Ley No. 241, que declara zona turística a la provincia de Monte Cristi y declara Monumento Histórico la casa donde fue firmado el Manifiesto de Máximo Gómez y José Martí.
- Ley No. 16, del 20 de noviembre de 1995, de Inversión Extranjera.
- Ley No. 77-02 que declara la provincia Hato Mayor como Provincia Ecoturística.
- Ley No. 184-02, del 13 de agosto de 2022, que introduce modificaciones a la Ley No. 158-01 de Fomento al Desarrollo de Nuevos Polos Turísticos.
- Ley No. 151-04 que declara la provincia de San José de Ocoa como Provincia Ecoturística.
- Ley No. 212-04 que declara la provincia de Barahona como Provincia Ecoturística.
- Ley No 195-04 que declara la provincia de Monseñor Nouel como Provincia Ecoturística.
- Ley No. 202-04 del 30 de julio de 2004, Ley Sectorial de Áreas Protegidas.

- Ley No. 266-04 que establece como demarcación turística prioritaria, el llamado Polo Área Turística de la Región Suroeste, en las provincias Barahona, Independencia y Pedernales.
- Ley No. 163-05 que declara la provincia San Juan como Provincia Ecoturística.
- Ley No. 511-05 que declara la provincia El Seibo como Provincia Ecoturística.
- Ley No. 156-06 que declara la provincia Elías Piña como Provincia Ecoturística.
- Ley No. 40-08 que declara la provincia Juan Sánchez Ramírez como Provincia Ecoturística.
- Ley No 153-13 que modifica varios artículos de la Ley No. 158-01.

Además de las leyes anteriores, en República Dominicana también se han formulado decretos (más de 75) y resoluciones (más de 937), si bien, ningunas de ellas han sido sobre aspectos del agroturismo.

3.4. DESARROLLO ECONÓMICO EN LA PROVINCIA VALVERDE

La provincia Valverde forma parte de la subregión Noroeste de la República Dominicana. Cuenta con una superficie territorial de 809.44 km², y está situada al noroeste del país, limita al norte con la provincia de Puerto Plata, al sur y este con Santiago y al oeste con Monte Cristi y Santiago Rodríguez.

La provincia Valverde, se caracteriza por ser una de las más productivas de la República Dominicana, siendo su actividad económica principal la agricultura, destacándose en la producción de guineo y arroz. Fue creada al dividirse la provincia de Santiago, en el 1958, con la Ley No. 4882 del 27 de marzo de 1958, y recibe el nombre en honor al que fue presidente de la República, general, Don José Desiderio Valverde.

En relación a su economía, su principal sostén económico es la agricultura, la ganadería, empresas manufactureras, entre otros medios productivos. En relación al turismo, el desarrollo de las actividades turísticas se ha manejado de forma tímida, ya que no cuenta con grandes infraestructuras, principalmente de alojamiento, que puedan garantizar el desplazamiento de grandes grupos de visitantes.

En estudio reciente realizado por la Cámara de Comercio y Producción de Valverde (2017), se indicó que la provincia cuenta con potencial turístico, ya que posee grandes atractivos, tanto de índole natural, histórico cultural, entre otros, pero a pesar de

estas potencialidades, su subdesarrollo en materia turística, se debe a diferentes factores, entre lo que se destacan la falta de conocimiento para poner en valor sus recursos de parte de la comunidad local, pocas intenciones del gobierno en motivar a la inversión, y carencia de infraestructuras adecuadas para empujar el desarrollo.

En la actualidad, la provincia se ha convertido en una de las principales en materia de exportación bananera, ya que cuenta con grandes rutas de banano, extensos predios de cultivo arroceros, generando casi el 80% de empleos (Cámara de Comercio y Producción de Valverde, 2017). También, cuenta con ríos que son muy importantes para la producción, ya que tiene presas que alimenta el sistema de riego de la zona. Cuenta con una vegetación exuberante, con un clima muy acogedor, con una fauna compuesta por variedades de especies que la hace diferente a otras provincias de la República Dominicana.

En relación a la educación, Valverde es la provincia, Mao es el municipio y las diferentes instituciones educativas superiores están formadas por la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD) y la Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA), así como sus liceos correspondientes, siendo su principal el Liceo Profesor Juan de Jesús Reyes Aranda, construido en 1968. Cuenta con escuelas de enseñanza técnico profesional, donde los jóvenes aprenden diferentes oficios técnicos, que le permiten sustentar sus necesidades básicas.

Cabe resaltar que en la provincia Valverde, la participación de la mujer, en la búsqueda del desarrollo local, es muy significativa, donde hay que mencionar, el proyecto Impulsando la Autonomía Económica y Participación de las Mujeres en la provincia de Valverde. Es implementado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Agencia de Desarrollo Económico Local de Valverde (ADELVA), con el fin de visibilizar y reconocer a las mujeres como agentes claves dinamizadoras y aportadas al desarrollo económico y social del territorio y a nivel nacional promoviendo contextos más igualitarios. Siguiendo el mismo orden, la iniciativa es un plan piloto que servirá para sentar las bases para otros proyectos similares en otras regiones del país, y que aportará en el abordaje y cumplimiento de la nueva Agenda Global 2030 en el reconocimiento de las mujeres y la necesidad de establecer la igualdad de género de manera transversal.

En la provincia Valverde, se crea una oficina de turismo, en el 2018, pero no ha tenido el despegue esperado, debido a falta de asesoría de parte de los responsables en impulsar el desarrollo de la zona, lo que significa, que Valverde, cuenta con herramientas básicas para desarrollar un turismo sostenible.

La provincia Valverde, como parte fundamental del noroeste de la República Dominicana es una zona versátil, que tiene mucho que ofrecer a propios y visitantes, con acogedoras comunidades o municipios, de coqueta arquitectura con una fuerte influencia victoriana y republicana; cuenta también con viviendas típicas de vistoso colorido y alegre sabor local; y cuenta con impresionantes monumentos con los que la Patria agradecida recuerda las gestas con las que se consolidó su soberanía y a los prohombres que la hicieron realidad, así como obras de tipo ornamental, religioso o de uso privado, que forman parte del tesoro patrimonial de las comunidades. La mayor parte de sus atractivos se mantienen incontaminados, alejados de corrientes modernistas que, por lo general, desconocen la identidad, las raíces y valores culturales autóctonos, por lo que la provincia constituye una oferta turística potencial para ser conocida y disfrutada.

La región noroeste de la República Dominicana, en la última década, se ha posicionado en un lugar de alta relevancia como generador de empleos de la zona, ya que, debido a sus rubros por área de producción, esta región cuenta con más de 300,000 tareas productivas; generando empleos tanto directos como indirectos (Cámara de Comercio y Producción de Valverde, 2017).

Se hace importante destacar las provincias que componen dicha región: Valverde, Santiago Rodríguez, Monte Cristi y Dajabón. Estas son las provincias que constituyen el eje central del territorio de la región noroeste de la República Dominicana. En estas cuatro demarcaciones se conjugan características que confieren a la región un toque especial, y la convierten en un punto de interés y destino turístico a ser tomado en cuenta por los dominicanos, en general; así como por turistas y visitantes de otras latitudes.

La actividad económica de esta región se cimenta, principalmente, en el fomento de la ganadería y la explotación de cultivos de arroz, tabaco, plátanos, bananos – destinados mayormente para la exportación-; maní, café, gandules, melón, tomates barceló, yuca (en sus variedades dulce y amarga, para la confección del casabe), batata y hortalizas; además de otros rubros agrícolas cosechados en menor escala en pequeños conucos, para el consumo doméstico.

Hay algunos proyectos agroindustriales de producción masiva de sábila, con fines de exportación; y la región cuenta con finos y habilidosos ebanistas y artesanos, que moldean la madera para producir mecedoras, y toda clase de muebles y piezas de uso en el hogar.

En la actualidad, el rubro de mayor producción es el banano, ya que este ha logrado un mercado internacional, que garantiza un gran equilibrio económico en sus productores. Esta ha sido una de las áreas agrícolas que mayor impacto ha tenido en la economía, generando los principales empleos de que goza esta región; seguido del arroz, la ganadería y otros rubros productivos. Pero lo más importante de todo esto, es destacar la participación de la mano de obra extranjera dentro del proceso de desarrollo que hoy ha alcanzado la región noroeste de la República Dominicana.

Haciendo énfasis en la historia de la zona, dicha región llegó a figurar como productora de importancia en el renglón de la caña de azúcar y la elaboración industrial del dulce, labor que recayó en el Ingenio La Esperanza, enclavado en el municipio del mismo nombre, en la provincia Valverde. La estrepitosa caída en los precios de este rubro, la desatención oficial, el poco estímulo a los colonos y productores independientes, así como la inestabilidad y falta de criterios justos en el mantenimiento de una mano de obra permanente, degeneró en el colapso de este renglón agroindustrial; y en el presente, el país apenas mantiene una producción de subsistencia, básicamente para el consumo interno.

La mayor parte de los ingenios quebraron o fueron desmantelados por disposición oficial. En el caso de Esperanza, el área en donde una vez funcionó el ingenio, hubo que dar paso a un complejo industrial de ensamblaje, tipo Zona Franca, asumido con fondos del sector privado, que absorbe una parte significativa de la mano de obra local, lo que ha mitigado los efectos traumáticos de la clausura del complejo cañero, y la mayor parte de los terrenos en los que se cultivaba la caña, han sido destinados al fomento de otros rubros agrícolas.

En la recogida de las cosechas de productos de gran demanda como el mango, aguacate, cítricos y otros frutos, unido a la especialización y seguimiento en la producción en serie de miel de abejas, han estado cifradas las expectativas de muchos pequeños productores, conjuntamente con el sostenimiento de pequeñas crianzas de aves de corral, ovinos, porcinos, caprinos y, en los últimos años, algunos proyectos cunícolas, de tipo

familiar, auspiciados por entidades estatales de apoyo comunitario y organismos castrenses con asiento en la frontera.

CAPÍTULO IV. PLANTEAMIENTO DEL MODELO E HIPÓTESIS

4.1. ACTITUD MEDIOAMBIENTAL Y PERCEPCIÓN HACIA EL TURISMO

4.2. PERCEPCIONES HACIA EL TURISMO, ACTITUD HACIA EL TURISMO, ACTITUD HACIA LOS TURISTAS Y PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD

4.3. APEGO A LA COMUNIDAD Y PERCEPCIONES HACIA EL DESARROLLO DEL TURISMO

4.4. SATISFACCIÓN CON EL DESTINO, OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO Y CONOCIMIENTO SOBRE NATURALEZA

4.5. APOYO AL DESARROLLO DEL TURISMO

4.6. RESUMEN DE HIPÓTESIS Y PRESENTACIÓN DEL MODELO ESTRUCTURAL PROPUESTO

El presente capítulo presenta las bases teóricas del modelo estructural propuesto. Se analiza las relaciones y se plantean hipótesis con los constructos actitud medioambiental, percepción hacia el turismo, actitud hacia el turismo, actitud hacia los turistas, participación en la comunidad, apego a la comunidad, apoyo al desarrollo sostenible, satisfacción con el destino, oportunidades para el desarrollo y conocimiento sobre naturaleza. Finalmente, se muestra el modelo gráfico de la investigación y la relación de las hipótesis.

4.1. ACTITUD MEDIOAMBIENTAL Y PERCEPCIÓN HACIA EL TURISMO

En la literatura se identifican tres tipos principales de impactos del turismo: impactos económicos, socioculturales y ambientales. Los residentes formarán sus percepciones del fenómeno del turismo en términos de beneficios y costos económicos (por ejemplo, oportunidades de empleo versus actividades comerciales indeseables), efectos socioculturales (por ejemplo, identidad cultural versus delincuencia) e impactos ambientales (por ejemplo, conciencia ambiental versus la congestión del tráfico) (San Martín *et al.*, 2018).

Los residentes con actitudes ambientales más fuertes pueden percibir un aumento del turismo debido a su capacidad para promover sus valores y tradiciones, junto con su potencial para preservar los activos del patrimonio tangible (Moghavvemi *et al.*, 2017;

Zuo *et al.*, 2017; Woosnam *et al.*, 2018). Los residentes que viven cerca de los sitios de turismo pueden tener actitudes más favorables hacia la preservación y conservación del patrimonio local, la cultura y la naturaleza, en comparación con aquellos que viven lejos de los sitios de turismo, debido a su mayor exposición a estos activos (Mackenzie y Gannon, 2019). De hecho, haciéndose eco de los principios de la regla de la racionalidad, la literatura identifica que es probable que los residentes perciban los impactos potenciales del turismo de una manera más positiva si mantienen actitudes ambientales y culturales más fuertes hacia sus recursos locales, apoyando el desarrollo del turismo en el proceso (Nicholas *et al.*, 2009; Rasoolimanesh *et al.*, 2017).

En base a lo presentado en los párrafos anteriores, se formulan las siguientes hipótesis:

H₁: La actitud medioambiental influye en las percepciones positivas hacia el desarrollo del turismo.

H₂: La actitud medioambiental influye en las percepciones negativas hacia el desarrollo del turismo.

4.2. PERCEPCIONES HACIA EL TURISMO, ACTITUD HACIA EL TURISMO, ACTITUD HACIA LOS TURISTAS Y PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD

El turismo está asociado a impactos económicos, ambientales y socioculturales, que pueden influir positiva o negativamente en la calidad de vida de los residentes (Látková y Vogt, 2012; Almeida-García *et al.*, 2016). Aunque, históricamente, en la década de 1960 la investigación turística se centró en los impactos positivos del turismo, en la década de 1980 los estudios de turismo comenzaron a prestar atención tanto a los impactos positivos como a los negativos (McGehee y Andereck, 2004).

La investigación empírica publicada en los últimos años revela que las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo se han examinado ampliamente y que los hallazgos no son consensuados (Gursoy y Rutherford, 2004). Algunos estudios informaron que los residentes perciben los impactos económicos como positivos (Haralambopoulos y Pizam, 1996; Yoon *et al.*, 2001; Gu y Ryan, 2008), y los impactos sociales, culturales y ambientales como negativos (Haralambopoulos y Pizam, 1996). Sin embargo, algunas investigaciones sugieren percepciones positivas de los

impactos sociales y culturales del turismo (Yoon *et al.*, 2001). En general, los residentes reconocen que todos los impactos (económicos, sociales, culturales y ambientales), tanto positivos como negativos, influyen en sus actitudes hacia el desarrollo turístico (Yoon *et al.*, 2001; Brida *et al.*, 2011).

La teoría del intercambio social se ha utilizado con frecuencia para explicar el efecto de las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo en su apoyo al desarrollo turístico (Brida *et al.*, 2011; Rasoolimanesh *et al.*, 2015). Según esta corriente de investigación, la percepción de los beneficios del turismo influye positivamente en el apoyo de los residentes al turismo (Yoon *et al.*, 2001; Kaltenborn *et al.*, 2008; Chen y Chen, 2010; Nunkoo y Gursoy, 2012; Lee, 2013; Park *et al.*, 2015; Rasoolimanesh *et al.*, 2015), mientras que la percepción de los costos del turismo ejerce una influencia negativa (Chen y Chen, 2010; Nunkoo y Gursoy, 2012; Lee, 2013; Rasoolimanesh *et al.*, 2015).

Por tanto, en la teoría del intercambio social, los turistas y residentes se involucran en un intercambio social con el objetivo de lograr resultados satisfactorios (Sharpley, 2008). En general, si los residentes perciben que los impactos positivos del turismo en términos de beneficios económicos, socioculturales y ambientales son mayores que los costos o impactos negativos, entonces tendrán una actitud positiva hacia el desarrollo turístico en sus comunidades (Sharpley, 2014). Con base en esta teoría, numerosos estudios proporcionan evidencia empírica de la influencia de las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo en sus actitudes sobre el turismo o su apoyo actitudinal (Yoon *et al.*, 2001; Dyer *et al.*, 2007; Nunkoo y Gursoy, 2012; Vargas-Sánchez *et al.*, 2015; Wang y Xu, 2015).

De acuerdo con la teoría mencionada anteriormente y la evidencia disponible en investigaciones anteriores, establecemos un vínculo entre las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo y las actitudes hacia el turismo (San Martín *et al.*, 2018). En este sentido, está ampliamente establecido que las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo varían según el tipo de turismo o la etapa de desarrollo turístico de cada comunidad de acogida (Upchurch y Teivane, 2000; Sheldon y Abenoja, 2001; Bestard y Nadal, 2007; Vargas-Sánchez *et al.*, 2009). Aunque la teoría del intercambio social se ha utilizado ampliamente para comprender las respuestas dadas por los residentes a los fenómenos turísticos en las comunidades de acogida, Andreck,

Valentine *et al.* (2005) consideran que el marco mencionado anteriormente puede proporcionar un enfoque incompleto de las actitudes de los residentes.

Woosnam *et al.* (2009) construyeron el Marco de Solidaridad Emocional con el propósito de incorporar los sentimientos hacia los turistas en el estudio de las actitudes de los residentes. En particular, la solidaridad emocional se define como la conexión afectiva que una persona tiene con otro individuo en función de la cercanía emocional y el grado de contacto (Hammarström, 2005). En el contexto del turismo, Woosnam *et al.* (2009) destacan que los residentes experimentarán una solidaridad emocional con los turistas basada en interacciones y creencias compartidas. Posteriormente, una investigación empírica, realizada por Woosnam (2012), encontró una relación positiva entre la solidaridad emocional y el apoyo actitudinal al turismo, validando así este enfoque teórico.

Zhang *et al.* (2006) establecen que los residentes perciben los impactos del turismo a través de las representaciones sociales de la industria turística en sus comunidades. A su vez, las representaciones se desarrollan entre los residentes a partir de la información publicada en los medios de comunicación y otras fuentes externas, pero también de sus experiencias directas con los turistas (Fredline y Faulkner, 2000). En este contexto, las interacciones entre residentes y turistas en las comunidades de acogida son un factor clave en la formación de las percepciones y actitudes de los residentes (San Martín *et al.*, 2018).

Siguiendo a Jurovski y Gursoy (2004), cuando los residentes perciben más costos que beneficios, tenderán a desarrollar una actitud hostil hacia los visitantes; mientras que cuando los beneficios percibidos superan los costos percibidos, los residentes desarrollarán una actitud positiva hacia el desarrollo turístico.

En los países en desarrollo, los beneficios económicos directos del turismo se reconocen con frecuencia como la contribución más importante para incrementar el crecimiento económico y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales (Lepp, 2007). Sin embargo, los modelos de desarrollo turístico que se han implementado en estos destinos se basan típicamente en la inversión extranjera. En consecuencia, un porcentaje sustancial de los ingresos por turismo fluye, debido a la alta fuga, de los países en desarrollo a los países desarrollados (Lepp, 2007). Además, según Gursoy y Rutherford (2004), en destinos económicamente deprimidos, los residentes tienden a subestimar los impactos negativos del desarrollo turístico y sobrestiman los impactos positivos.

En cuanto a la conceptualización de la variable percepción de los residentes sobre los impactos del turismo en modelos que investigan su influencia en las actitudes de los residentes hacia el desarrollo turístico, se identificaron tres tipos de enfoques:

- Estudios que analizan el efecto de los impactos totales percibidos (por ejemplo, Yoon *et al.*, 2001; Ramkissoon y Nunkoo, 2011).
- Estudios que analizan simultáneamente el efecto de impactos positivos y negativos (Gursoy *et al.*, 2002; Ko y Stewart, 2002; Chen y Chen, 2010; Nunkoo y Ramkissoon, 2010; Choi y Murray, 2010; Sirivongs y Tsuchiya, 2012; Lee, 2013; Rasoolimanesh *et al.*, 2015; Vargas-Sánchez *et al.*, 2015; Wang y Chen, 2015).
- Estudios que examinan el efecto de diferentes tipos de impactos del turismo, tales como impactos económicos, socioculturales y ambientales (Gursoy y Rutherford, 2004; Dyer *et al.*, 2007; Kaltenborn *et al.*, 2008; Park *et al.*, 2015).

Esta investigación se centra en el segundo enfoque antes mencionado, es decir, analizar simultáneamente el efecto de los impactos positivos y negativos. Los hallazgos de estos estudios sugieren con frecuencia una influencia positiva de los beneficios percibidos en el apoyo de los residentes al desarrollo turístico (Gursoy *et al.*, 2002; Ko y Stewart, 2002; Chen y Chen, 2010; Choi y Murray, 2010; Nunkoo y Ramkissoon, 2010; Sirivongs y Tsuchiya, 2012; Lee, 2013; Rasoolimanesh *et al.*, 2015; Vargas-Sanchez *et al.*, 2015; Wang y Chen, 2015), y una influencia negativa de los costos percibidos en el apoyo de los residentes al desarrollo turístico (Ko y Stewart, 2002; Chen y Chen, 2010; Choi y Murray, 2010; Nunkoo y Ramkissoon, 2010; Rasoolimanesh *et al.*, 2015; Vargas-Sanchez *et al.*, 2015; Wang y Chen, 2015). Sin embargo, algunos resultados empíricos no han mostrado asociaciones estadísticamente significativas entre la percepción de los residentes de los impactos negativos del turismo y las actitudes de los residentes hacia el turismo (Gursoy *et al.*, 2002; Sirivongs y Tsuchiya, 2012; Lee, 2013).

Un sentido de participación comunitaria puede empoderar a los residentes, permitiéndoles contribuir en el proceso de desarrollo turístico (Rasoolimanesh *et al.*, 2019). La participación de los residentes en el proceso de desarrollo turístico puede beneficiar a la comunidad local, debido a que, al proporcionar una voz coherente y comprensiva, los residentes pueden garantizar que los planificadores turísticos reconozcan la promoción y conservación de la cultura, la identidad y el patrimonio del

lugar (Rasoolimanesh *et al.*, 2017). Por lo tanto, los residentes con una mayor participación en el proceso de desarrollo turístico suelen ser más positivos sobre el impacto que el turismo puede tener en su comunidad (Nicholas *et al.*, 2009; Andereck & Nyaupane, 2011).

Así, los impactos positivos percibidos alientan a los residentes a apoyar y participar en actividades turísticas y programas de conservación (Latip *et al.*, 2018). Por el contrario, los impactos negativos percibidos reducen su apoyo al desarrollo turístico y eliminan su motivación para participar en el proceso (Latip *et al.*, 2018). En este sentido, la participación de los residentes en los programas de conservación y procesos de desarrollo turístico es función de sus preocupaciones, intereses y percepciones de los impactos de estos programas de conservación y desarrollo turístico (Gursoy *et al.*, 2002; Nicholas *et al.*, 2009; Hung *et al.*, 2011; Jepson *et al.*, 2014; Jaafar *et al.*, 2015). Estos impactos son el resultado del desarrollo del turismo en sí y de las interacciones entre el turista y el anfitrión (Sharpley, 2014; Rasoolimanesh *et al.*, 2015). Por lo tanto, los efectos del turismo en la comunidad pueden ser generalizados y afectar los valores de la comunidad, los patrones de comportamiento, el estilo de vida y la calidad de vida de los residentes (Andereck *et al.*, 2005; Hall y Page, 2014).

A partir de los párrafos anteriores, se establecen las siguientes hipótesis:

H₃: Las percepciones positivas hacia el turismo influyen en la actitud hacia el turismo.

H₄: Las percepciones positivas hacia el turismo influyen en la actitud hacia los turistas.

H₅: Las percepciones positivas hacia el turismo influyen en la participación de la comunidad.

H₆: Las percepciones negativas hacia el turismo influyen en la actitud hacia el turismo.

H₇: Las percepciones negativas hacia el turismo influyen en la actitud hacia los turistas.

H₈: Las percepciones negativas hacia el turismo influyen en la participación de la comunidad.

4.3. APEGO A LA COMUNIDAD Y PERCEPCIONES HACIA EL DESARROLLO DEL TURISMO

El apego al lugar se define con frecuencia como cualquier relación positiva o negativa que una persona tiene con un lugar o comunidad específica (Hidalgo y Hernández, 2001; Kyle *et al.*, 2005; Scannell y Gifford, 2010; Lee, 2011; Eusébio *et al.*, 2018). Se trata de un constructo complejo y multidimensional que se ha medido a través de varios enfoques y escalas (Lee, 2011; Wang y Chen, 2015; Wang y Xu, 2015).

La literatura se ha centrado principalmente en el apego de los individuos a los lugares; otros académicos han sugerido que el apego a los lugares también puede incorporar otras facetas: la familia, los amigos, la comunidad y la cultura local (Kyle *et al.*, 2005). Por lo tanto, el apego al lugar abarca afecto, creencias, emociones, conocimientos y comportamientos (Dyer *et al.*, 2007; Ramkissoon *et al.*, 2013).

Cuando las teorías de la identidad del lugar se han utilizado para explicar las actitudes de los residentes hacia el desarrollo turístico, el apego al lugar se ha medido con frecuencia a través de dos dimensiones: (1) identidad del lugar (un apego simbólico o afectivo a un lugar); y (2) dependencia del lugar (relacionada con la funcionalidad de un lugar para actividades recreativas) (Dyer *et al.*, 2007; Lee, 2013; Ramkissoon *et al.*, 2013). Sin embargo, algunos estudios conceptualizan el apego al lugar basándose en otras dimensiones, como el afecto de lugar y el vínculo social de lugar (Kyle *et al.*, 2005; Dyer *et al.*, 2007; Ramkissoon *et al.*, 2013).

Según Hidalgo y Hernández (2001), el examen de los sentimientos que las personas desarrollan hacia los lugares donde viven puede influir en sus percepciones y actitudes. Sin embargo, este constructo no se ha analizado típicamente como un determinante de las percepciones y actitudes de los residentes hacia el desarrollo turístico (Gu y Ryan, 2008), posiblemente debido a su complejidad para definir y poner en práctica. Expresiones similares al apego al lugar, como el apego a la comunidad (Gursoy *et al.*, 2002; Gursoy y Rutherford, 2004; Chen y Chen, 2010; Choi y Murray, 2010; Rasoolimanesh *et al.*, 2015; Vargas-Sánchez *et al.*, 2015); sentido de comunidad (Van Winkle y Woosnam, 2014) e identidad de lugar (Wang y Chen, 2015; Wang y Xu, 2015) también se han utilizado.

Según Trentelman (2009), no solo el concepto de apego a la comunidad rara vez se define explícitamente, sino que también suele considerar solo las conexiones entre los

residentes y sus comunidades (incluidos solo los aspectos sociales). Teniendo en cuenta la variedad sustancial de términos utilizados en la literatura para designar la relación de una persona con un lugar específico, para los propósitos de esta investigación la conceptualización del constructo de apego al lugar se basó en teorías de identidad y apego hacia la comunidad. En este sentido, la identidad de lugar y la dependencia de lugar son componentes integrales del apego a la comunidad (Lee, 2011). El apego a la comunidad está influenciado no solo por los componentes físicos, sino también por los significados, el conocimiento, el compromiso y la satisfacción que una persona asocia con una comunidad específica (Wang & Chen, 2015).

Por lo tanto, se espera que los residentes altamente vinculados tiendan a ver el desarrollo turístico de manera más positiva que los residentes menos vinculados (Oviedo-García et al., 2008; Stylidis, 2017).

Moghavvemi *et al.*, (2017) argumentan que el nivel de apego a la comunidad de los residentes tiene la capacidad de predecir las actitudes sobre el desarrollo del turismo, ya que los residentes que están fuertemente comprometidos con su comunidad están más involucrados y expuestos a los impactos del turismo. Dado que el turismo puede contribuir a la conservación y promoción de la cultura y los activos patrimoniales, los residentes que viven dentro o cerca de los sitios del patrimonio pueden sentir un mayor sentido de pertenencia y apego a los activos considerados importantes para sus comunidades, lo que respalda el desarrollo del turismo en el proceso (Rasoolimanesh *et al.*, 2019). Como tal, el apego a la comunidad puede ejercer un efecto positivo más fuerte en las percepciones de los residentes sobre aquellos que viven cerca de los sitios de turismo patrimonial en comparación con los que viven más lejos (Rasoolimanesh *et al.*, 2019).

De acuerdo con las pocas publicaciones sobre la relación entre el apego al lugar y las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo y las actitudes de los residentes hacia el desarrollo turístico, se proponen las siguientes hipótesis:

H₉: *El apego a la comunidad influye en las percepciones positivas hacia el desarrollo del turismo.*

H₁₀: *El apego a la comunidad influye en las percepciones negativas hacia el desarrollo del turismo.*

4.4. SATISFACCIÓN CON EL DESTINO, OPORTUNIDADES PARA EL DESARROLLO Y CONOCIMIENTO SOBRE NATURALEZA

La satisfacción con el lugar (destino turístico) refleja evaluaciones y juicios sobre el lugar y, por lo tanto, este constructo difiere en su poder de motivación en comparación con el apego a la comunidad (Park *et al.*, 2010). La satisfacción con el lugar se define como la evaluación subjetiva de los residentes de los beneficios generados por el conjunto de bienes y servicios existentes (Chen *et al.*, 2014). La satisfacción con el lugar se considera como el nivel más bajo de relación persona-lugar sin requerir ningún compromiso por parte de los residentes (Chen y Dwyer, 2018). La satisfacción con el lugar o destino de los residentes puede influir en la participación y actitudes de los comunitarios hacia el turismo (Cheng *et al.*, 2019; Dwyer *et al.*, 2019).

La oportunidad se refiere a las condiciones, como voluntad política, reglas sociales subyacentes y la existencia de canales adecuados que posibiliten y faciliten la participación de los residentes en actividades turísticas y programas de conservación (Hung *et al.*, 2011; Rasoolimanesh *et al.*, 2017). Las oportunidades reflejan hasta qué punto las circunstancias actuales son adecuadas para facilitar la participación de los residentes (Latip *et al.*, 2018). La participación de los residentes locales no es posible sin canales abiertos de comunicación entre los residentes con respecto a las actividades de conservación y desarrollo turístico (Aas *et al.*, 2005). En la mayoría de los países en desarrollo, es poco probable que los partidos políticos y otros tomadores de decisiones importantes compartan sus poderes de toma de decisiones con el público, especialmente cuando se trata de comunidades desfavorecidas (Aas *et al.*, 2005; Tosun, 2006; Marzuki *et al.*, 2012). No obstante, las comunidades tienden a aprovechar estas oportunidades percibidas para mejorar su participación en los procesos de conservación y desarrollo turístico (Rasoolimanesh *et al.*, 2017).

La capacidad de las comunidades para participar en programas de conservación y actividades turísticas es una función de su conocimiento, conciencia y disponibilidad de la información requerida con respecto a los programas de turismo y conservación (Hung *et al.*, 2011). Estudios anteriores han identificado la falta de conciencia y conocimiento de los residentes como los principales obstáculos para su participación (Timothy, 2002; Timothy y Tosun, 2003; Marzuki *et al.*, 2012; Rasoolimanesh *et al.*, 2017). Para que su participación sea efectiva, los residentes deben estar preparados mejorando sus conocimientos y conciencia (Latip *et al.*, 2018). Para abordar este problema, algunos

estudios han sugerido utilizar los medios públicos para capacitar a las personas y mejorar su conciencia y preparación para la participación en la conservación y el turismo (Timothy y Tosun, 2003).

H₁₁: *La satisfacción con el destino influye en la participación de la comunidad en el turismo.*

H₁₂: *Las oportunidades para desarrollar el turismo influye en la participación de la comunidad en el turismo.*

H₁₃: *El conocimiento y conciencia sobre la naturaleza influye en la participación de la comunidad en el turismo.*

4.5. APOYO AL DESARROLLO DEL TURISMO

Los planificadores de turismo a menudo consultan principalmente a los lugareños que residen en las inmediaciones de los sitios de turismo patrimonial (Rasoolimanesh *et al.*, 2019). Esto se debe a la creencia de que desempeñan un papel más importante en el apoyo al desarrollo del turismo que aquellos que están separados de los sitios turísticos o que viven lejos de estos sitios (Tosun, 2002). Por lo tanto, debido a una mayor participación potencial en el proceso de desarrollo turístico, aquellos que residen en las cercanías de los sitios de turismo pueden defender y apoyar un mayor turismo receptor en mayor medida (Rasoolimanesh *et al.*, 2019).

Dado que los residentes que viven cerca de los sitios turísticos pueden estar en mejores condiciones para beneficiarse del turismo receptor, pueden tener una opinión más favorable sobre el impacto del desarrollo turístico (Mansfeld, 1992; Jurowski & Gursoy, 2004). De acuerdo con la regla de racionalidad, aquellos que probablemente se beneficiarán más del turismo receptor pueden, por tanto, demostrar un mayor apoyo al desarrollo del turismo (Rasoolimanesh *et al.*, 2015).

Según la teoría de la acción razonada y la teoría del comportamiento planificado (Ajzen y Fishbein, 1980; Ajzen, 1985), el comportamiento de las personas es una función principalmente de sus actitudes, que son definidas por Eagly y Chaiken (1993) como tendencias psicológicas expresadas al evaluar un "objeto". Estos enfoques teóricos se han utilizado con éxito para predecir una amplia variedad de comportamientos basados en actitudes individuales, entre ellos los comportamientos a favor del turismo (Lepp, 2007).

Nunkoo y Ramkissoon (2010) indicaron que, si los residentes tienen actitudes positivas hacia el turismo, entonces participarán en comportamientos que apoyen la actividad turística en sus comunidades.

Siguiendo a Andereck y Vogt (2000) y Andriotis (2005), las actitudes de los residentes determinarían hasta qué punto las comunidades locales se involucrarán o no en estos comportamientos que ofrecen apoyo al turismo. Palmer *et al.* (2013), en particular, proporcionó alguna evidencia empírica de una relación positiva entre las actitudes de los residentes hacia los turistas y su propensión a participar en actividades de promoción para apoyar el turismo interno. En línea con esto, una actitud positiva hacia el turismo y los turistas conducirá a un comportamiento más positivo de apoyo al turismo en las comunidades de acogida (San Martín *et al.*, 2018). Una mayor participación de los residentes está asociada a un comportamiento más positivo de apoyo al turismo y al turista y, por tanto, al desarrollo del turismo en su comunidad (Nicholas *et al.*, 2009; Andereck y Nyaupane, 2011).

El conocimiento de los residentes sobre el turismo es fundamental para la sostenibilidad y la buena gobernanza del sector (Moscardo, 2009). Aquí, el conocimiento se refiere a la comprensión de los residentes de los problemas de desarrollo turístico y del papel del gobierno local en la industria (Nunkoo y So, 2016). El conocimiento es un recurso importante para un actor y determina su posición en una red de intercambio social, lo que lo convierte en un constructo importante para el análisis del turismo (Cook *et al.* 2013). Es más probable que los residentes que conocen el turismo reconozcan los beneficios y costos del desarrollo (Andereck *et al.* 2005). Látková y Vogt (2012) encontraron que el conocimiento del turismo es un predictor insignificante de los impactos positivos y negativos del turismo.

La confianza se define como “un estado psicológico que comprende la intención de aceptar la vulnerabilidad basada en expectativas positivas de las intenciones o el comportamiento de otro” (Rousseau *et al.*, 1998, 395). La confianza es importante en los intercambios sociales porque el intercambio de beneficios no es contractual ni ocurre sobre una base *quid pro quo*, sino sobre una base voluntaria (Nunkoo y So, 2016). En el turismo, si bien el gobierno no puede obligar a las comunidades locales a mostrar actitudes positivas hacia la industria, requiere reacciones favorables de ellas para garantizar el desarrollo sostenible (Nunkoo y So, 2016). La confianza de los residentes en los actores gubernamentales (TG) involucrados en la planificación turística condiciona

la forma en que reaccionan a los impactos y desarrollo del turismo (Nunkoo y So, 2016). Esto se debe a que la confianza afecta las actitudes del público hacia las políticas y los resultados del gobierno (Easton y Dennis, 1965; Hetherington y Husser, 2012). La investigación empírica sugiere que la confianza pública influye positivamente en los beneficios, pero está inversamente relacionada con los riesgos asociados con una actividad (Bronfman *et al.*, 2009). Corroborando estos resultados, Nunkoo y Ramkissoon (2010) encontraron que la confianza de los residentes en las instituciones turísticas predijo significativamente su apoyo al turismo.

En el turismo, los residentes demuestran tal compromiso apoyando el desarrollo (Nunkoo y So, 2016). El gobierno necesita apoyo local para que sus políticas prosperen (Caldeira y Gibson, 1992). Algunos pocos estudios encontraron que la confianza de los residentes en los actores gubernamentales es un fuerte predictor de su apoyo al turismo (Nunkoo *et al.*, 2012; Nunkoo y Ramkissoon 2012; Nunkoo y Smith, 2013).

La investigación en psicología y sociología sugiere que la confianza está relacionada positivamente con la calidad de vida de un individuo (Tella *et al.*, 2003; Helliwell, 2003). Sin embargo, la investigación existente sobre turismo hasta ahora no ha tenido en cuenta la influencia de la confianza de los residentes en los actores gubernamentales en su calidad de vida (Nunkoo y So, 2016). El modelo de esta Tesis Doctoral incluye todas estas variables.

Aunque un gobierno cumple con los atributos de confiabilidad, no significa necesariamente que los ciudadanos posean el conocimiento suficiente para creer que actuaría en su interés. Esto, según Hardin (1998) y Levi y Stoker (2000), obstaculiza la confianza de los residentes en el gobierno, apoyando el argumento de Simmel (1978), que indica que la confianza implica un grado de similitud cognitiva con el objeto de confianza que se encuentra en algún lugar entre el conocimiento e ignorancia total.

Las instituciones se enfrentan a la falta de confianza de los ciudadanos si sus procesos políticos marginan a los miembros de la comunidad, dejándolos impotentes para influir en las decisiones políticas (Gabriel *et al.* 2002). Algunos estudios en ciencias políticas (Oskarsson *et al.*, 2009; Grimmelikhuijsen, 2012) y en turismo (Nunkoo *et al.* 2012; Nunkoo y Ramkissoon, 2012) validan una relación positiva significativa entre poder y confianza, aunque los resultados son contradictorios (Nunkoo y Smith, 2013).

La definición de calidad de vida sigue siendo polémica en la literatura. Por ejemplo, Andereck y Nyaupane (2011) sostienen que hay más de cien definiciones del concepto. Una de las más utilizadas la proporcionan Andereck y Nyaupane (2011), quienes la definen como la satisfacción de una persona. La premisa de los estudios de calidad de vida es que, si bien es importante estudiar qué tan bien le está yendo a una comunidad desde una perspectiva objetiva (es decir, las circunstancias reales relacionadas con el bienestar económico, social, ambiental y de salud de los residentes), comprenderlo desde una perspectiva de respuesta humana subjetiva (es decir, la satisfacción de los residentes con la calidad de vida) también es valiosa (Uysal *et al.*, 2012).

La investigación sobre la calidad de vida ha sido impulsada por la necesidad de estudiar los impactos del desarrollo turístico en las comunidades locales (Uysal *et al.*, 2012). Los impactos económicos, socioculturales y ambientales positivos del desarrollo turístico mejoran la satisfacción de la calidad de vida de los residentes, mientras que las consecuencias adversas del turismo reducen la satisfacción de la calidad de vida (Moscardo 2009; Kim *et al.*, 2013; Woo *et al.*, 2015). Aunque se han hecho tales suposiciones, hasta la fecha, la mayor parte de la investigación sobre satisfacción de los residentes con la calidad de vida se ha centrado en los turistas sin prestar atención a las comunidades locales (Nawijn y Mitas, 2012; Nunkoo y So, 2016). Pocos estudios investigan explícitamente las relaciones teóricas entre las percepciones de los residentes sobre los impactos del turismo y su satisfacción con la calidad de vida (Nawijn y Mitas, 2012; Kim *et al.* 2013).

Si bien la mayoría de las investigaciones tratan la satisfacción de los residentes con la calidad de vida como una variable dependiente influenciada por los impactos del turismo (Andereck y Nyaupane, 2011; Chancellor *et al.*, 2011), solo recientemente la calidad de vida ha sido considerada como un antecedente del apoyo de los residentes al desarrollo turístico (Woo *et al.*, 2015). Si los impactos del turismo mejoran la calidad de vida de los residentes, será más probable que participen en un intercambio con la industria y apoyen el desarrollo de la industria; también, se puede esperar que los residentes apoyen menos el turismo si interrumpe su calidad de vida (Nunkoo y So, 2016). Por tanto, la mejora de la calidad de vida a través del desarrollo turístico puede considerarse un recurso valorado positivamente por las comunidades locales (Nunkoo y So, 2016). En este sentido, la relación entre la calidad de vida y el apoyo al desarrollo turístico ha sido validada por la literatura (Kaplanidou *et al.* 2013; Woo *et al.* 2015).

H₁₄: *La actitud hacia el turismo influye en el apoyo al desarrollo del turismo.*

H₁₅: *El apego a la comunidad influye en el apoyo al desarrollo del turismo.*

H₁₆: *La actitud hacia los turistas influye en el apoyo al desarrollo del turismo.*

H₁₇: *La participación en la comunidad influye en el apoyo al desarrollo del turismo.*

H₁₈: *El conocimiento sobre turismo influye en la confianza política para el desarrollo del turismo.*

H₁₉: *La confianza política para el desarrollo del turismo influye en el apoyo hacia el desarrollo del turismo.*

H₂₀: *La satisfacción con la calidad de vida influye en el apoyo hacia el desarrollo del turismo.*

4.6. RESUMEN DE HIPÓTESIS Y PRESENTACIÓN DEL MODELO ESTRUCTURAL PROPUESTO

A continuación, se muestran todas las hipótesis del modelo planteado:

H₁: La actitud medioambiental influye en las percepciones positivas hacia el desarrollo del turismo.

H₂: La actitud medioambiental influye en las percepciones negativas hacia el desarrollo del turismo.

H₃: Las percepciones positivas hacia el turismo influyen en la actitud hacia el turismo.

H₄: Las percepciones positivas hacia el turismo influyen en la actitud hacia los turistas.

H₅: Las percepciones positivas hacia el turismo influyen en la participación de la comunidad.

H₆: Las percepciones negativas hacia el turismo influyen en la actitud hacia el turismo.

H₇: Las percepciones negativas hacia el turismo influyen en la actitud hacia los turistas.

H₈: Las percepciones negativas hacia el turismo influyen en la participación de la comunidad.

H₉: *El apego a la comunidad influye en las percepciones positivas hacia el desarrollo del turismo.*

H₁₀: *El apego a la comunidad influye en las percepciones negativas hacia el desarrollo del turismo.*

H₁₁: La satisfacción con el destino influye en la participación de la comunidad en el turismo.

H₁₂: Las oportunidades para desarrollar el turismo influye en la participación de la comunidad en el turismo.

H₁₃: El conocimiento y conciencia sobre la naturaleza influye en la participación de la comunidad en el turismo.

H₁₄: La actitud hacia el turismo influye en el apoyo al desarrollo del turismo.

H₁₅: El apego a la comunidad influye en el apoyo al desarrollo del turismo.

H₁₆: La actitud hacia los turistas influye en el apoyo al desarrollo del turismo.

H₁₇: La participación en la comunidad influye en el apoyo al desarrollo del turismo.

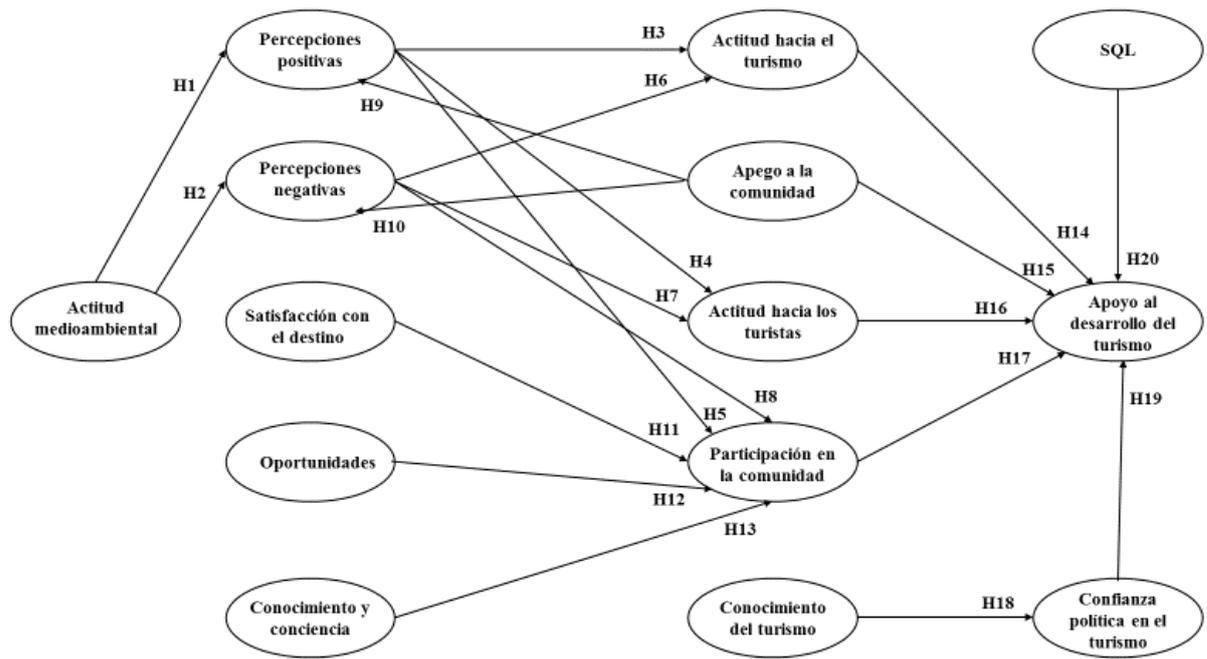
H₁₈: El conocimiento sobre turismo influye en la confianza política para el desarrollo del turismo.

H₁₉: La confianza política para el desarrollo del turismo influye en el apoyo hacia el desarrollo del turismo.

H₂₀: La satisfacción con la calidad de vida influye en el apoyo hacia el desarrollo del turismo.

En la ilustración 5 se muestra el modelo estructural propuesto.

Ilustración 5. Modelo estructural propuesto



Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO V. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. OBJETIVOS EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.2. POBLACIÓN, MUESTRA Y LUGAR DE LA INVESTIGACIÓN

5.3. DISEÑO Y VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

5.4. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS EMPLEADAS

En el presente capítulo se presentan, a modo de recordatorio, los objetivos empíricos de la investigación. Además, se presenta la población y muestra de la investigación, el lugar del desarrollo del trabajo de campo, el diseño y validación de los instrumentos de investigación y las técnicas de análisis de datos empleadas.

5.1. OBJETIVOS EMPÍRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los objetivos empíricos de la investigación son los siguientes:

- Determinar si la actitud medioambiental influye tanto en las percepciones positivas como negativas hacia el desarrollo del turismo.
- Conocer si las percepciones positivas hacia el turismo influyen tanto en la actitud hacia el turismo, como a la actitud hacia los turistas y a la participación en la comunidad.
- Determinar si las percepciones negativas hacia el turismo influyen tanto en la actitud hacia el turismo, como a la actitud hacia los turistas y a la participación en la comunidad.
- Conocer si el apego a la comunidad influye tanto en las percepciones positivas como negativas hacia el desarrollo del turismo.

- Determinar si la satisfacción con el destino, las oportunidades para desarrollar el turismo y el conocimiento y conciencia sobre la naturaleza influyen en la participación de la comunidad en el turismo.
- Conocer si la actitud hacia el turismo, el apego a la comunidad, la actitud hacia los turistas y la participación en la comunidad influyen en el apoyo al desarrollo del turismo.
- Determinar si el conocimiento sobre turismo influye en la confianza política para el desarrollo del turismo.
- Conocer si la confianza política para el desarrollo del turismo y la satisfacción con la calidad de vida de los residentes influyen en su apoyo hacia el desarrollo del turismo.
- Evaluar la validez y fiabilidad del instrumento de medida para conformar el modelo planteado.
- Medir las relaciones existentes entre cada uno de los constructos del modelo planteado.

5.2. POBLACIÓN, MUESTRA Y LUGAR DE LA INVESTIGACIÓN

En República Dominicana, el sector agropecuario es uno de los más importantes, aportando un 4,1% al Producto Interior Bruto del país (Banco Central, 2020). Este sector se encuentra, principalmente, en la región noroeste de la República Dominicana. Esta región está conformada por las provincias de Dajabón, Monte Cristi, Santiago Rodríguez y Valverde. Aunque la actividad turística es uno de los principales motores del país, el turismo en esta región es muy bajo y actualmente los organismos nacionales no han recogido datos del impacto de dicha actividad en esta región. Si bien, esta zona cuenta con recursos turísticos potenciales para desarrollar el agroturismo y otras actividades turísticas de índole rural, gastronómicas y culturales (Orgaz-Agüera y López-Guzmán, 2015; Moral-Cuadra *et al.*, 2018).

Un estudio realizado recientemente por Oviedo-García *et al.* (2019) indicó que los ingresos por turismo de sol y playa recibidos en República Dominicana no habían contribuido a reducir la desigualdad en la distribución de la riqueza. Los resultados de

este estudio concluyeron que el número de personas de bajos recursos no solo aumenta en República Dominicana, sino que los que siguen siendo pobres se vuelven más pobres como consecuencia de la actividad turística. Esto se debe a que la mayoría de los ingresos por turismo recaen en grandes empresas multinacionales que, a su vez, proporcionan sueldos bajos a sus empleados (Oviedo-García *et al.*, 2019). Por tanto, en zonas como la región noroeste se deben establecer nuevas formas de turismo que contribuyan al desarrollo sostenible, como es el caso del agroturismo.

La población objeto de este estudio fueron los residentes locales de la región noroeste de República Dominicana, es decir, de las provincias de Valverde, Monte Cristi, Dajabón y Santiago Rodríguez. La zona objeto de estudio (ilustración 6) cuenta con un total de 377.307 habitantes (ONE, 2020), siendo la principal zona agroindustrial del país (Orgaz-Agüera y López-Guzmán, 2015). La muestra seleccionada fueron 590 residentes de la región, lo que refleja un error muestral del 4,03%.

Ilustración 6. Zona objeto de estudio



Fuente: ONE (2020)

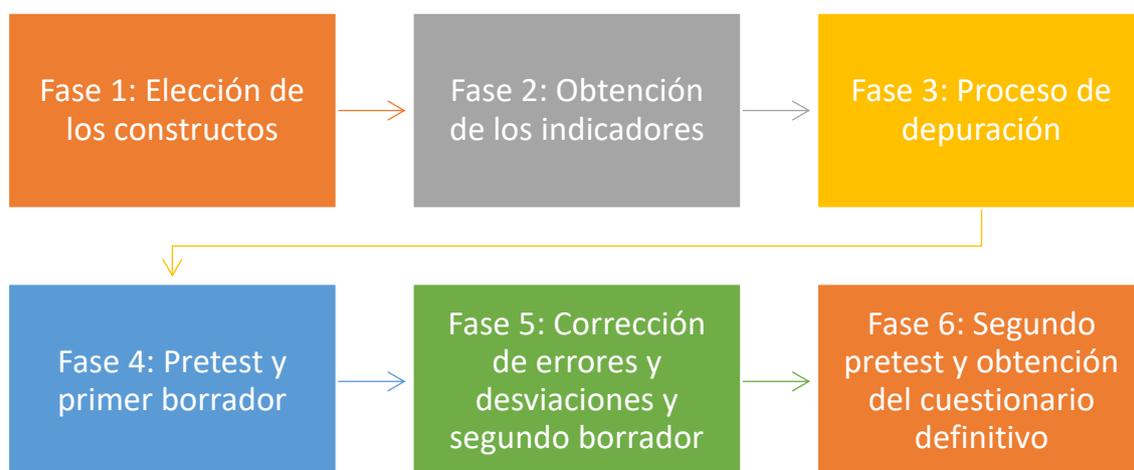
5.3. DISEÑO Y VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

El estudio que se presenta emana de un cuestionario (Anexo 1) debidamente estructurado a través del cual se recogió información que dio respuesta a todos y cada uno de los objetivos empíricos ya señalados en epígrafes anteriores.

El cuestionario pasó por una serie de fases claramente diferenciadas (Domínguez-Valerio, 2019; Ramos-Cepeda, 2021) antes de la obtención del definitivo. Las seis fases se muestran en la ilustración 7 y los estudios de donde se obtuvieron los indicadores de los diferentes constructos que conformaron el modelo se presentan en la tabla 5.

Así, en la primera de las fases se llevó a cabo la elección de los diferentes constructos a incluir en la investigación y que fue realizada tras una concienzuda revisión previa de la literatura existente; en la segunda de las fases se extrajeron los indicadores de los diferentes constructos mencionados anteriormente, todos ellos de revistas internacionales de reconocido prestigio; en la tercera fase se realizó la primera depuración de ítems para posteriormente en la cuarta de las fases llevar a cabo el primer borrador y pretest con el fin de detectar errores o malinterpretaciones en los indicadores; en la quinta de las fases se corrigieron dichos errores o malinterpretaciones, diseñándose un segundo borrador. Finalmente, en la sexta de las fases se realizó otro pretest. En este caso, no se observaron errores de ningún tipo y fue el cuestionario final.

Ilustración 7. Fases del proceso de validación



Fuente: elaboración propia

Tabla 5. Estudios de los indicadores del cuestionario de la investigación

Constructo	Fuente
Actitud hacia el turismo (ATmo)	San Martín <i>et al.</i> (2018)
Actitud hacia los turistas (Atas)	San Martín <i>et al.</i> (2018)
Actitud medioambiental (AA)	Rasoolimanesh <i>et al.</i> (2019)
Apego a la comunidad (ApegoCom)	Eusébio <i>et al.</i> (2018); Rasoolimanesh <i>et al.</i> (2019)
Apoyo al desarrollo del turismo (ApoyoTmo)	Eusébio <i>et al.</i> (2018); San Martín <i>et al.</i> (2018)
Confianza en políticas turísticas (CPTas)	Nunkoo y So (2016)
Conocimiento del turismo (CTmo)	Nunkoo y So (2016)
Conocimiento y conciencia (CC)	Latip <i>et al.</i> (2018)
Oportunidades (OP)	Latip <i>et al.</i> (2018)
Participación en la comunidad (PartCom)	Chen y Dwyer (2018); Latip <i>et al.</i> (2018); Rasoolimanesh <i>et al.</i> (2019)
Percepciones positivas (PP)	Eusébio <i>et al.</i> (2018); San Martín <i>et al.</i> (2018); Latip <i>et al.</i> (2018); Rasoolimanesh <i>et al.</i> (2019)
Percepciones negativas (PN)	Eusébio <i>et al.</i> (2018); San Martín <i>et al.</i> (2018); Latip <i>et al.</i> (2018); Rasoolimanesh <i>et al.</i> (2019)
Satisfacción con el destino (SatDest)	Chen y Dwyer (2018)
Satisfacción con la calidad de vida en el destino (SQL)	Nunkoo y So (2016)

Fuente: elaboración propia

El cuestionario se dividió en tres partes claramente diferenciadas: En las dos primeras partes se abordaron las cuestiones a través de las cuales se conformó el modelo que se presenta en esta tesis doctoral. A diferenciar entre cuestiones relativas a las percepciones sobre el turismo y el agroturismo y relativas a la región donde vive el encuestado. Finalmente, en la tercera de las fases se abordaron preguntas para conocer los datos sociodemográficos de las personas encuestadas. En la tabla 6 se presentan los diferentes indicadores y constructos relativos a cada uno de los apartados que conformó el cuestionario.

Tabla 6. Constructos e indicadores del modelo

SECCIÓN 1: PERCEPCIONES SOBRE EL TURISMO Y EL AGROTURISMO	
ATmo – Actitud hacia el turismo	
ATmo1	El agroturismo genera beneficios positivos para mi región
ATmo2	El agroturismo sería una buena actividad para mi región
ATmo3	Me gustaría que el agroturismo desempeñe un papel importante en mi región
ATmo4	El agroturismo debe ser fomentado activamente en mi región
Atas – Actitud hacia los turistas	
Atas1	La interacción con los agroturistas que visitarían mi región sería agradable
Atas2	La interacción con los agroturistas que visitarían mi región sería placentera
Atas3	Interactuar con los agroturistas que visitarían mi región sería divertida
Atas4	La interacción con los agroturistas que visitarían mi región sería positiva
AA – Actitud medioambiental	
AA1	La diversidad del patrimonio debe ser valorada y protegida
AA2	El entorno de la región debe protegerse ahora y en el futuro
AA3	El desarrollo de infraestructura ayuda a conservar el patrimonio natural de la región
PP – Percepciones positivas	
PP1	El desarrollo del turismo crea más empleos para mi región
PP2	El desarrollo del turismo atrae más inversión a mi región
PP3	Nuestro nivel de vida aumenta con el desarrollo del turismo
PP4	El desarrollo del turismo mejora la infraestructura y servicios públicos
PP5	El desarrollo del turismo ayuda a preservar el medioambiente y la naturaleza
PP6	El desarrollo del turismo ayuda a preservar los edificios históricos
PP7	El desarrollo del turismo mejora la apariencia de la región
PP8	El desarrollo del turismo mejora la identidad cultural de la región
PP9	El turismo promueve el intercambio cultural entre residentes y turistas
PP10	El desarrollo del turismo mejora las oportunidades de ocio y recreación
PP11	El turismo contribuye a mejorar la reputación de mi región en el extranjero
PN – Percepciones negativas	

PN1	El turismo aumenta los impuestos en mi región
PN2	El turismo aumenta el coste de vida en mi región (precios más altos, etc.)
PN3	El turismo contribuye a generar negocios que atentan contra los valores
PN4	El turismo perjudica el patrimonio cultural de mi región
PN5	El turismo conduce al colapso de los servicios públicos ofrecidos en mi región
PN6	El turismo aumenta el robo y el vandalismo en mi región
PN7	El turismo causa daños al medioambiente de mi región
PN8	El turismo aumenta los niveles de contaminación en mi región
PN9	El turismo genera problemas de tráfico y parqueo en mi región
CPTas – Confianza en políticas turísticas	
CPTas1	Confío en las decisiones turísticas tomadas por el Gobierno Local
CPTas2	Confío en el Gobierno Local
CPTas3	El Gobierno Local está haciendo buen trabajo para el turismo de la región
CTmo – Conocimiento del turismo	
CTmo1	Conozco como el turismo desarrolla mi región
CTmo2	Conozco sobre los turistas que visitan mi región
CTmo3	Conozco los posibles impactos del turismo
CTmo4	Entiendo el rol del Gobierno Local en el desarrollo del turismo
CTmo5	Conozco las diferentes políticas turísticas del Gobierno Local
CC – Conocimiento y conciencia	
CC1	El turismo debe integrar la conservación de las zonas naturales
CC2	Los beneficios económicos son tan importantes como proteger la naturaleza
CC3	Las áreas protegidas, zonas naturales y animales necesitan más protección
CC4	El aumento del turismo no perjudicaría la naturaleza de la región
CC5	Debería haber más áreas naturales protegidas en la región
OP - Oportunidades	
OP1	Las autoridades locales turísticas están en contacto con los residentes
OP2	Las autoridades turísticas consultan o informan de las nuevas decisiones
OP3	Los intereses de los residentes se incorporan a los planes de gestión turísticos
OP4	La población local participa en la planificación turística

SECCIÓN 2: REGIÓN DONDE VIVE

ApoyoTmo – Apoyo al desarrollo del turismo

	Apoyo firmemente el desarrollo turístico
ApoyoTmo1	Realizo sugerencias para mejorar el desarrollo del turismo
ApoyoTmo2	Participo activamente en la planificación turística
ApoyoTmo3	Participo en la mejora de proyectos turísticos
ApoyoTmo4	Me gustaría ver más turistas en la región
ApoyoTmo5	Me gustaría visitar lugares turísticos en mi región
ApoyoTmo6	Recomiendo los atractivos turísticos que existen en mi región a otras personas
ApoyoTmo7	
ApoyoTmo8	Ofrezco mi participación para realizar actividades turísticas en mi región
ApoyoTmo9	Creo que el turismo debe fomentarse más en mi región
ApoyoTmo10	Apoyo el desarrollo del turismo
ApoyoTmo11	Me gustaría que el turismo se convirtiera en parte importante para mi región
ApoyoTmo12	
ApoyoTmo13	El Gobierno Local debe fomentar más el desarrollo del turismo en la región
	El Gobierno debería apoyar más el desarrollo del turismo

ApegoCom – Apego a la comunidad

ApegoCom1	Siento que esta región es parte de mí
ApegoCom2	Esta región es muy especial para mí
ApegoCom3	Me identifico fuertemente con esta región
ApegoCom4	Me siento muy conectado con esta región y con las personas que viven aquí
ApegoCom5	Esta región significa mucho para mí
ApegoCom6	No cambiaría vivir en esta región por otro lugar
ApegoCom7	Esta región es el mejor lugar que conozco
ApegoCom8	Extraño esta región cuando no estoy aquí
ApegoCom9	Tengo sentimientos positivos hacia esta región
ApegoCom10	Tengo un sentimiento de pertenencia por esta región
ApegoCom11	Tengo un apego emocional a esta región, que es muy especial para mí
ApegoCom12	Estoy dispuesto a invertir mi tiempo o dinero para mejorar esta región

PartCom – Participación en la comunidad

PartCom1	La participación de los residentes en el turismo mejoraría la conservación
----------	--

PartCom2	La participación de los residentes mejoraría la experiencia de los turistas
PartCom3	Los residentes pueden conservar mejor que los extranjeros los recursos
PartCom4	Los residentes de esta región están involucrados en el turismo
PartCom5	Los residentes de esta región participan en la gestión de los recursos naturales y culturales

SatDest – Satisfacción con el destino

SatDest1	Estoy satisfecho con mi vida en esta región
SatDest2	En esta región puedo satisfacer mis necesidades
SatDest3	Los productos y servicios que me ofrece esta región me satisfacen
SatDest4	Vivir en esta región suele ser una experiencia muy satisfactoria

Satisfacción con la calidad de vida en el destino - SQL

SQ1	Estoy satisfecho con mi calidad de vida
SQ2	Estoy satisfecho con mi forma de vida
SQ3	Me siento satisfecho de cómo vivo en esta región

SECCIÓN 3: DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

PSDem1	Género
PSDem2	Provincia donde reside
PSDem3	Edad
PSDem4	Nivel de estudios
PSDem5	Sueldo mensual
PSDem6	Personas del núcleo familiar
PSDem7	¿Trabaja?
PSDem8	¿Trabaja en agricultura?
PSDem9	¿Trabaja en turismo?

Fuente: elaboración propia

Tal y como puede observarse en el documento Anexo 1, tanto la primera como la segunda de las secciones que conforman el cuestionario fueron abordadas a través de preguntas en escala de Likert de 5 puntos, donde 1 hacía referencia a totalmente en desacuerdo, 2 relativamente en desacuerdo, 3 indiferencia, 4 relativamente de acuerdo y, finalmente, 5 hacía referencia a totalmente de acuerdo. Por otro lado, en la tercera sección, aquella que preguntaba sobre los datos sociodemográficos de los encuestados, las

preguntas fueron abordadas a través de preguntas cerradas dicotómicas (Sí/No) y politómicas.

La primera de las secciones mencionada se componía de 9 constructos con un total de 48 ítems. La segunda de las secciones quedó conformada por 5 constructos con un total de 37 indicadores, mientras que la tercera de las secciones tenía un total de 9 variables. En total, 85 indicadores o ítems y 14 constructos.

5.4. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS EMPLEADAS

El análisis de los datos de esta tesis doctoral queda dividido en un análisis preliminar de los mismos y en un análisis de fiabilidad y validez del modelo de medida y del modelo estructural (ilustración 8), basado en Mínimos Cuadrados Parcial. Este segundo aspecto se verá en epígrafes posteriores.

En cuanto al análisis preliminar de datos, que incluye tanto la tabulación de estos, así como el análisis de fiabilidad de la escala (alfa de Cronbach) como los estadísticos descriptivos fueron realizados a través de Microsoft Excel y SPSS en su versión 24.0. Por otro lado, el modelo de ecuaciones estructurales fue llevado a cabo mediante el programa SmartPLS en su versión 3.2.8.

Ilustración 8. Técnicas de análisis de datos empleadas



Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO VI. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS

6.1. ANÁLISIS PRELIMINAR DE LOS DATOS

6.2. EL MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS PARCIALES (MCP). BREVE INTRODUCCIÓN A LOS MODELOS DE ECUACIONES ESTRUCTURALES

6.3. VALORACIÓN DEL MODELO

En el presente capítulo se presenta un análisis preliminar de los datos, así como el método de mínimos cuadrados parciales, y la valoración del modelo planteado.

6.1. ANÁLISIS PRELIMINAR DE LOS DATOS

6.1.1. Análisis de fiabilidad de la escala. Alfa de Cronbach

En cuanto al análisis de fiabilidad preliminar de la escala (tabla 7), fue realizado a través del alfa de Cronbach (Cronbach, 1951). A través de esta prueba se procedió a eliminar aquellos ítems cuya relación elemento-total corregida fuese inferior a 0,3 (Norussis, 1993). Así, únicamente una variable observable fue suprimida (CC4 – El aumento del turismo no perjudicaría la naturaleza de la región). El alfa de Cronbach global inicial fue de 0,948 y, al final, tras la depuración de CC4 fue de 0,946, ligeramente inferior a la inicial global, si bien, muy por encima del umbral mínimo aceptable de 0,7 (Nunnally y Bernstein, 1994). Autores como Petrick y Backman (2002) consideran niveles mínimos de aceptación inferiores a 0,7, pero, en ningún caso niveles inferiores a 0,4 (Petrick y Backman, 2002).

Cabe destacar constructos como CPTas (Confianza en políticas turísticas), CTmo (Conocimiento del turismo), ApegoCom (Apego a la comunidad) y PP (Percepciones positivas) con niveles de alfa de Cronbach de 0,908, 0,883, 0,852 y 0,830 respectivamente. Por otro lado, los constructos que presentan un alfa de Cronbach

inferiores, pero dentro de los márgenes más laxos señalados por los autores son CC (Conocimiento y conciencia) y AA (Actitud medioambiental), con valores de 0,562 y 0,513 respectivamente.

Tabla 7. Alfa de Cronbach. Análisis preliminar de fiabilidad

Constructo	Ítems pre-depuración	Alfa de Cronbach Constructo	Ítems post-depuración	Ítems suprimidos	Alfa de Cronbach Constructo
ATmo – Actitud hacia el turismo	4	0,762	4	-	0,762
Atas – Actitud hacia los turistas	4	0,768	4	-	0,768
AA – Actitud medioambiental	3	0,513	3	-	0,513
ApegoCom – Apego a la comunidad	12	0,883	12	-	0,883
ApoyoTmo – Apoyo al desarrollo del turismo	13	0,823	13	-	0,823
CPTas – Confianza en políticas turísticas	3	0,908	3	-	0,908
CTmo – Conocimiento del turismo	5	0,852	5	-	0,852
CC – Conocimiento y conciencia	5	0,562	4	CC4	0,591
OP - Oportunidades	4	0,809	4	-	0,809
PartCom – Participación en la comunidad	5	0,726	5	-	0,726
PP – Percepciones positivas	11	0,830	11	-	0,830
PN – Percepciones negativas	9	0,812	9	-	0,812
SatDest – Satisfacción con el destino	4	0,822	4	-	0,822
SQL - Satisfacción con la calidad de vida en el destino	3	0,863	3	-	0,863
TOTAL ITEMS	85	0,948	84		0,946

Fuente: elaboración propia

6.1.2. Perfil sociodemográfico de la muestra

En cuanto al perfil sociodemográfico de la muestra, y sobre un total de 560 cuestionarios válidos, donde se recogieron inicialmente 590, se ha obtenido un perfil con una ligera predominancia femenina (52,7% sobre el total), cuya provincia de residencia

es Valverde (47,9%), seguida de Monte Cristi (20,0%). En cuanto al tramo de edad más representativo, destaca aquel comprendido entre los 18 y 29 años (56,3%) y los 30 a 39 años (23,0%), con un nivel de estudios universitarios en más de dos tercios del total de encuestados (68,3%). El saldo mensual más representativo entre los encuestados es de menos de RD\$10.000 (aproximadamente 148,06€), con un 40,1% del total de encuestados. Finalmente, sobre el total de encuestados, un 80% declaran estar trabajando, distinguiendo entre trabajos relacionados con la agricultura, donde un 19% declara trabajar en este tipo de actividades y, actividades relacionadas con el turismo, donde este porcentaje de trabajo en la actividad terciaria desciende hasta el 12,9%. El perfil sociodemográfico se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 8. Perfil sociodemográfico muestral

Variables sociodemográficas		Porcentaje (%)
Género	Masculino	47,3
	Femenino	52,7
Provincia de residencia	Valverde	47,9
	Santiago Rodríguez	18,6
	Dajabón	13,4
	Monte Cristi	20,0
Edad	Entre 18 y 29 años	56,3
	Entre 30 y 39 años	23,0
	Entre 40 y 49 años	13,4
	Entre 50 y 59 años	5,1
	60 años o más	2,2
Nivel de estudios	Sin estudios	5,1
	Primarios	6,4
	Secundarios	20,2
	Universitarios	68,3

Sueldo mensual	Menos de RD\$10.000	40,1
	Entre RD\$10.001 y 20.000	36,5
	Entre RD\$20.001 y 30.000	10,7
	Más de RD\$30.000	12,8
Personas convivientes en misma casa (incluido Vd.)	1 persona	7,2
	2 a 4 personas	56,5
	5 o más personas	36,3
¿Trabaja?	Sí	80,3
	No	19,7
¿Trabaja en agricultura?	Sí	19,0
	No	81,0
¿Trabaja en turismo?	Sí	12,9
	No	87,1

Fuente: elaboración propia

6.1.3. Análisis descriptivo de las variables del modelo

En cuanto al análisis descriptivo de las diferentes variables o indicadores que conforman el modelo se ha fragmentado, por un lado, en un análisis descriptivo basado en la media, desviación típica y normalidad y, por otro lado, un análisis descriptivo de las respuestas medias de los encuestados para cada pregunta, obteniendo gráficos de cada uno de los constructos que han conformado el modelo.

En cuanto al primer análisis descriptivo mencionado, este se presenta en la tabla e ilustraciones siguientes.

Tabla 9. Análisis preliminar de datos

Código	Media	D. Típica	Asimetría	Curtosis	Normalidad
ATmo – Actitud hacia el turismo					
ATmo1	4,16	1,066	-1,418	1,469	0,000 ^C
ATmo2	4,27	0,937	-1,413	1,703	0,000 ^C
ATmo3	4,29	0,992	-1,620	2,314	0,000 ^C

ATmo4	4,22	0,927	-1,375	1,918	0,000 ^C
Atas – Actitud hacia los turistas					
Atas1	4,20	0,926	-1,317	1,771	0,000 ^C
Atas2	4,13	0,968	-1,175	1,158	0,000 ^C
Atas3	4,20	0,896	-1,293	1,900	0,000 ^C
Atas4	4,13	1,011	-1,210	1,080	0,000 ^C
AA – Actitud medioambiental					
AA1	4,62	0,801	-2,753	8,310	0,000 ^C
AA2	4,67	0,714	-2,709	8,432	0,000 ^C
AA3	3,89	1,173	-1,076	0,377	0,000 ^C
ApegoCom – Apego a la comunidad					
ApegoCom1	4,41	0,994	-1,955	3,361	0,000 ^C
ApegoCom2	4,52	0,805	-2,010	4,356	0,000 ^C
ApegoCom3	4,43	0,841	-1,638	2,691	0,000 ^C
ApegoCom4	4,47	0,800	-1,583	2,233	0,000 ^C
ApegoCom5	4,45	0,843	-1,731	2,876	0,000 ^C
ApegoCom6	3,93	1,242	-1,001	-0,087	0,000 ^C
ApegoCom7	3,80	1,315	-0,878	-0,409	0,000 ^C
ApegoCom8	4,17	1,109	-1,361	1,068	0,000 ^C
ApegoCom9	4,33	0,918	-1,656	2,839	0,000 ^C
ApegoCom10	4,16	1,029	-1,232	0,908	0,000 ^C
ApegoCom11	4,19	1,022	-1,390	1,557	0,000 ^C
ApegoCom12	4,15	1,025	-1,322	1,440	0,000 ^C
ApoyoTmo – Apoyo al desarrollo del turismo					
ApoyoTmo1	4,30	0,982	-1,638	2,433	0,000 ^C
ApoyoTmo2	3,75	1,233	-0,818	-0,254	0,000 ^C
ApoyoTmo3	3,44	1,335	-0,425	-0,950	0,000 ^C
ApoyoTmo4	3,59	1,335	-0,585	-0,858	0,000 ^C
ApoyoTmo5	4,32	1,003	-1,618	2,079	0,000 ^C
ApoyoTmo6	4,42	0,924	-1,873	3,394	0,000 ^C
ApoyoTmo7	4,30	0,949	-1,412	1,484	0,000 ^C

ApoyoTmo8	3,99	1,157	-0,963	-0,027	0,000 ^C
ApoyoTmo9	4,36	0,917	-1,661	2,740	0,000 ^C
ApoyoTmo10	4,35	0,925	-1,569	2,217	0,000 ^C
ApoyoTmo11	4,45	0,880	-1,911	3,764	0,000 ^C
ApoyoTmo12	4,41	0,866	-1,722	3,114	0,000 ^C
ApoyoTmo13	4,46	0,866	-1,923	3,883	0,000 ^C
CPTas – Confianza en políticas turísticas					
CPTas1	3,19	1,364	-0,241	-1,127	0,000 ^C
CPTas2	3,13	1,418	-0,199	-1,247	0,000 ^C
CPTas3	3,07	1,458	-0,091	-1,333	0,000 ^C
CTmo – Conocimiento del turismo					
CTmo1	3,55	1,298	-0,650	-0,623	0,000 ^C
CTmo2	3,36	1,329	-0,441	-0,905	0,000 ^C
CTmo3	3,44	1,285	-0,516	-0,811	0,000 ^C
CTmo4	3,38	1,278	-0,471	-0,772	0,000 ^C
CTmo5	3,24	1,366	-0,341	-1,072	0,000 ^C
CC – Conocimiento y conciencia					
CC1	4,33	0,958	-1,550	2,059	0,000 ^C
CC2	4,20	1,090	-1,467	1,419	0,000 ^C
CC3	4,42	0,931	-1,854	3,244	0,000 ^C
CC4	3,68	1,278	-0,786	-0,455	0,000 ^C
CC5	4,22	1,088	-1,453	1,423	0,000 ^C
OP – Oportunidades					
OP1	3,55	1,260	-0,587	-0,630	0,000 ^C
OP2	3,49	1,262	-0,512	-0,698	0,000 ^C
OP3	3,60	1,210	-0,569	-0,541	0,000 ^C
OP4	3,51	1,325	-0,580	-0,798	0,000 ^C
PartCom – Participación de la comunidad					
PartCom1	4,26	0,941	-1,472	2,113	0,000 ^C
PartCom2	4,21	0,929	-1,255	1,482	0,000 ^C
PartCom3	3,98	1,119	-1,081	0,538	0,000 ^C

PartCom4	3,71	1,175	-0,683	-0,323	0,000 ^C
PartCom5	3,82	1,104	-0,794	-0,071	0,000 ^C
PP – Percepciones positivas					
PP1	4,31	1,068	-1,741	2,404	0,000 ^C
PP2	4,29	1,056	-1,629	1,994	0,000 ^C
PP3	4,17	1,030	-1,361	1,433	0,000 ^C
PP4	4,27	0,971	-1,542	2,163	0,000 ^C
PP5	4,05	1,122	-1,231	0,807	0,000 ^C
PP6	4,23	0,976	-1,592	2,166	0,000 ^C
PP7	4,38	0,925	-1,748	3,003	0,000 ^C
PP8	4,29	0,958	-1,521	2,074	0,000 ^C
PP9	4,35	0,925	-1,615	2,455	0,000 ^C
PP10	4,26	0,898	-1,375	1,990	0,000 ^C
PP11	4,29	0,932	-1,401	1,711	0,000 ^C
PN – Percepciones negativas					
PN1	4,01	1,084	-1,132	0,776	0,000 ^C
PN2	3,94	1,157	-1,005	0,205	0,000 ^C
PN3	3,32	1,396	-0,386	-1,108	0,000 ^C
PN4	2,72	1,445	0,214	-1,335	0,000 ^C
PN5	2,74	1,444	0,228	-1,301	0,000 ^C
PN6	2,71	1,450	0,177	-1,355	0,000 ^C
PN7	2,77	1,440	0,153	-1,357	0,000 ^C
PN8	2,92	1,468	0,020	-1,395	0,000 ^C
PN9	3,25	1,378	-0,325	-1,110	0,000 ^C
SatDest – Satisfacción con el destino					
SatDest1	4,10	1,120	-1,318	1,067	0,000 ^C
SatDest2	3,94	1,115	-1,074	0,495	0,000 ^C
SatDest3	3,98	1,057	-1,002	0,392	0,000 ^C
SatDest4	4,07	1,086	-1,251	1,015	0,000 ^C
SQL – Satisfacción con la calidad de vida en el destino					
SQL1	4,10	1,083	-1,241	0,963	0,000 ^C

SQ2	4,17	1,000	-1,216	1,003	0,000 ^C
SQ3	4,19	1,033	-1,389	1,543	0,000 ^C

^C = Corrección de significación de Lilliefors

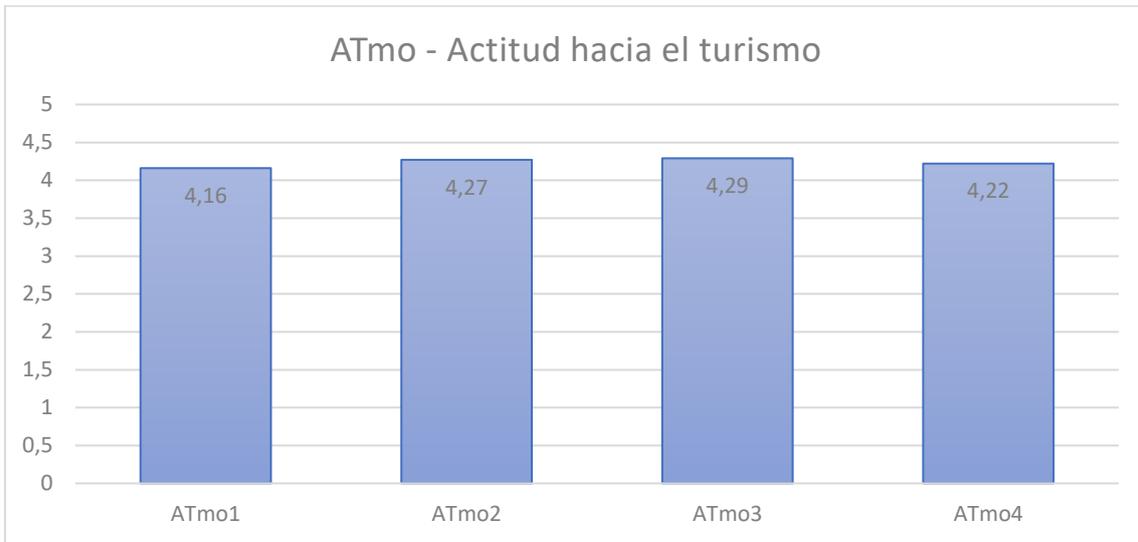
Fuente: elaboración propia

Tal y como se desprende de la tabla anterior, gran parte de las variables observables pertenecientes a cada uno de los constructos que conforman el modelo presenta puntuaciones medias superiores a los 4 puntos (sobre 5 puntos). Cabe destacar indicadores como Actitud medioambiental 1 y 2 (AA1 y AA2) con puntuaciones medias de 4,62 y 4,67 puntos sobre 5 respectivamente, o Apego a la comunidad 2 (ApegoCom2), Apoyo al desarrollo del turismo 13 (ApoyoTmo13) y Conocimiento y conciencia 3 (CC3) con puntuaciones de 4,52, 4,46 y 4,42 respectivamente.

De igual forma, puede observarse a través de la prueba de Kolmogórov-Smirnov como ninguna de las variables que conforman el modelo sigue una distribución normal, siendo uno de los requisitos necesarios para ser considerado como no paramétrica y motivo por el cual en el posterior contraste de hipótesis se incluirán los intervalos de confianza para testar las hipótesis planteadas en el capítulo 4.

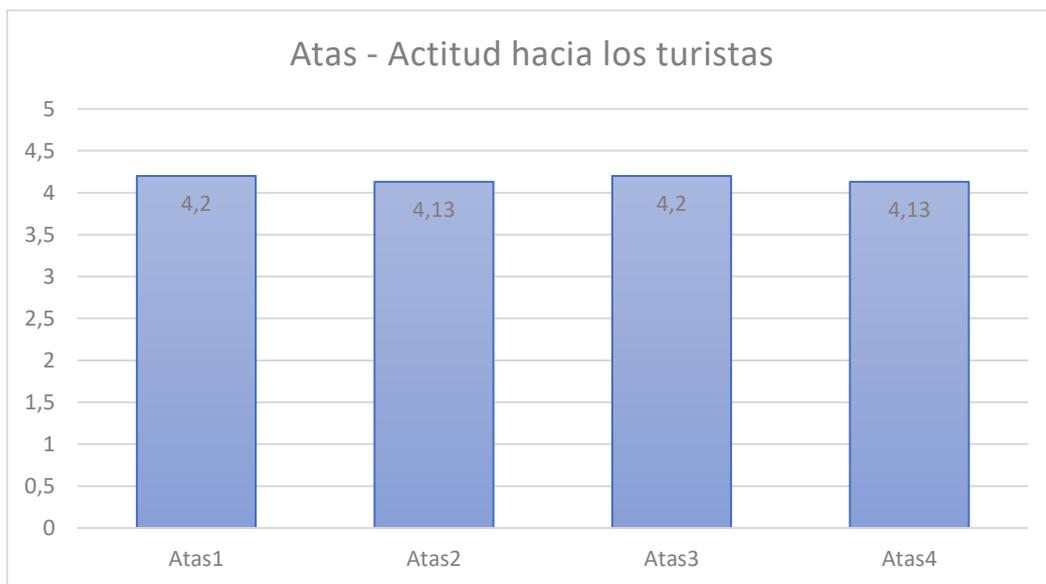
Tal y como se observa en la siguiente ilustración, todas y cada una de las valoraciones promedio de los indicadores de Actitud hacia el turismo (ATmo) presenta puntuaciones por encima de los cuatro puntos, lo que implica una valoración óptima de los residentes hacia las actividades agroturísticas desarrolladas en la región. Esta misma circunstancia se produce respecto a la valoración que los residentes realizan sobre los agroturistas. Estas dos gráficas o, más bien, los resultados obtenidos ponen de manifiesto una valoración positiva de los residentes hacia el desarrollo de actividades agroturísticas y la consecuente llegada de turistas a la región para llevar a cabo estas actividades.

Ilustración 9. Promedio de los ítems de la variable Actitud hacia el turismo (ATmo)



Fuente: elaboración propia

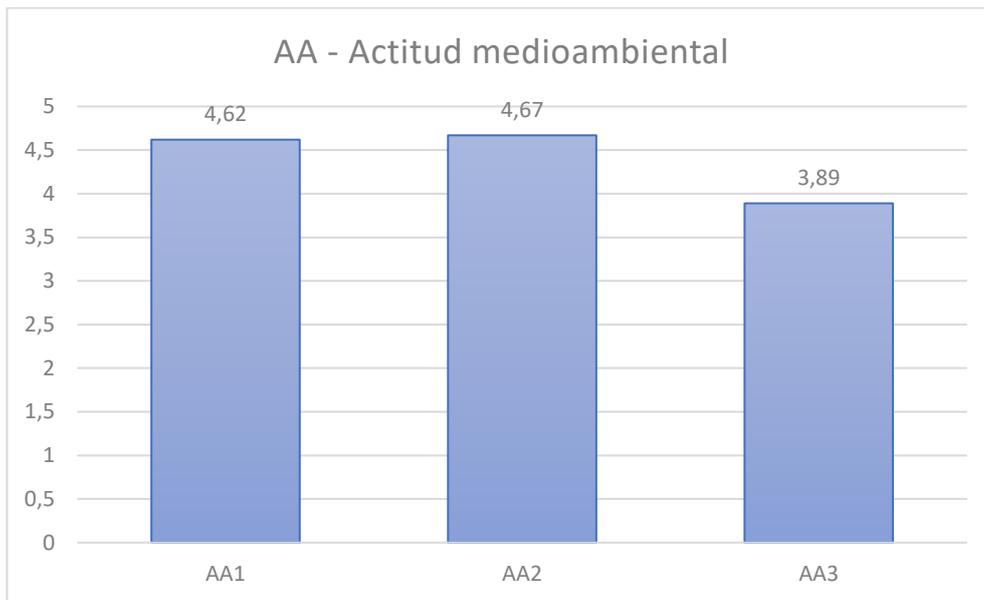
Ilustración 10. Promedio de los ítems de la variable Actitud hacia los turistas (Atas)



Fuente: elaboración propia

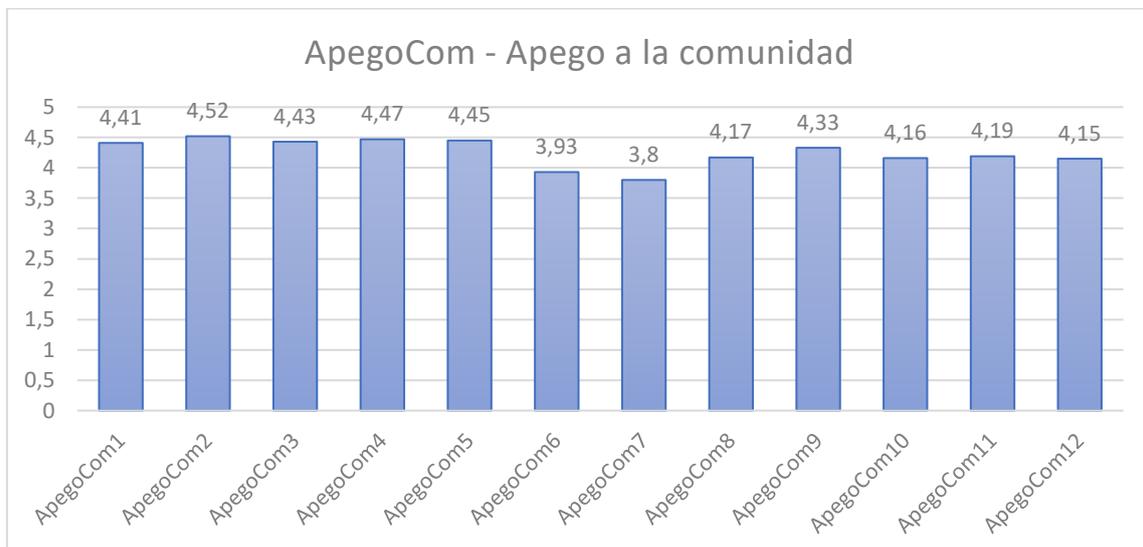
En cuanto a la actitud ambiental, el indicador AA3 (El desarrollo de infraestructura ayuda a conservar el patrimonio natural de la región) presenta la valoración media más baja (3,89 puntos sobre 5). Se hace necesario por lo tanto el desarrollo de infraestructuras que no sean dañinas con el medioambiente y que queden correctamente insertadas dentro del marco de la región.

Ilustración 11. Promedio de los ítems de la variable Actitud medioambiental (AA)



Fuente: elaboración propia

Ilustración 12. Promedio de los ítems de la variable Apego a la comunidad (ApegoCom)

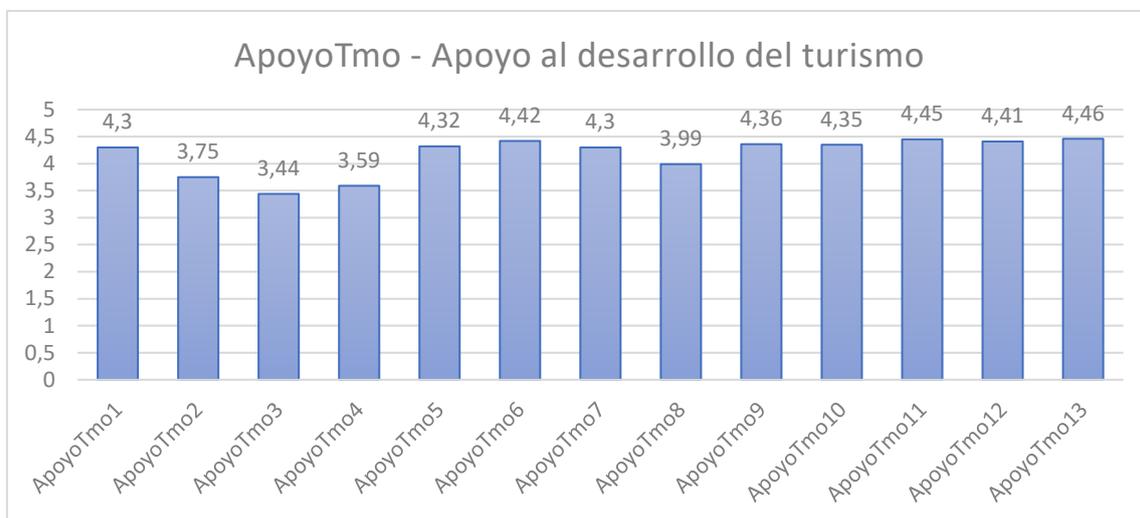


Fuente: elaboración propia

El apego a la comunidad también ha presentado valores promedio elevados, encontrándose gran parte de ellos con una valoración por encima de los 4 puntos sobre 5. En este sentido, la tónica general imperante es un sentimiento de pertenencia con respecto a la región. Todo lo anterior queda reforzado con los resultados obtenidos para los

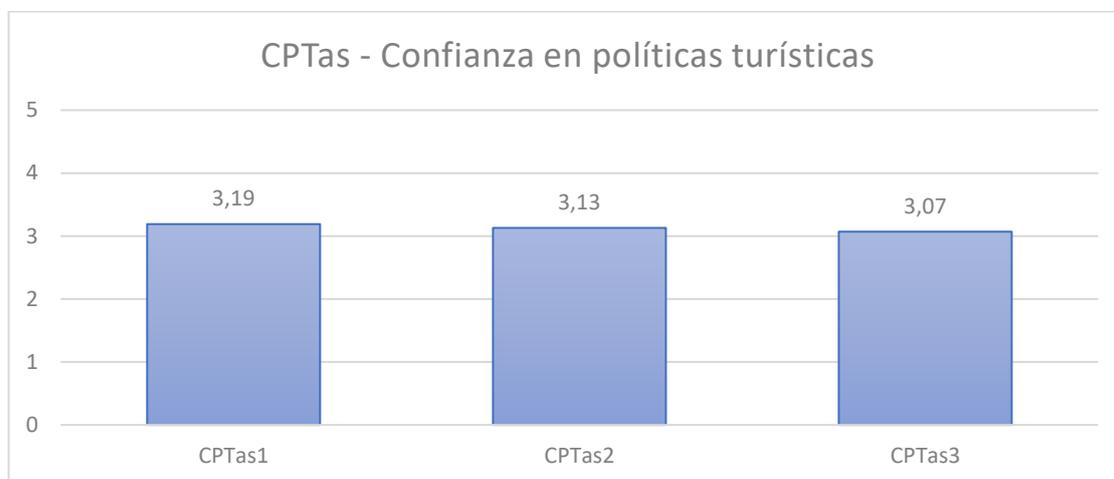
indicadores pertenecientes a Apoyo al desarrollo del turismo, donde puede observarse un claro apoyo al desarrollo de actividades relacionadas con el turismo dentro de la región.

Ilustración 13. Promedio de los ítems de la variable Apoyo al desarrollo del turismo (ApoyoTmo)



Fuente: elaboración propia

Ilustración 14. Promedio de los ítems de la variable Confianza en políticas turísticas (CPTas)

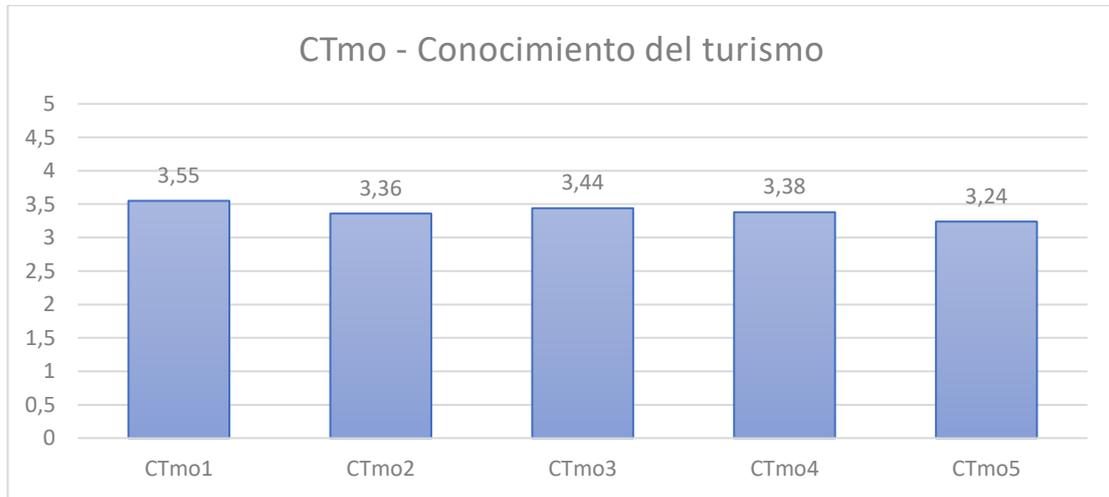


Fuente: elaboración propia

Respecto a la confianza en las políticas turísticas, presenta valoraciones ligeramente por debajo de la tónica general de las puntuaciones medias. Esto hace referencia a la escasa confianza que los encuestados tienen respecto al gobierno local. Una actitud positiva hacia el desarrollo de actividades turística junto con un ejecutivo bien valorado y que responda correctamente podría dar a la región un despegue importante en materia de turismo. En esta línea, el conocimiento del turismo también ha

presentado unos valores promedio bajos con relación a otras variables ya analizadas previamente.

Ilustración 15. Promedio de los ítems de la variable Conocimiento del turismo (CTmo)



Fuente: elaboración propia

Ilustración 16. Promedio de los ítems de la variable Conocimiento y Conciencia (CC)



Fuente: elaboración propia

Un aspecto claro es el cuidado por la naturaleza de la región donde se inserta la actividad turística. Esto queda refrendado por los elevados valores medios obtenidos para la variable conocimiento y conciencia, donde se hace más que patente la necesidad de aunar todos los esfuerzos en la conservación y mantenimiento de los recursos naturales de la región.

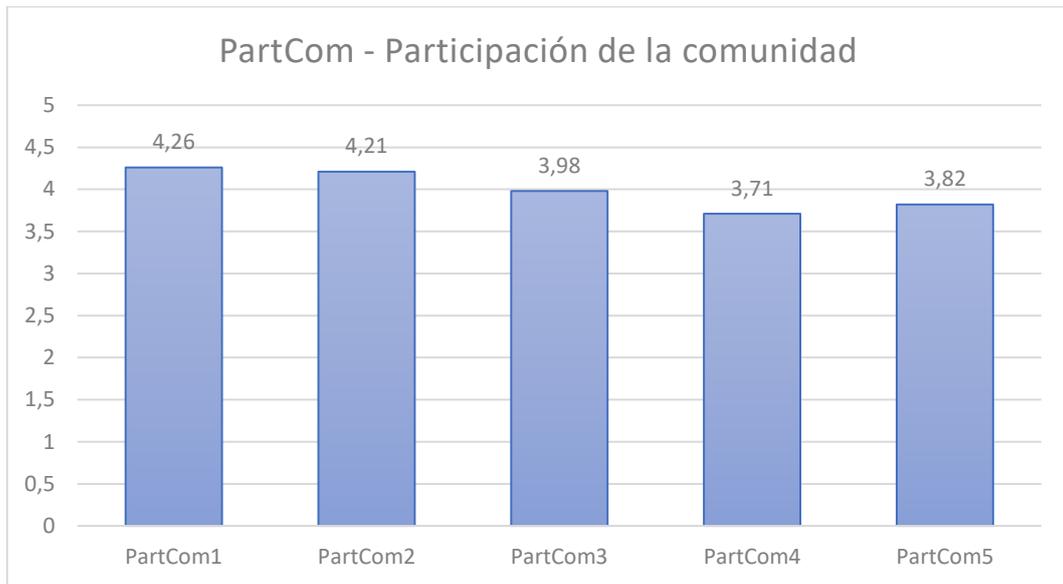
Ilustración 17. Promedio de los ítems de la variable Oportunidades (OP)



Fuente: elaboración propia

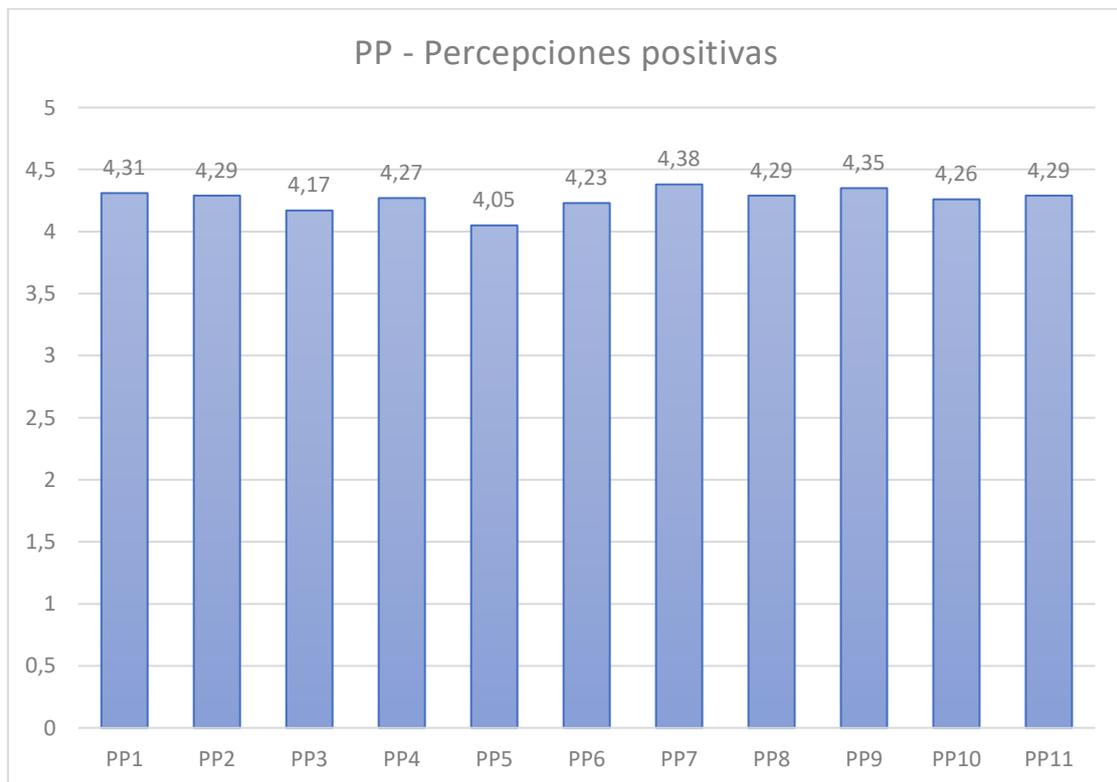
En cuanto a las oportunidades relacionadas con la actividad y planificación turística, los valores medios obtenidos se sitúan en todos los casos por debajo de los 3,6 puntos sobre 5. En este sentido, se puede poner de manifiesto la escasa participación de la comunidad local en materia de planificación turística, no dejando los entes públicos participar directamente a este grupo de interés o stakeholder. Por otro lado, la percepción de la comunidad local en este aspecto es de que podrían aportar a la actividad turística, ya sea en la experiencia o en la conservación de los espacios donde se desarrolla dicha actividad. Esto queda reflejado en las variables observables pertenecientes al constructo Participación de la Comunidad (PartCom), con unos valores medios situados en torno a los 4 puntos sobre 5, e incluso, superiores, como es el caso de las variables PartCom1 (4,26 puntos sobre 5) y PartCom2 (4,21 puntos sobre 5).

Ilustración 18. Promedio de los ítems de la variable Participación de la comunidad (PartCom)



Fuente: elaboración propia

Ilustración 19. Promedio de los ítems de la variable Percepciones Positivas (PP)

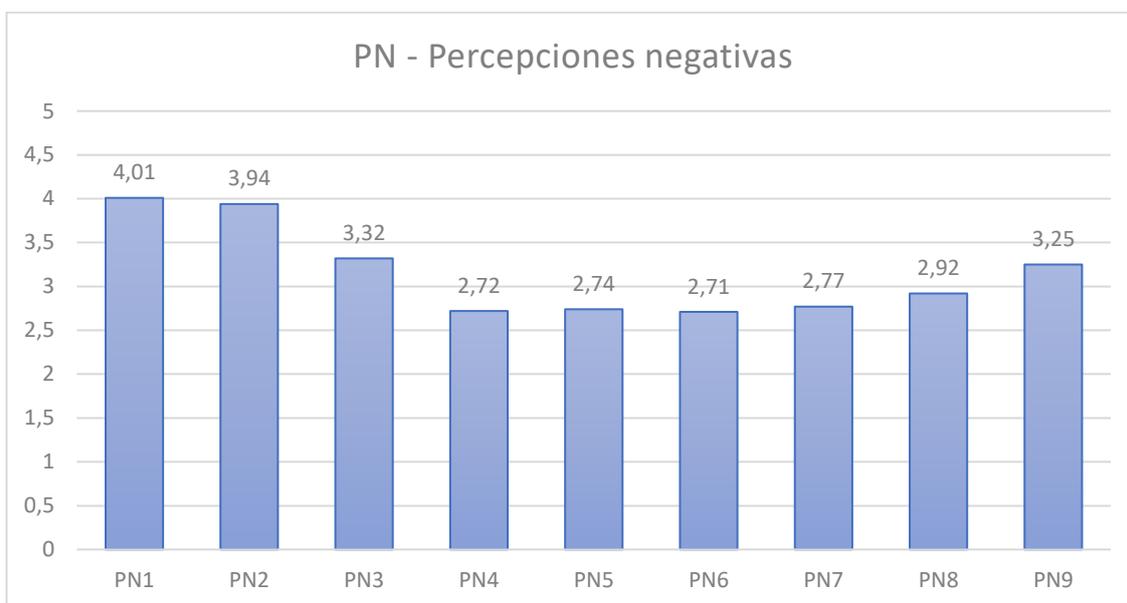


Fuente: elaboración propia

En cuanto a las percepciones positivas con relación al desarrollo de actividades agroturísticas, puede observarse como todas y cada una de ellas presentan valores por

encima de 4 puntos. Esto no hace más que refrendar lo positivo del desarrollo de actividades basadas en agroturismo en la República Dominicana. Esto, sumado a la escasa valoración de las posibles percepciones negativas, hace que el agroturismo sea una actividad muy bien valorada por parte de la comunidad local.

Ilustración 20. Promedio de los ítems de la variable Percepciones Negativas (PN)



Fuente: elaboración propia

En cuanto a la satisfacción con el destino, la comunidad local lo valora muy positivamente, yendo esto en consonancia con los resultados y puntuaciones obtenidas en las variables relativas a satisfacción con la calidad de vida en el destino (SQL).

Ilustración 21. Promedio de los ítems de la variable Satisfacción con el destino (SatDest)



Fuente: elaboración propia

Ilustración 22. Promedio de los ítems de la variable Satisfacción con la calidad de vida en el destino (SQL)



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al análisis descriptivo de las variables y, a excepción de aquellas preguntas relativas al perfil sociodemográfico, todas las preguntas fueron formuladas en escalas de Likert de 5 puntos, donde 1 hacía referencia a totalmente en desacuerdo, 2 relativamente en desacuerdo, 3 indiferencia, 4 relativamente de acuerdo y, finalmente, 5 hacía referencia a totalmente de acuerdo. En la siguiente tabla se muestran los principales resultados relativos a los porcentajes y frecuencias observadas para cada uno de los ítems o indicadores.

Tabla 10. Porcentajes y frecuencias observadas de cada ítem

Variable (ítems)		1	2	3	4	5
ATmo – Actitud hacia el turismo						
ATmo1	N	23	28	52	179	267
	%	4,2	5,1	9,5	32,6	48,6
ATmo2	N	9	28	50	184	284
	%	1,6	5,0	9,0	33,2	51,2
ATmo3	N	17	23	44	169	301
	%	3,1	4,2	7,9	30,5	54,3
ATmo4	N	12	19	60	204	257

% 2,2 3,4 10,9 37,0 46,6

Atas – Actitud hacia los turistas						
Atas1	N	12	19	65	211	249
	%	2,2	3,4	11,7	37,9	44,8
Atas2	N	13	23	79	199	238
	%	2,4	4,2	14,3	36,1	43,1
Atas3	N	11	15	68	221	244
	%	2,0	2,7	12,2	39,5	43,6
Atas4	N	16	26	77	186	248
	%	2,9	4,7	13,9	33,6	44,8
AA – Actitud medioambiental						
AA1	N	12	8	17	107	414
	%	2,2	1,4	3,0	19,2	74,2
AA2	N	6	7	23	95	427
	%	1,1	1,3	4,1	17,0	76,5
AA3	N	38	36	71	202	197
	%	7,0	6,6	13,1	37,1	36,2
ApegoCom – Apego a la comunidad						
ApegoCom1	N	19	20	34	124	362
	%	3,4	3,6	6,1	22,2	64,8
ApegoCom2	N	6	15	30	141	367
	%	1,1	2,7	5,4	25,2	65,7
ApegoCom3	N	6	14	50	151	334
	%	1,1	2,5	9,0	27,2	60,2
ApegoCom4	N	2	18	43	151	345
	%	0,4	3,2	7,7	27,0	61,7
ApegoCom5	N	5	20	39	148	346
	%	0,9	3,6	7,0	26,5	62,0
ApegoCom6	N	37	53	69	152	246
	%	6,6	9,5	12,4	27,3	44,2
ApegoCom7	N	53	51	78	149	228

	%	9,5	9,1	14,0	26,7	40,8
ApegoCom8	N	24	33	60	148	292
	%	4,3	5,9	10,8	26,6	52,4
ApegoCom9	N	13	17	44	184	298
	%	2,3	3,1	7,9	33,1	53,6
ApegoCom10	N	14	34	69	168	270
	%	2,5	6,1	12,4	30,3	48,6
ApegoCom11	N	19	23	64	178	271
	%	3,4	4,1	11,5	32,1	48,8
ApegoCom12	N	21	17	80	178	263
	%	3,8	3,0	14,3	31,8	47,0

ApoyoTmo – Apoyo al desarrollo del turismo

ApoyoTmo1	N	17	21	46	170	306
	%	3,0	3,8	8,2	30,4	54,6
ApoyoTmo2	N	46	43	107	172	190
	%	8,2	7,7	19,2	30,8	34,1
ApoyoTmo3	N	67	69	132	132	157
	%	12,0	12,4	23,7	23,7	28,2
ApoyoTmo4	N	58	66	107	137	187
	%	10,5	11,9	19,3	24,7	33,7
ApoyoTmo5	N	15	28	46	144	327
	%	2,7	5,0	8,2	25,7	58,4
ApoyoTmo6	N	13	17	40	140	345
	%	2,3	3,1	7,2	25,2	62,2
ApoyoTmo7	N	8	29	56	156	306
	%	1,4	5,2	10,1	28,1	55,1
ApoyoTmo8	N	23	49	91	143	252
	%	4,1	8,8	16,3	25,6	45,2
ApoyoTmo9	N	12	16	50	163	316
	%	2,2	2,9	9,0	29,3	56,7
ApoyoTmo10	N	10	20	55	153	321
	%	1,8	3,6	9,8	27,4	57,4

ApoyoTmo11	N	11	12	44	136	353
	%	2,0	2,2	7,9	24,5	63,5
ApoyoTmo12	N	9	13	48	156	331
	%	1,6	2,3	8,6	28,0	59,4
ApoyoTmo13	N	10	14	38	146	351
	%	1,8	2,5	6,8	26,1	62,8

CPTcas – Confianza en políticas turísticas

CPTcas1	N	91	81	129	136	117
	%	16,4	14,6	23,3	24,5	21,1
CPTcas2	N	111	76	119	132	119
	%	19,9	13,6	21,4	23,7	21,4
CPTcas3	N	121	82	120	105	128
	%	21,8	14,7	21,6	18,9	23,0

CTmo – Conocimiento del turismo

CTmo1	N	64	48	114	170	156
	%	11,6	8,7	20,7	30,8	23,8
CTmo2	N	79	59	131	156	129
	%	14,3	10,6	23,6	28,2	23,3
CTmo3	N	61	74	106	181	130
	%	11,1	13,4	19,2	32,8	23,6
CTmo4	N	68	61	136	168	121
	%	12,3	11,0	24,5	30,3	21,8
CTmo5	N	94	65	124	152	116
	%	17,1	11,8	22,5	27,6	21,1

CC – Conocimiento y conciencia

CC1	N	12	21	57	147	315
	%	2,2	3,8	10,3	26,6	57,1
CC2	N	23	34	44	160	293
	%	4,2	6,1	7,9	28,9	52,9
CC3	N	13	17	44	132	351
	%	2,3	3,1	7,9	23,7	63,0

CC4	N	53	57	80	189	175
	%	9,6	10,3	14,4	34,1	31,6
CC5	N	24	25	63	140	305
	%	4,3	4,5	11,3	25,1	54,8

OP - Oportunidades

OP1	N	54	58	124	168	150
	%	9,7	10,5	22,4	30,3	27,1
OP2	N	56	59	138	156	143
	%	10,1	10,7	25,0	28,3	25,9
OP3	N	42	57	139	161	155
	%	7,6	10,3	25,1	29,1	28,0
OP4	N	67	62	105	168	156
	%	12,0	11,1	18,8	30,1	28,0

PartCom – Participación de la comunidad

PartCom1	N	13	20	54	192	275
	%	2,3	3,6	9,7	34,7	49,6
PartCom2	N	11	17	76	191	259
	%	2,0	3,21	13,7	34,5	46,8
PartCom3	N	29	28	95	177	229
	%	5,2	5,0	17,0	31,7	41,0
PartCom4	N	35	48	131	168	171
	%	6,3	8,7	23,7	30,4	30,9
PartCom5	N	23	53	104	203	176
	%	4,1	9,5	18,6	36,3	31,5

PP – Percepciones positivas

PP1	N	26	18	46	130	334
	%	4,7	3,2	8,3	23,5	60,3
PP2	N	21	27	45	138	325
	%	3,8	4,9	8,1	24,8	58,5
PP3	N	19	26	61	182	261
	%	3,5	4,7	11,1	33,2	47,5

PP4	N	15	22	50	178	290
	%	2,7	4,0	9,0	32,1	52,3
PP5	N	28	35	62	186	243
	%	5,1	6,3	11,2	33,6	43,9
PP6	N	14	23	51	152	315
	%	2,5	4,1	9,2	27,4	56,8
PP7	N	13	16	46	154	326
	%	2,3	2,9	8,3	27,7	58,7
PP8	N	13	22	53	170	296
	%	2,3	4,0	9,6	30,7	53,4
PP9	N	11	20	49	162	315
	%	2,0	3,6	8,8	29,1	56,6
PP10	N	10	16	62	199	268
	%	1,8	2,9	11,2	35,9	48,3
PP11	N	10	19	67	164	298
	%	1,8	3,4	12,0	29,4	53,4

PN – Percepciones negativas

PN1	N	26	27	86	193	221
	%	4,7	4,9	15,6	34,9	40,0
PN2	N	30	39	90	169	226
	%	5,4	7,0	16,2	30,5	40,8
PN3	N	90	69	110	146	142
	%	16,2	12,4	19,7	26,2	25,5
PN4	N	160	106	94	106	84
	%	29,1	19,3	17,1	19,3	15,3
PN5	N	157	109	106	94	92
	%	28,1	19,5	19,0	16,8	16,5
PN6	N	171	81	106	108	79
	%	31,4	14,9	19,4	19,8	14,5
PN7	N	152	105	92	116	84
	%	27,7	19,1	16,8	21,1	15,3
PN8	N	143	91	100	118	106

	%	25,6	16,3	17,9	21,1	19,0
	N	92	71	120	145	125
PN9	%	16,6	12,8	21,7	26,2	22,6
SatDest – Satisfacción con el destino						
SatDest1	N	30	26	66	172	262
	%	5,4	4,7	11,9	30,9	47,1
SatDest2	N	28	40	74	208	205
	%	5,0	7,2	13,3	37,5	36,9
SatDest3	N	17	46	77	210	208
	%	3,0	8,2	13,8	37,6	37,3
SatDest4	N	26	29	69	193	242
	%	4,7	5,2	12,3	34,5	43,3
SQL – Satisfacción con la calidad de vida en el destino						
SQL1	N	24	27	77	173	257
	%	4,3	4,8	13,8	31,0	46,1
SQL2	N	13	28	76	173	266
	%	2,3	5,0	13,7	31,1	47,8
SQL3	N	21	19	72	169	277
	%	3,8	3,4	12,9	30,3	49,6

Fuente: elaboración propia

6.1.4. Análisis preliminar del perfil sociodemográfico

El perfil sociodemográfico de la muestra obtenida queda presentado en la siguiente tabla y gráficos siguientes. En este sentido, cabe destacar la existencia de casi paridad en cuanto al género, representando el femenino un 53% del total y, el masculino, un 47%. En cuanto a la provincia de residencia cabe destacar a Valverde con un 48% del total de los encuestados, seguido de Montecristi (20%), Santiago Rodríguez (19%) y finalmente Dajabón con un 13%. El tramo de edad más representado es aquél situado entre los 18 y los 29 años, con un total de 56% de los encuestados, seguido de aquellos entre los 30 y 39 años (23%). Por otro lado, el tramo de edad menos representado es el situado por encima de los 60 años (2%). Con relación al nivel de estudios, dos terceras partes del total de encuestados declara poseer estudios universitarios, seguido muy de

lejos por aquellos con estudios secundarios (20%). Por otro lado, el nivel de renta mensual es medio bajo, declarando ingresos inferiores a los RD\$20.000 (76%).

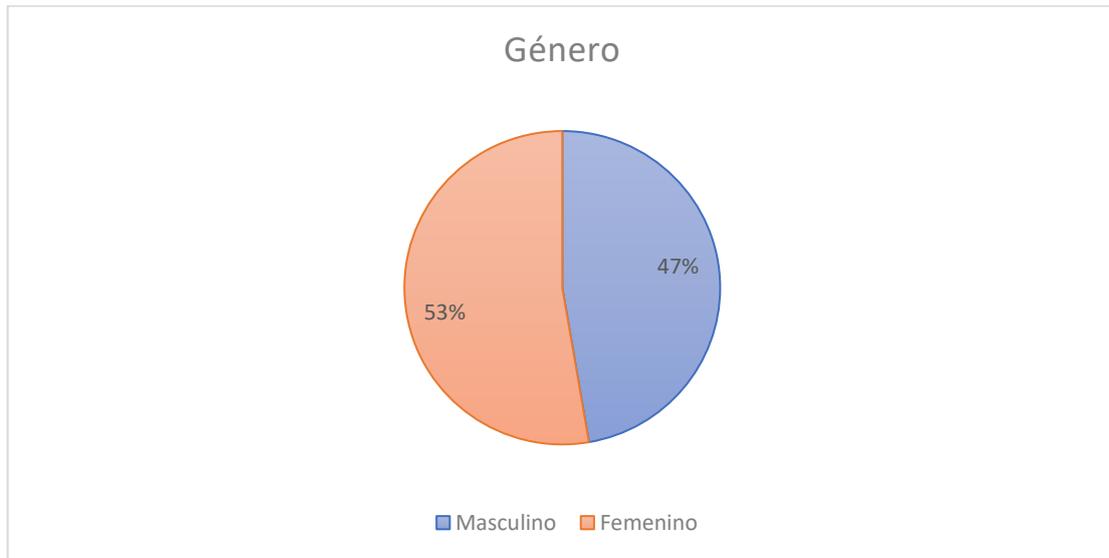
En cuanto a las personas que viven en el mismo núcleo familiar, el 57% declara un núcleo de entre 2 y 4 personas. Por otro lado, los encuestados declaran trabajar en un 80% de los casos analizados y, dentro de este 80%, un 19% declara trabajar en agricultura, mientras que solamente un 13% declara hacerlo en actividades turísticas.

Tabla 11. Perfil sociodemográfico

Variable	%	Variable	%
Edad			
Género		18 a 29 años	56%
	Masculino	30 a 39 años	23%
		40 a 49 años	14%
	Femenino	50 a 59 años	5%
		60 años o más	2%
<hr/>			
Provincia residencia		Nivel de estudios	
Valverde	48%	Sin estudios	5%
Santiago Rodríguez	19%	Primarios	7%
Dajabón	13%	Secundarios	20%
Monte Cristi	20%	Universitarios	68%
<hr/>			
Sueldo mensual		Núcleo familiar	
Menos de RD\$10.0000	40%	1 persona	7%
Entre RD\$10.001 y RD\$20.000	36%	De 2 a 4 personas	57%
Entre RD\$20.001 y RD\$30.000	11%	5 o más personas	36%
Más de RD\$30.000	13%		
<hr/>			
¿Trabaja?		¿Trabaja en agricultura?	
Sí	80%	Sí	19%
No	20%	No	81%
<hr/>			
¿Trabaja en turismo?			
Sí	13%		
No	87%		

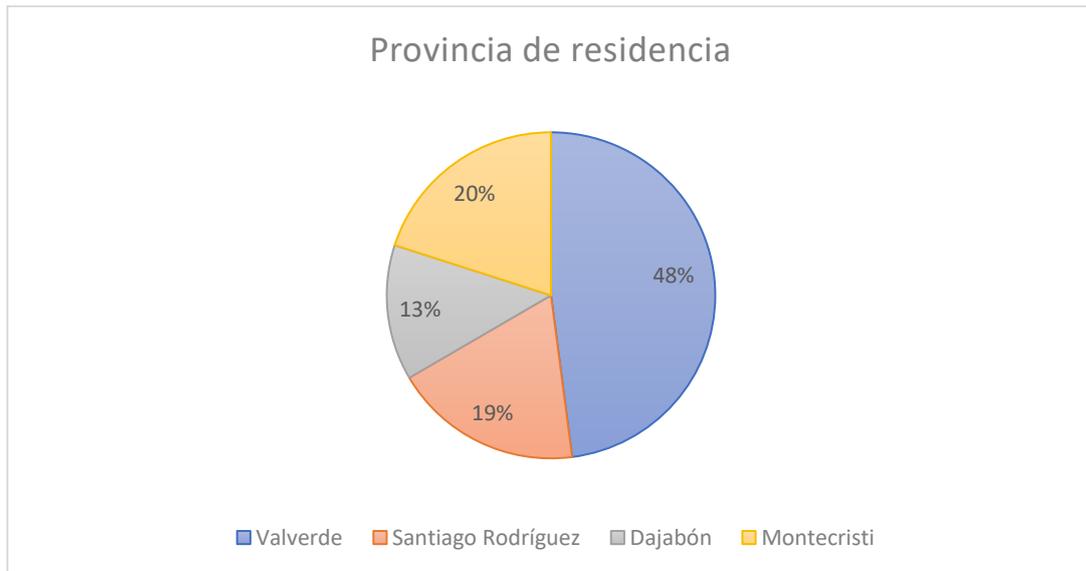
Fuente: elaboración propia.

Ilustración 23. Género



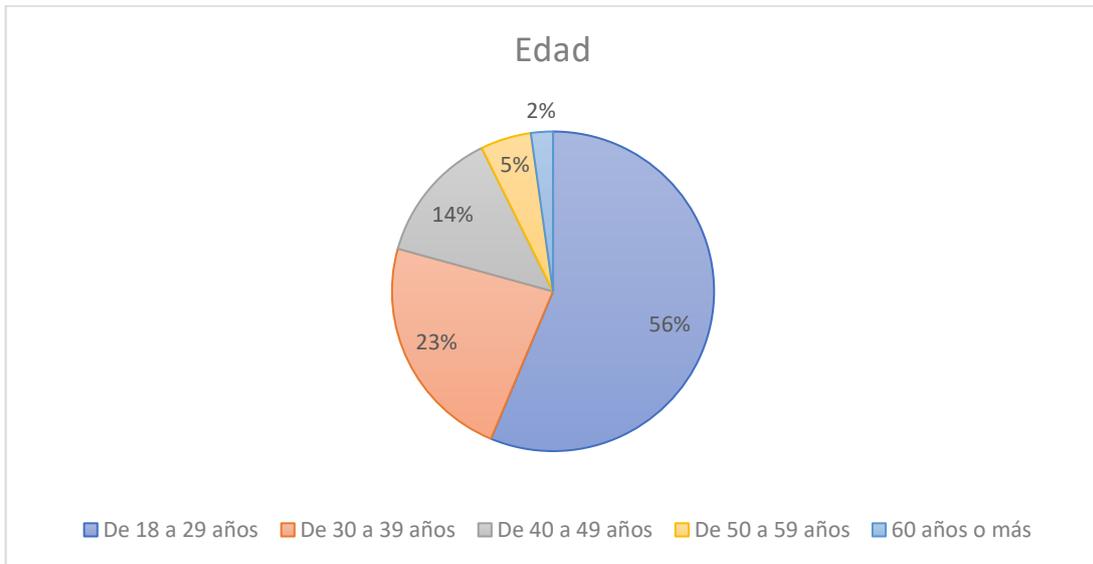
Fuente: elaboración propia

Ilustración 24. Provincia de residencia



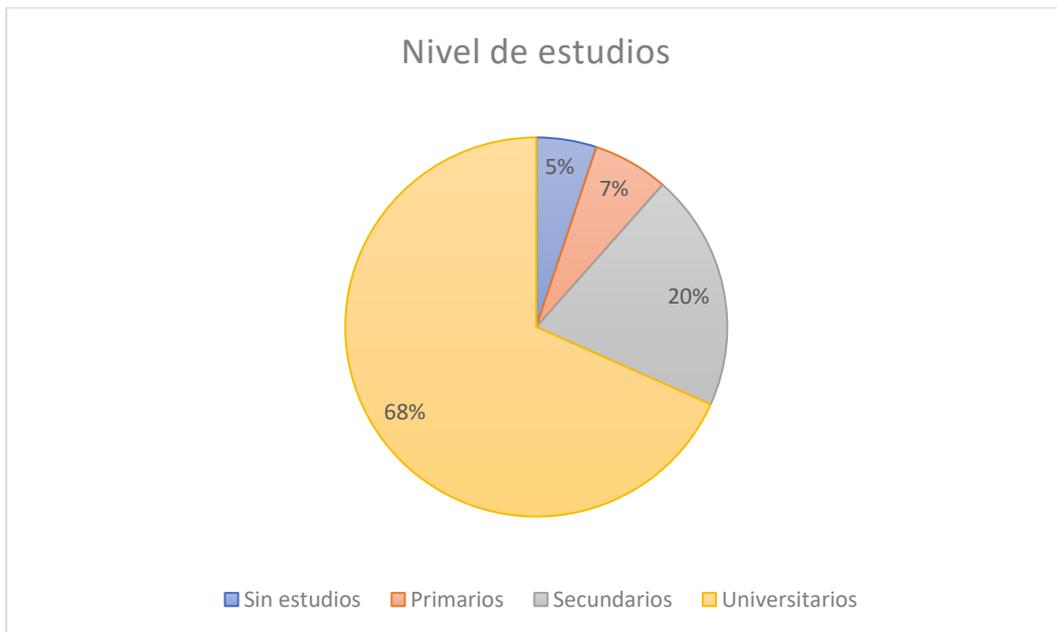
Fuente: elaboración propia

Ilustración 25. Edad



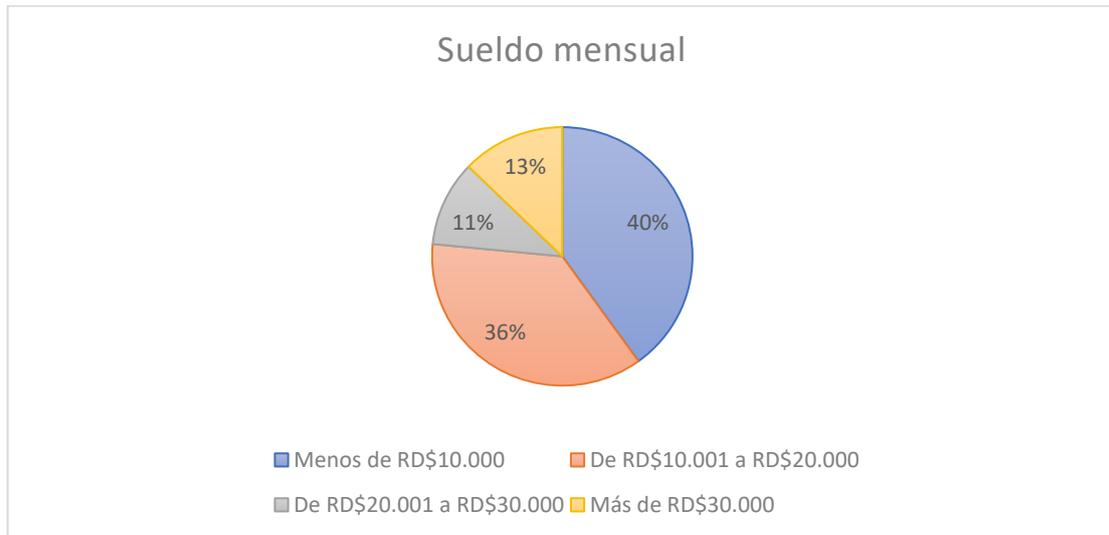
Fuente: elaboración propia

Ilustración 26. Nivel de estudios



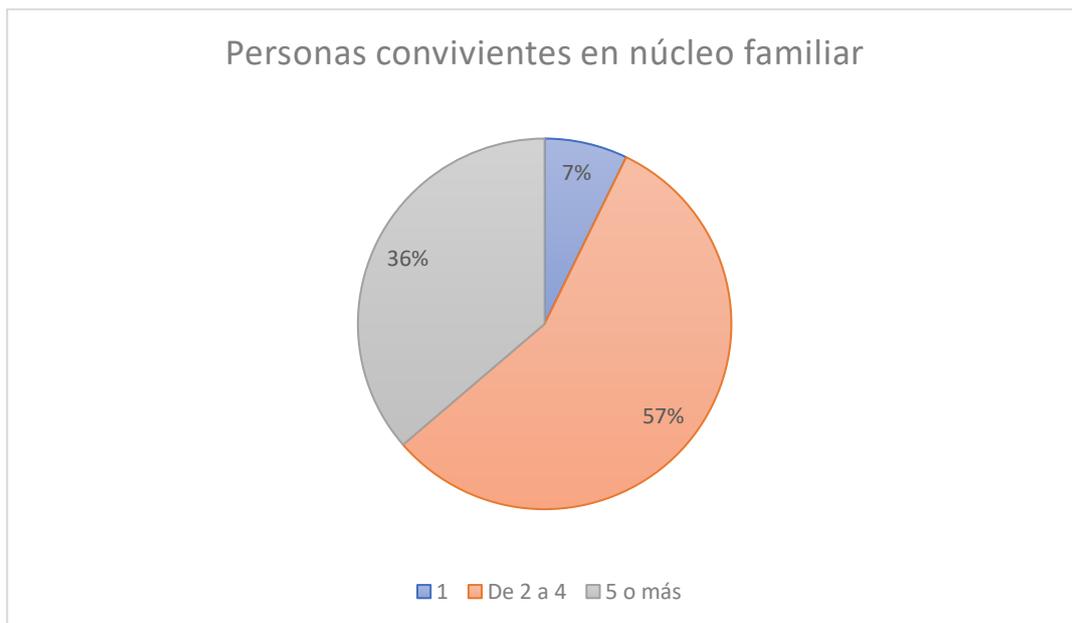
Fuente: elaboración propia

Ilustración 27. Sueldo mensual



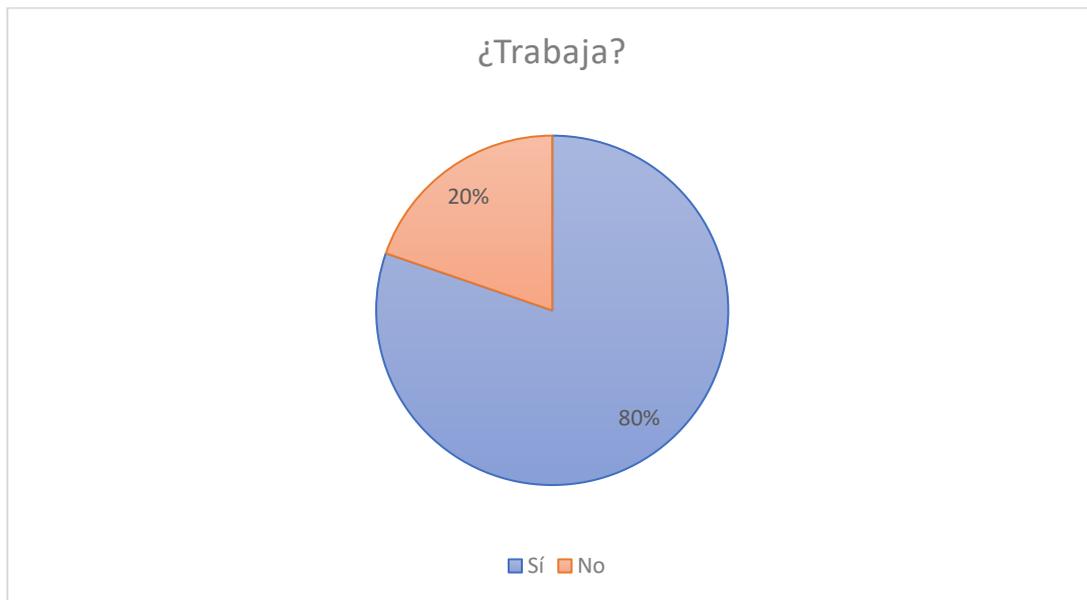
Fuente: elaboración propia

Ilustración 28. Personas convivientes en el núcleo familiar



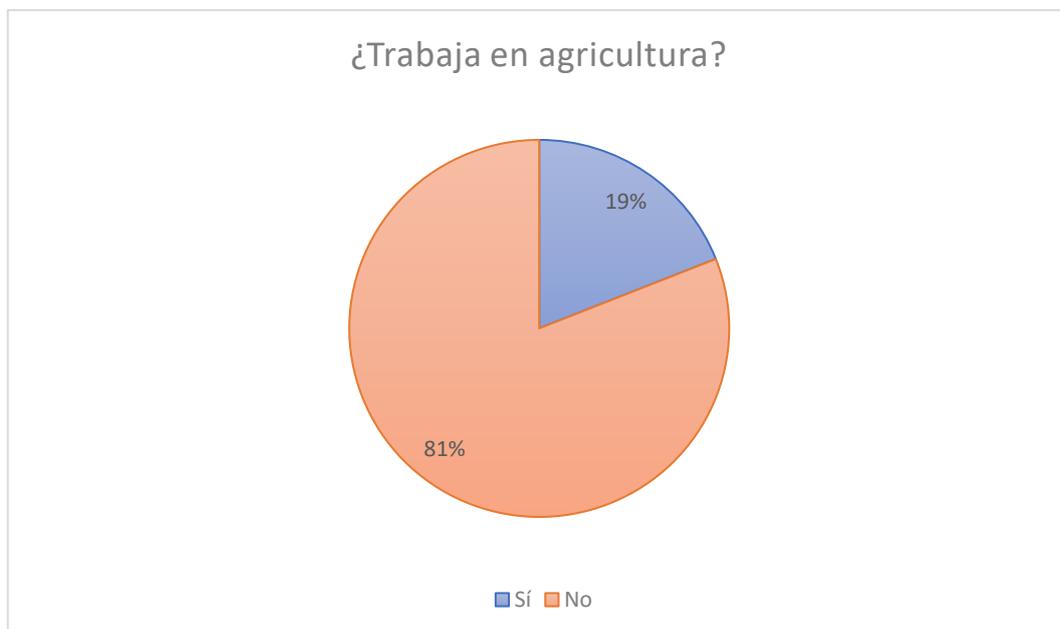
Fuente: elaboración propia

Ilustración 29. ¿Trabaja?



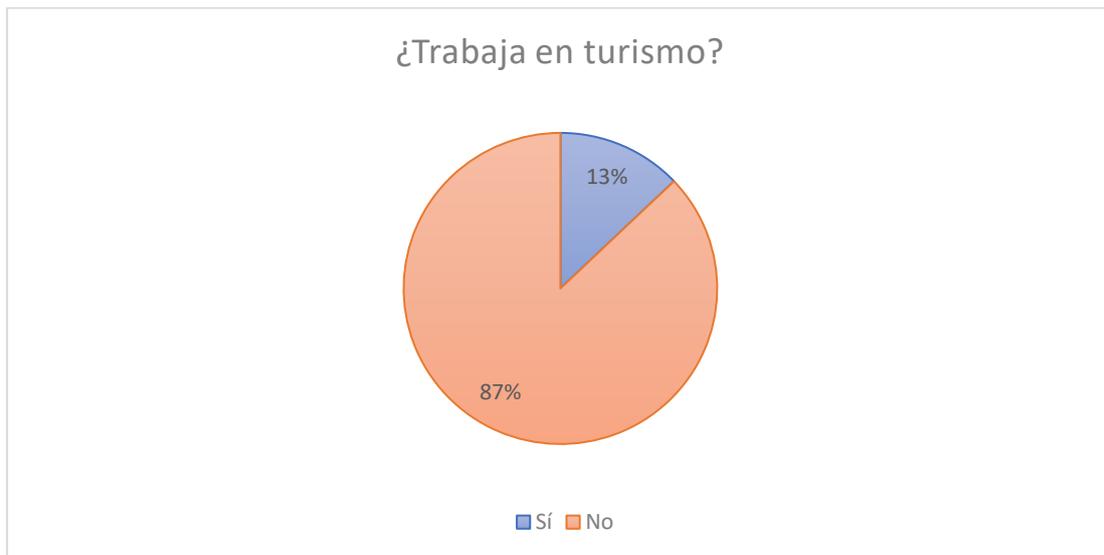
Fuente: elaboración propia

Ilustración 30. ¿Trabaja en agricultura?



Fuente: elaboración propia

Ilustración 31. ¿Trabaja en turismo?



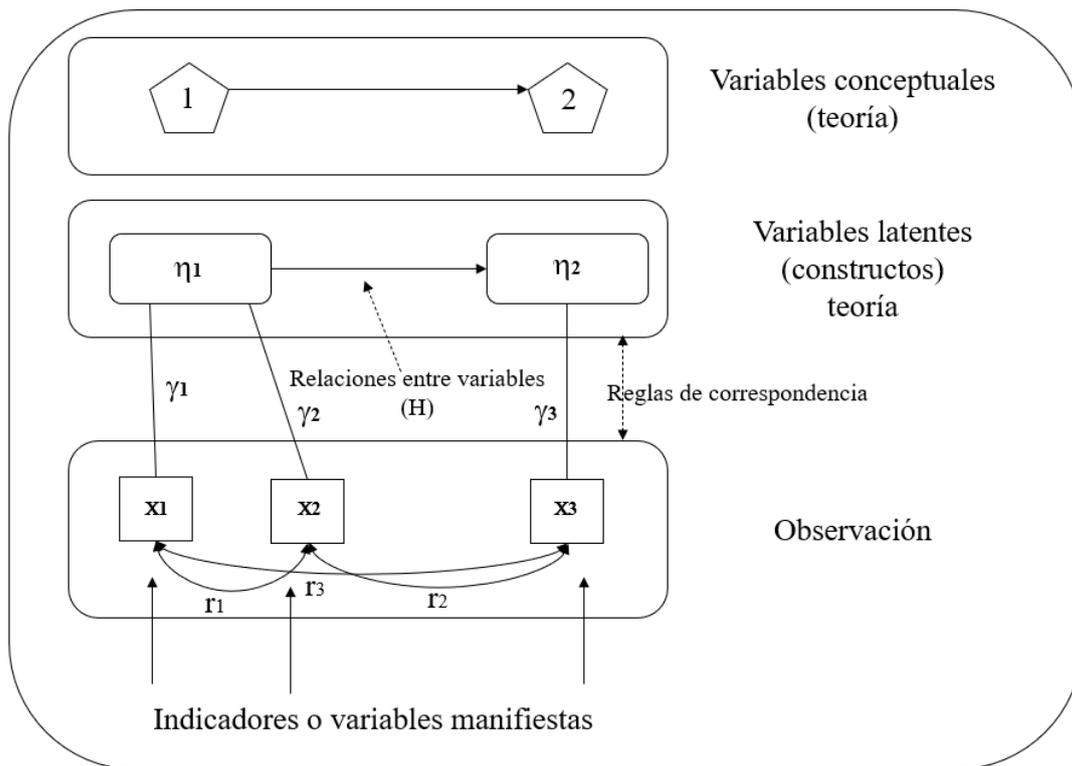
Fuente: elaboración propia

6.2. EL MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS PARCIALES (MCP). BREVE INTRODUCCIÓN A LOS MODELOS DE ECUACIONES ESTRUCTURALES

Los modelos de ecuaciones estructurales (en adelante, SEM) han experimentado un notable crecimiento durante las últimas tres décadas en lo que a análisis multivariante se refiere. En este sentido, y siguiendo a Williams, Vandenberg y Edwards (2009), los SEM combinan el empleo de variables latentes o variables no observables que representan conceptos teóricos y datos provenientes de medidas que son empleados en el análisis estadístico (estos últimos denominados como indicadores o variables manifiestas).

Desde un punto de vista gráfico, la conceptualización SEM puede verse a través de la siguiente ilustración.

Ilustración 32. Conceptualización SEM



Fuente: elaboración propia según Roldán y Cepeda (2004)

A su vez, los SEM llevan a cabo un análisis del modelo de medida donde se analizan y valoran las relaciones existentes entre los constructos/compuestos y sus correspondientes indicadores o variables manifiestas y, un análisis y validez del modelo estructural, aquel que relaciona los diferentes constructos/compuestos basadas en un sustento teórico previo (Gefen *et al.*, 2000).

El análisis SEM puede llevarse a cabo a través de dos técnicas estadísticas diferentes en función de la perspectiva empleada (Barroso, Cepeda y Roldán, 2010): El primero de ellos, basado en el análisis de las covarianzas (CBSEM) donde se emplean factores y, en segundo lugar, un análisis basado en la varianza donde se emplean compuestos o constructos. Aquí se incluyen los Mínimos Cuadrados Parciales (En adelante, PLS, por sus siglas en inglés, Partial Least Squares). En este sentido, para la presente investigación, se empleará el segundo de los enfoques, empleándose el programa SmartPLS 3.2.8. Para ello, el programa empleado estimará los parámetros del modelo a través de la maximización de la varianza explicada de todas las variables dependientes, ya sean latentes u observadas (Chin, 1998).

La metodología basada en PLS puede emplearse con diferentes propósitos, cada uno de ellos, en función del objetivo que quiera alcanzar. En la siguiente tabla se exponen los tipos de investigación a abordar y el objetivo (Henseler, 2018).

Tabla 12. Propósitos y objetivos de PLS

Objetivo	Tipo de investigación
Comprensión de las relaciones causales entre las variables	Investigación confirmatoria
Focalizarse en las cantidades que describen una determinada población	Investigación descriptiva
Explicar un fenómeno específico tratado como una variable dependiente	Investigación explicativa
Identificación de potenciales relaciones entre variables	Investigación exploratoria
Generación de predicciones precisas de nuevas observaciones	Investigación predictiva

Fuente: elaboración propia

Finalmente, el empleo de PLS resulta de especial interés en el campo de las ciencias sociales puesto que, entre otras ventajas, PLS no impone suposición alguna de distribución de normalidad para los diferentes indicadores (Chin, 2010). Además, PLS puede estimar modelos estructurales con tamaños muestrales pequeños (Reinartz *et al.*, 2009), a diferencia de los CBSEM. Finalmente, PLS puede estimar modelos con medidas estimadas en Modo A (reflectivas) o Modo B (formativos) sin problemas de identificación alguno (Chin, 2010).

6.3. VALORACIÓN DEL MODELO

Dado que el presente estudio aborda una investigación explicativa (Henseler, 2018), el foco de atención se centrará en la inferencia estadística de las relaciones estructurales (contraste de hipótesis), el coeficiente de determinación de las variables dependientes (R^2) y en el tamaño de efecto (f^2).

Partiendo de un análisis del modelo de medida donde se analizará la fiabilidad y validez a nivel individual o de ítem y a nivel de compuesto, posteriormente se llevará a cabo el análisis de valoración del modelo estructural donde se expondrán las medidas mencionadas líneas atrás, así como el análisis de multicolinealidad entre compuestos y la capacidad predictiva del modelo estructural a través del test de Stone-Geisser (Q^2) para los constructos y a través de $Q^2_{predict}$ para los indicadores de cada uno de los constructos.

6.3.1. Valoración del modelo de medida

Para abordar la valoración del modelo de medida, este análisis se llevará a cabo a un doble nivel: a nivel individual y a nivel de compuesto. A nivel individual el análisis se subdividirá en análisis de los compuestos Modo A y los compuestos Modo B. En este sentido, el análisis de fiabilidad y validez individual de los compuestos Modo A se centrará en el análisis de los indicadores a través de las cargas factoriales (λ) y la comunalidad (λ^2), mientras que para los compuestos Modo B el análisis se centrará en la valoración de la relevancia y significación de los pesos y la multicolinealidad asociada a cada uno de ellos.

Por otro lado, el análisis de fiabilidad y validez del compuesto se basa en la consistencia interna, medida a través de la fiabilidad compuesta de Dillon-Goldstein (ρ_c) y de Dijkstra-Henseler (ρ_A), así como la validez discriminante a través de la Varianza Extraída Media (AVE) y la validez discriminante a través del criterio de Fornell-Larcker, las cargas cruzadas y la ratio Heterotrait-Monotrait.

6.3.1.1. Análisis de fiabilidad y validez individual

La fiabilidad individual de los ítems o indicadores de los diferentes compuestos Modo A son medidos a través de las cargas factoriales, indicando estas la correlación existente entre los indicadores y su constructo, debiendo ser cargas factoriales iguales o superiores a 0,707 (Ali *et al.*, 2018), si bien, en etapas iniciales de escalas no se debe de ser tan estricto (Barclay *et al.*, 1995) aceptándose cargas situadas en torno a 0,6, no debiéndose de aceptar en ningún caso indicadores cuya carga factorial sea inferior a 0,4 (Hair *et al.*, 2014). En la presente investigación se ha optado por la visión más laxa, apoyado en autores como Hair *et al.* (2011) el cual indicaba que indicadores débiles se

retienen ya que contribuyen a la validez del contenido. En cualquier caso, ningún indicador con una carga inferior a 0,4 fue mantenido en el modelo, eliminándose todos ellos (CC4 fue el único que presentó valores de carga factorial inferior a 0,4 y fue depurado).

En cuanto a la comunalidad del indicador, representa cuánto de la variación de un indicador es explicada por el constructo. En este sentido, la comunalidad ha de presentar comunalidades iguales o superiores a 0,5, lo que implicaría que la varianza compartida entre el indicador y el constructo es mayor que la varianza debida al error. En la siguiente tabla se muestran los resultados derivados del análisis de las cargas factoriales y la comunalidad de los indicadores pertenecientes a los compuestos Modo A.

Tabla 13. Fiabilidad y validez individual del constructo. Compuestos Modo A

Variables observables	Cargas factoriales	Comunalidad
Apego a la comunidad (ApegoCom)		
<i>ApegoCom1</i> – Siento que esta región es parte de mi	0,731	0,53
<i>ApegoCom2</i> – Esta región es muy especial para mi	0,788	0,62
<i>ApegoCom3</i> – Me identifico fuertemente con esta región	0,850	0,72
<i>ApegoCom4</i> – Me siento muy conectado con esta región y con las personas que viven aquí	0,739	0,55
<i>ApegoCom5</i> – Esta región significa mucho para mí	0,748	0,56
<i>ApegoCom6</i> – No cambiaría vivir en esta región por otro lugar	0,600	0,36
<i>ApegoCom8</i> – Extraño esta región cuando no estoy aquí	0,652	0,43
<i>ApegoCom9</i> – Tengo sentimientos positivos hacia esta región	0,714	0,51
<i>ApegoCom10</i> – Tengo un sentido de pertenencia por esta región	0,617	0,38
<i>ApegoCom11</i> – Tengo un apego emocional a esta región, que es muy especial para mi	0,661	0,44
Apoyo al desarrollo del turismo (ApoyoTmo)		
<i>ApoyoTmo6</i> – Me gustaría visitar lugares turísticos en mi región	0,700	0,49
<i>ApoyoTmo7</i> – Recomendando los atractivos turísticos que existen en mi región a otras personas	0,677	0,46
<i>ApoyoTmo9</i> – Creo que el turismo debe fomentarse más en mi región	0,720	0,52
<i>ApoyoTmo10</i> – Apoyo el desarrollo del turismo	0,763	0,58

<i>ApoyoTmo11</i> – Me gustaría que el turismo se convirtiera en parte importante para mi región	0,755	0,57
<i>ApoyoTmo12</i> – El gobierno local debe fomentar más el desarrollo del turismo en la región	0,698	0,49
Conocimiento y conciencia (CC)		
<i>CC1</i> – El turismo debe integrar la conservación de las zonas naturales	0,717	0,51
<i>CC2</i> – Los beneficios económicos del turismo son tan importantes como proteger la naturaleza	0,700	0,49
<i>CC3</i> – Las áreas protegidas, zonas naturales y animales necesitan más protección	0,762	0,58
Conocimiento del turismo (CTmo)		
<i>Ctmo1</i> – Conozco como el turismo desarrolla mi región	0,681	0,46
<i>Ctmo2</i> – Conozco sobre los turistas que visitan mi región	0,763	0,58
<i>Ctmo3</i> – Conozco los posibles impactos del turismo	0,779	0,61
<i>Ctmo4</i> – Entiendo el rol del Gobierno Local en el desarrollo del turismo	0,833	0,69
<i>Ctmo5</i> – Conozco las diferentes políticas turísticas del Gobierno Local	0,842	0,71
Confianza en las políticas turísticas (CPTas)		
<i>CPTas1</i> – Confío en las decisiones turísticas tomadas por el Gobierno Local	0,917	0,84
<i>CPTas2</i> – Confío en el Gobierno Local	0,931	0,87
<i>CPTas3</i> – El Gobierno Local está haciendo buen trabajo para el turismo de la región	0,907	0,82
Oportunidades (OP)		
<i>OP1</i> – Las autoridades locales turísticas están en contacto con los residentes de la región	0,762	0,58
<i>OP2</i> – Las autoridades turísticas consultan o informan a los residentes las nuevas decisiones	0,825	0,68
<i>OP3</i> – Los intereses de los residentes se incorporan a los planes de gestión turísticos de la región	0,816	0,67
<i>OP4</i> – La población local participa en la planificación turística	0,776	0,60
Participación de la comunidad (PartCom)		
<i>PartCom1</i> – La participación de los residentes en el turismo mejoraría la conservación de la región	0,758	0,57

<i>PartCom2</i> – La participación de los residentes en el turismo mejoraría la experiencia de los turistas	0,831	0,69
	0,774	0,60
<i>PartCom3</i> - Los residentes pueden conservar mejor que los extranjeros los recursos turísticos		
<i>PartCom4</i> – Los residentes de esta región están involucrados en el turismo	0,510	0,26
Satisfacción con el destino (SatDest)		
<i>SatDest1</i> - Estoy satisfecho con mi vida en esta región	0,781	0,61
<i>SatDest2</i> - En esta región puedo satisfacer mis necesidades	0,833	0,69
<i>SatDest3</i> - Los productos y servicios que me ofrece esta región me satisfacen	0,821	0,67
<i>SatDest4</i> - Vivir en esta región suele ser una experiencia muy satisfactoria	0,779	0,61
Satisfacción con la calidad de vida en el destino (SQL)		
<i>SQL1</i> - Estoy satisfecho con mi calidad de vida	0,879	0,77
<i>SQL2</i> - Estoy satisfecho con mi forma de vida	0,903	0,82
<i>SQL3</i> - Me siento satisfecho de cómo vivo en esta región	0,875	0,77

Fuente: elaboración propia

El análisis de los indicadores de los compuestos Modo B se ha basado en la valoración de los pesos de los indicadores y su significación. En este sentido, los pesos no significativos con cargas externas inferiores a 0,5 no significativos fueron eliminados del modelo (Hair, Hult, Ringle y Sarstedt, 2014). En cuanto a la multicolinealidad, existente cuando hay intercorrelaciones lineales entre dos o más indicadores formativos o Modo B, ha sido testada a través de la prueba del factor de inflación de la varianza (VIF) (Diamantopoulos y Sigauw, 2006), existiendo multicolinealidad cuando el valor del VIF es superior a 3,3 (Roberts y Thatcher, 2009). En las dos tablas siguientes se muestra la situación inicial y final de los compuestos Modo B tras la depuración de los pesos de los indicadores no significativos.

Tabla 14. Fiabilidad y validez individual del constructo. Situación inicial de los compuestos Modo B

VARIABLES OBSERVABLES	Pesos (p.value)	Cargas (p.value)	V.I.F.
Actitud medioambiental (AA)			
<i>AA1</i> – La diversidad del patrimonio debe ser valorada y protegida	0,434 (0,000)	0,848 (0,000)	1,612
<i>AA2</i> – El entorno de la región debe protegerse ahora y en el futuro	0,633 (0,000)	0,918 (0,000)	1,583
<i>AA3</i> – El desarrollo de la infraestructura ayuda a conservar el patrimonio natural de la región	0,155 (0,000)	0,331 (0,001)	1,041
Actitud hacia el turismo (ATmo)			
<i>Atmo1</i> – El agroturismo generaría beneficios positivos para mi región	0,187 (0,000)	0,561 (0,000)	1,352
<i>Atmo2</i> – El agroturismo sería una buena actividad para mi región	0,284 (0,000)	0,765 (0,000)	1,666
<i>Atmo3</i> – Me gustaría que el sector agroturismo desempeñe un papel importante en mi región	0,458 (0,000)	0,881 (0,000)	1,878
<i>Atmo4</i> – El agroturismo debe ser fomentado activamente en mi región	0,341 (0,000)	0,805 (0,000)	1,781
Actitud hacia los turistas (Atas)			
<i>Atas1</i> – La interacción con los agroturistas que visitarían mi región sería agradable	0,576 (0,000)	0,896 (0,000)	1,575
<i>Atas2</i> – La interacción con los agroturistas que visitarían mi región sería placentera	0,207 (0,031)	0,735 (0,000)	1,612
<i>Atas3</i> – Interactuar con los agroturistas que visitarían mi región sería divertido	0,258 (0,005)	0,690 (0,000)	1,414
<i>Atas4</i> – La interacción con los agroturistas que visitan mi región sería positiva	0,227 (0,010)	0,676 (0,000)	1,397
Percepciones positivas (PP)			
<i>PP1</i> – El desarrollo del turismo crea más empleos para mi región	0,124 (0,094)	0,520 (0,000)	1,757
<i>PP2</i> – El desarrollo del turismo atrae más inversión a mi región	0,136 (0,109)	0,620 (0,000)	2,021
<i>PP3</i> – Nuestro nivel de vida aumenta con el desarrollo del turismo	0,161 (0,004)	0,562 (0,000)	1,400
<i>PP4</i> – El desarrollo del turismo mejora la infraestructura y servicios públicos (carreteras, etc.)	0,108 (0,132)	0,581 (0,000)	1,559

<i>PP5</i> – El desarrollo del turismo ayuda a preservar el medioambiente y la naturaleza	-0,022 (0,690)	0,328 (0,000)	1,235
<i>PP6</i> – El desarrollo del turismo ayuda a preservar los edificios históricos	0,138 (0,047)	0,563 (0,000)	1,533
<i>PP7</i> – El desarrollo del turismo mejora la apariencia de la región	0,165 (0,026)	0,688 (0,000)	1,687
<i>PP8</i> – El desarrollo del turismo mejora la identidad cultural de la región	0,128 (0,099)	0,645 (0,000)	1,665
<i>PP9</i> – El desarrollo del turismo promueve el intercambio cultural entre residentes y turistas	0,170 (0,020)	0,674 (0,000)	1,590
<i>PP10</i> – El desarrollo del turismo mejora las oportunidades de ocio y recreación en la región	0,184 (0,004)	0,621 (0,000)	1,453
<i>PP11</i> – El turismo contribuye a mejora la reputación de mi región en el extranjero	0,286 (0,000)	0,710 (0,000)	1,497
Percepciones negativas (PN)			
<i>PN1</i> – El turismo aumenta los impuestos en mi región	0,355 (0,075)	0,632 (0,027)	1,348
<i>PN2</i> – El turismo aumenta el coste de vida en mi región (precios más altos de los productos, etc.)	0,525 (0,058)	0,685 (0,027)	1,443
<i>PN3</i> – El turismo contribuye a generar negocios que atentan contra los valores (prostitución, etc.)	0,223 (0,161)	0,265 (0,063)	1,381
<i>PN4</i> – El turismo perjudica el patrimonio cultural de mi región	-0,326 (0,133)	-0,267 (0,181)	1,696
<i>PN5</i> – El turismo conduce al colapso de los servicios públicos ofrecidos en mi región	-0,165 (0,331)	-0,248 (0,199)	1,873
<i>PN6</i> – El turismo aumenta el robo y el vandalismo en mi región	-0,095 (0,527)	-0,183 (0,267)	1,942
<i>PN7</i> – El turismo causa daños al medioambiente de mi región	-0,000 (0,998)	-0,149 (0,332)	2,309
<i>PN8</i> – El turismo aumenta los niveles de contaminación de mi región	-0,398 (0,150)	-0,188 (0,281)	2,073
<i>PN9</i> – El turismo genera problemas de tráfico y parqueo en mi región	0,558 (0,055)	0,244 (0,084)	1,538

Fuente: elaboración propia

Tabla 15. Fiabilidad y validez individual del constructo. Situación final de los compuestos
Modo B

Variables observables	Pesos (p.value)	Cargas (p.value)	V.I.F.
Actitud medioambiental (AA)			
AA1 – La diversidad del patrimonio debe ser valorada y protegida	0,460 (0,000)	0,855 (0,000)	1,612
AA2 – El entorno de la región debe protegerse ahora y en el futuro	0,575 (0,000)	0,888 (0,000)	1,583
AA3 – El desarrollo de la infraestructura ayuda a conservar el patrimonio natural de la región	0,237 (0,008)	0,410 (0,000)	1,041
Actitud hacia el turismo (ATmo)			
Atmo1 – El agroturismo generaría beneficios positivos para mi región	0,186 (0,023)	0,559 (0,000)	1,352
Atmo2 – El agroturismo sería una buena actividad para mi región	0,274 (0,007)	0,759 (0,000)	1,666
Atmo3 – Me gustaría que el sector agroturismo desempeñe un papel importante en mi región	0,469 (0,000)	0,886 (0,000)	1,878
Atmo4 – El agroturismo debe ser fomentado activamente en mi región	0,338 (0,001)	0,804 (0,000)	1,781
Actitud hacia los turistas (Atas)			
Atas1 – La interacción con los agroturistas que visitarían mi región sería agradable	0,580 (0,000)	0,896 (0,000)	1,575
Atas2 – La interacción con los agroturistas que visitarían mi región sería placentera	0,182 (0,059)	0,721 (0,000)	1,612
Atas3 – Interactuar con los agroturistas que visitarían mi región sería divertido	0,250 (0,007)	0,684 (0,000)	1,414
Atas4 – La interacción con los agroturistas que visitan mi región sería positiva	0,256 (0,003)	0,694 (0,000)	1,397
Percepciones positivas (PP)			
PP1 – El desarrollo del turismo crea más empleos para mi región	0,122 (0,095)	0,520 (0,000)	1,757
PP2 – El desarrollo del turismo atrae más inversión a mi región	0,139 (0,099)	0,622 (0,000)	2,021
PP3 – Nuestro nivel de vida aumenta con el desarrollo del turismo	0,167 (0,003)	0,567 (0,000)	1,400
	0,103 (0,145)	0,580 (0,000)	1,559

<i>PP4</i> – El desarrollo del turismo mejora la infraestructura y servicios públicos (carreteras, etc.)	-0,016 (0,771)	0,333 (0,000)	1,235
<i>PP5</i> – El desarrollo del turismo ayuda a preservar el medioambiente y la naturaleza	0,139 (0,045)	0,566 (0,000)	1,533
<i>PP6</i> – El desarrollo del turismo ayuda a preservar los edificios históricos	0,164 (0,027)	0,688 (0,000)	1,687
<i>PP7</i> – El desarrollo del turismo mejora la apariencia de la región	0,131 (0,094)	0,647 (0,000)	1,665
<i>PP8</i> – El desarrollo del turismo mejora la identidad cultural de la región	0,171 (0,020)	0,674 (0,000)	1,590
<i>PP9</i> – El desarrollo del turismo promueve el intercambio cultural entre residentes y turistas	0,181 (0,004)	0,619 (0,000)	1,453
<i>PP10</i> – El desarrollo del turismo mejora las oportunidades de ocio y recreación en la región	0,280 (0,000)	0,706 (0,000)	1,497
<i>PP11</i> – El turismo contribuye a mejora la reputación de mi región en el extranjero			
Percepciones negativas (PN)			
<i>PN1</i> – El turismo aumenta los impuestos en mi región	0,541 (0,003)	0,841 (0,000)	1,348
<i>PN2</i> – El turismo aumenta el coste de vida en mi región (precios más altos de los productos, etc....	0,619 (0,000)	0,881 (0,000)	1,443

Fuente: elaboración propia

Tal y como se deriva la tabla anterior, y siguiendo lo indicado por Hair *et al.* (2014), los ítems PN3, PN4, PN5, PN6, PN7, PN8 y PN9 han sido eliminados, pues sus pesos son no significativos y las cargas externas asociadas, además de ser inferiores a 0,5, son también no significativas. De igual manera, los VIF obtenidos ponen de manifiesto que no existen problemas de multicolinealidad asociados a ningún indicador Modo B del modelo.

6.3.1.2 Análisis de fiabilidad y validez de compuesto

El análisis de fiabilidad y validez de los compuestos es testado a través de la fiabilidad del constructo o consistencia interna, la validez convergente y la validez discriminante. En este sentido, a través de la fiabilidad compuesta se evalúa la rigurosidad con la que los diferentes indicadores están midiendo el mismo constructo (Werts *et al.*,

1974). Los tests de fiabilidad compuesta de Dillon-Goldstein (ρ_c) y de Dijkstra-Henseler (ρ_A) medirán la existencia o no de fiabilidad compuesta, si bien, autores como Dijkstra y Henseler (2015) señalan que la prueba que mejor mide la existencia de consistencia interna es la ρ_A de Dijkstra-Henseler. Para la existencia de consistencia interna, ambas medidas han de presentar valores iguales o superiores a 0,7 (Henseler, 2016). En la siguiente tabla se muestra la consistencia interna para cada uno de los Compuestos Modo A. Puede observarse como todos y cada uno de los compuestos se encuentran por encima del valor de referencia mínimo exigible, existiendo por lo tanto consistencia interna de los diferentes compuestos que conforman el modelo.

Tabla 16. Consistencia interna de los Compuestos

Compuesto	ρ_c (Dillon-Goldstein)	ρ_A (Dijkstra-Henseler)
Actitud hacia el turismo (ATmo)	1,000	n/a
Actitud hacia los turistas (Atas)	1,000	n/a
Actitud medioambiental (AA)	1,000	n/a
Apego a la comunidad (ApegoCom)	0,902	0,911
Apoyo al desarrollo del turismo (ApoyoTmo)	0,813	0,865
Confianza en políticas turísticas (CPTas)	0,909	0,942
Conocimiento del turismo (CTmo)	0,885	0,886
Conocimiento y conciencia (CC)	0,723	0,770
Oportunidades (OP)	0,808	0,873
Participación de la comunidad (PartCom)	0,736	0,815
Percepciones negativas (PN)	1,000	n/a
Percepciones positivas (PP)	1,000	n/a
Satisfacción con la calidad de vida en el destino (SQL)	0,863	0,916
Satisfacción con el destino (SatDest)	0,820	0,880

n/a: No aplicable.

Fuente: elaboración propia

La validez convergente indica que un conjunto de indicadores representa un único constructo subyacente (Henseler, 2009). Valores iguales o superiores a 0,5 de Varianza

Extraída Media (AVE) implicaría la existencia de validez convergente (Fornell y Larcker, 1981). En la siguiente tabla se muestran los resultados de validez convergente del modelo, donde puede observarse la existencia de validez convergente, implicando esto que cada uno de los constructos explica al menos el 50% de la varianza de sus indicadores asignados.

Tabla 17. Validez convergente. Varianza Extraída Media

Compuesto	A.V.E
Actitud hacia el turismo (ATmo)	n/a
Actitud hacia los turistas (Atas)	n/a
Actitud medioambiental (AA)	n/a
Apego a la comunidad (ApegoCom)	0,509
Apoyo al desarrollo del turismo (ApoyoTmo)	0,518
Confianza en políticas turísticas (Cptas)	0,843
Conocimiento del turismo (Ctmo)	0,611
Conocimiento y conciencia (CC)	0,528
Oportunidades (OP)	0,632
Participación de la comunidad (PartCom)	0,531
Percepciones negativas (PN)	n/a
Percepciones positivas (PP)	n/a
Satisfacción con la calidad de vida en el destino (SQL)	0,785
Satisfacción con el destino (SatDest)	0,646

n/a: No aplicable.

Fuente: elaboración propia

Con respecto a la validez discriminante, hace referencia a la medida en que un compuesto dado es diferente al resto de compuestos que conforman el modelo. Cabe destacar la existencia de diferentes métodos para alorar la existencia de validez discriminante en el modelo: Criterio de Fornell-Larcker, cargas cruzadas y Ratio Heterotrait-Monotrait.

Para la existencia de validez discriminante a través del criterio de Fornell-Larcker, la raíz cuadrada de la Varianza Extraída Media (AVE) de cada constructo ha de ser mayor que las correlaciones de esta con el resto de los constructos que conforman el modelo. En

la siguiente tabla se muestra la validez discriminante del modelo, donde puede observarse que se cumplen los parámetros para poder establecer la existencia de dicha validez.

Tabla 18. Validez discriminante. Criterio de Fornell-Larcker

	ATmo	Atas	AA	ApegoCom	ApoyoTmo	CPTas	CTmo	CC	OP	PartCom	PN	PP	SQL	SatDest
ATmo														
Atas	0,630													
AA	0,391	0,355												
ApegoCom	0,389	0,378	0,366	0,714										
ApoyoTmo	0,468	0,447	0,437	0,577	0,719									
CPTas	0,044	0,092	0,081	0,185	0,138	0,918								
CTmo	0,076	0,162	0,134	0,263	0,189	0,673	0,782							
CC	0,417	0,395	0,387	0,406	0,447	0,081	0,061	0,727						
OP	0,074	0,181	0,081	0,173	0,123	0,529	0,548	0,054	0,795					
PartCom	0,375	0,395	0,271	0,503	0,479	0,290	0,325	0,375	0,251	0,729				
PN	0,192	0,195	0,224	0,162	0,256	0,089	0,124	0,192	0,060	0,212				
PP	0,514	0,522	0,521	0,481	0,537	0,112	0,163	0,516	0,138	0,474	0,353			
SQL	0,132	0,196	0,181	0,414	0,227	0,348	0,301	0,198	0,349	0,403	0,060	0,207	0,886	
SatDest	0,277	0,358	0,199	0,499	0,348	0,293	0,352	0,242	0,379	0,502	0,092	0,357	0,621	0,804

Notas: ATmo: Actitud hacia el turismo; Atas: Actitud hacia los turistas; AA: Actitud medioambiental; ApegoCom: Apego a la comunidad; ApoyoTmo: Apoyo al desarrollo del turismo; CPTas: Confianza en políticas turísticas; CTmo: Conocimiento del turismo; CC: Conocimiento y conciencia; OP: Oportunidades; PartCom: Participación de la comunidad; PN: Percepciones negativas; PP: Percepciones positivas; SQL: Satisfacción con la calidad de vida en el destino; SatDest: Satisfacción con el destino. Fuente: elaboración propia.

El método de cargas cruzadas establece que para la existencia de validez discriminante, ningún indicador debe cargar más fuerte sobre otro constructo que no sea el propio (Barclay *et al.*, 1995). En el modelo, esta situación es satisfecha, confirmándose la existencia de validez discriminante. En la siguiente tabla se muestran los resultados de las cargas cruzadas.

Tabla 19. Validez discriminante. Cargas Cruzadas

	ATmo	Atas	AA	ApegoCom	ApoyoTmo	CPTas	CTmo	CC	OP	PartCom	PN	PP	SQL	SatDest
AA1	0,336	0,298	0,855	0,338	0,342	0,055	0,127	0,298	0,056	0,271	0,205	0,439	0,156	0,171
AA2	0,373	0,317	0,888	0,326	0,427	-0,004	0,057	0,385	-0,007	0,201	0,183	0,469	0,103	0,120
AA3	0,092	0,151	0,410	0,100	0,145	0,246	0,181	0,120	0,250	0,130	0,103	0,208	0,212	0,217
ATmo1	0,559	0,299	0,185	0,227	0,260	0,012	0,018	0,243	0,030	0,228	0,091	0,290	0,060	0,117
ATmo2	0,759	0,432	0,284	0,274	0,353	0,055	0,086	0,277	0,020	0,297	0,144	0,392	0,072	0,178
ATmo3	0,886	0,532	0,372	0,337	0,416	0,048	0,058	0,391	0,072	0,341	0,181	0,454	0,147	0,260
ATmo4	0,804	0,610	0,306	0,336	0,378	0,011	0,063	0,330	0,085	0,268	0,149	0,413	0,097	0,249
Atas1	0,590	0,896	0,295	0,342	0,405	0,048	0,108	0,348	0,106	0,330	0,151	0,465	0,169	0,303
Atas2	0,510	0,721	0,247	0,261	0,296	0,066	0,149	0,272	0,162	0,319	0,207	0,398	0,144	0,296
Atas3	0,390	0,684	0,248	0,276	0,352	0,091	0,133	0,253	0,154	0,291	0,131	0,318	0,125	0,221
Atas4	0,381	0,694	0,300	0,247	0,275	0,113	0,154	0,314	0,203	0,282	0,142	0,393	0,157	0,285
CC1	0,294	0,262	0,242	0,308	0,313	0,085	0,028	0,717	0,047	0,247	0,140	0,345	0,156	0,169
CC2	0,269	0,227	0,297	0,270	0,300	0,103	0,080	0,700	0,108	0,269	0,167	0,413	0,134	0,170
CC3	0,342	0,363	0,300	0,307	0,359	-0,002	0,025	0,762	-0,029	0,298	0,114	0,368	0,143	0,189
CTmo1	0,146	0,221	0,172	0,140	0,140	0,325	0,681	0,086	0,382	0,239	0,090	0,157	0,165	0,278
CTmo2	0,067	0,171	0,114	0,161	0,085	0,424	0,763	0,024	0,414	0,244	0,061	0,079	0,250	0,300
CTmo3	0,094	0,218	0,158	0,284	0,211	0,444	0,779	0,111	0,348	0,329	0,099	0,236	0,249	0,338
CTmo4	0,055	0,082	0,107	0,248	0,208	0,597	0,842	0,076	0,426	0,278	0,123	0,140	0,206	0,236
CTmo5	-0,001	0,045	0,038	0,187	0,104	0,701	0,833	-0,018	0,534	0,213	0,104	0,071	0,287	0,267
OP1	0,064	0,276	0,098	0,155	0,098	0,358	0,449	0,007	0,761	0,219	0,040	0,149	0,279	0,335
OP2	0,024	0,091	0,033	0,144	0,072	0,459	0,442	-0,024	0,825	0,162	0,023	0,059	0,263	0,257
OP3	0,089	0,119	0,062	0,119	0,113	0,459	0,446	0,083	0,816	0,207	0,063	0,124	0,272	0,332
OP4	0,050	0,067	0,053	0,132	0,102	0,413	0,398	0,096	0,776	0,200	0,060	0,092	0,288	0,264
ApegoCom1	0,373	0,248	0,380	0,729	0,468	0,125	0,148	0,351	0,106	0,417	0,180	0,384	0,257	0,298
ApegoCom10	0,216	0,302	0,185	0,619	0,307	0,108	0,224	0,240	0,156	0,408	0,112	0,331	0,317	0,471
ApegoCom11	0,244	0,249	0,188	0,663	0,362	0,139	0,230	0,233	0,075	0,318	0,111	0,315	0,242	0,376
ApegoCom2	0,368	0,324	0,354	0,786	0,480	0,114	0,166	0,330	0,123	0,409	0,142	0,408	0,296	0,298
ApegoCom3	0,336	0,313	0,310	0,848	0,512	0,163	0,203	0,316	0,134	0,408	0,132	0,362	0,323	0,377
ApegoCom4	0,266	0,275	0,287	0,739	0,407	0,174	0,194	0,327	0,146	0,336	0,101	0,359	0,343	0,368

ApegoCom5	0,302	0,338	0,222	0,747	0,461	0,082	0,121	0,372	0,068	0,353	0,106	0,412	0,264	0,331
ApegoCom6	0,122	0,200	0,170	0,602	0,286	0,194	0,285	0,164	0,259	0,276	0,086	0,237	0,344	0,407
ApegoCom7	0,170	0,163	0,202	0,654	0,305	0,185	0,254	0,228	0,170	0,301	0,082	0,261	0,332	0,352
ApegoCom8	0,277	0,248	0,246	0,713	0,444	0,088	0,144	0,265	0,074	0,338	0,083	0,307	0,293	0,374
PartCom1	0,365	0,336	0,235	0,430	0,470	0,186	0,177	0,335	0,107	0,758	0,173	0,336	0,252	0,359
PartCom2	0,312	0,344	0,219	0,417	0,423	0,126	0,190	0,319	0,111	0,831	0,207	0,425	0,283	0,355
PartCom3	0,281	0,300	0,226	0,342	0,297	0,218	0,271	0,275	0,215	0,774	0,144	0,408	0,332	0,417
PartCom4	0,062	0,116	0,069	0,246	0,126	0,427	0,403	0,113	0,422	0,511	0,066	0,162	0,362	0,361
PN1	0,141	0,189	0,171	0,113	0,198	0,085	0,124	0,186	0,058	0,200	0,841	0,335	0,039	0,116
PN2	0,187	0,149	0,213	0,163	0,241	0,069	0,093	0,147	0,047	0,168	0,881	0,277	0,062	0,048
PP1	0,213	0,289	0,319	0,223	0,236	0,034	0,167	0,193	0,045	0,266	0,180	0,520	0,119	0,274
PP10	0,416	0,341	0,244	0,248	0,342	0,078	0,030	0,342	0,086	0,268	0,252	0,619	0,035	0,163
PP11	0,392	0,362	0,325	0,312	0,357	-0,013	0,061	0,367	0,066	0,365	0,318	0,706	0,133	0,268
PP2	0,274	0,302	0,348	0,321	0,304	0,067	0,176	0,231	0,118	0,333	0,229	0,622	0,179	0,330
PP3	0,220	0,286	0,301	0,326	0,283	0,163	0,226	0,246	0,159	0,316	0,174	0,567	0,188	0,271
PP4	0,292	0,303	0,287	0,305	0,343	0,114	0,124	0,330	0,115	0,277	0,210	0,580	0,182	0,179
PP5	0,138	0,140	0,219	0,219	0,232	0,164	0,194	0,201	0,246	0,153	0,129	0,333	0,263	0,200
PP6	0,261	0,291	0,347	0,305	0,341	0,096	0,095	0,323	0,040	0,239	0,181	0,566	0,082	0,134
PP7	0,327	0,366	0,393	0,320	0,416	0,092	0,116	0,368	0,131	0,327	0,246	0,688	0,163	0,225
PP8	0,345	0,336	0,320	0,338	0,375	0,129	0,093	0,399	0,116	0,291	0,184	0,647	0,155	0,209
PP9	0,384	0,356	0,395	0,322	0,355	0,040	0,024	0,390	0,033	0,240	0,154	0,674	0,118	0,177
SatDest1	0,188	0,259	0,170	0,350	0,278	0,192	0,251	0,176	0,295	0,386	0,113	0,287	0,524	0,781
SatDest2	0,194	0,320	0,152	0,402	0,288	0,261	0,279	0,169	0,353	0,356	0,041	0,267	0,495	0,833
SatDest3	0,241	0,250	0,174	0,416	0,239	0,310	0,326	0,230	0,338	0,410	0,059	0,244	0,522	0,821
SatDest4	0,256	0,320	0,142	0,428	0,309	0,183	0,273	0,198	0,241	0,449	0,080	0,341	0,458	0,779
CPTas1	0,026	0,060	0,086	0,186	0,130	0,917	0,653	0,097	0,516	0,269	0,098	0,106	0,309	0,244
CPTas2	0,052	0,104	0,078	0,162	0,143	0,931	0,579	0,062	0,485	0,252	0,106	0,121	0,344	0,279
CPTas3	0,043	0,091	0,058	0,162	0,109	0,907	0,618	0,062	0,453	0,277	0,041	0,082	0,307	0,286
SQL1	0,135	0,178	0,190	0,323	0,201	0,284	0,248	0,174	0,305	0,377	0,075	0,208	0,879	0,544
SQL2	0,106	0,196	0,152	0,360	0,192	0,328	0,287	0,170	0,322	0,332	0,047	0,186	0,903	0,576
SQL3	0,110	0,148	0,140	0,413	0,209	0,313	0,264	0,181	0,300	0,359	0,037	0,158	0,875	0,532

ApoyoTmo10	0,357	0,371	0,336	0,360	0,763	0,078	0,081	0,361	0,032	0,309	0,136	0,386	0,111	0,235
ApoyoTmo11	0,384	0,358	0,262	0,414	0,755	0,104	0,117	0,279	0,087	0,368	0,193	0,401	0,142	0,276
ApoyoTmo12	0,324	0,312	0,333	0,391	0,698	0,063	0,135	0,232	0,062	0,329	0,188	0,363	0,166	0,251
ApoyoTmo6	0,368	0,348	0,344	0,419	0,700	0,072	0,102	0,391	0,089	0,343	0,232	0,408	0,179	0,217
ApoyoTmo7	0,290	0,268	0,330	0,481	0,677	0,203	0,254	0,306	0,228	0,404	0,186	0,383	0,251	0,338
ApoyoTmo9	0,290	0,271	0,280	0,415	0,720	0,066	0,116	0,361	0,015	0,299	0,163	0,372	0,119	0,171

Notas: ATmo: Actitud hacia el turismo; Atas: Actitud hacia los turistas; AA: Actitud medioambiental; ApegoCom: Apego a la comunidad; ApoyoTmo: Apoyo al desarrollo del turismo; CPTas: Confianza en políticas turísticas; CTmo: Conocimiento del turismo; CC: Conocimiento y conciencia; OP: Oportunidades; PartCom: Participación de la comunidad; PN: Percepciones negativas; PP: Percepciones positivas; SQL: Satisfacción con la calidad de vida en el destino; SatDest: Satisfacción con el destino.

Fuente: elaboración propia

Finalmente, la falta de validez discriminante puede detectarse a través de la Ratio Heterotrait-Monotrait (Henseler *et al.*, 2016). Valores de la ratio Heterotrait-Monotrait superiores a 0,85 implicaría inexistencia de validez discriminante (Kline, 2011). En este estudio, no se evidencia falta de validez discriminante, yendo en consonancia con los dos criterios previos. En la siguiente tabla se muestran los resultados obtenidos a través de la ratio Heterotrait-Monotrait.

Tabla 20. Validez discriminante. Ratio Heterotrait-Monotrait

	ApegoCom	ApoyoTmo	CPTas	CTmo	CC	OP	PartCom	SQL	SatDest
ApegoCom									
ApoyoTmo	0,663								
CPTas	0,214	0,158							
CTmo	0,315	0,228	0,723						
CC	0,565	0,664	0,126	0,143					
OP	0,216	0,150	0,620	0,645	0,184				
PartCom	0,625	0,598	0,414	0,472	0,575	0,388			
SQL	0,481	0,268	0,394	0,345	0,287	0,416	0,544		
SatDest	0,597	0,421	0,343	0,433	0,356	0,463	0,675	0,740	

Notas: ATmo: Actitud hacia el turismo; Atas: Actitud hacia los turistas; AA: Actitud medioambiental; ApegoCom: Apego a la comunidad; ApoyoTmo: Apoyo al desarrollo del turismo; CPTas: Confianza en políticas turísticas; CTmo: Conocimiento del turismo; CC: Conocimiento y conciencia; OP: Oportunidades; PartCom: Participación de la comunidad; PN: Percepciones negativas; PP: Percepciones positivas; SQL: Satisfacción con la calidad de vida en el destino; SatDest: Satisfacción con el destino.

Fuente: elaboración propia

A través de las tablas anteriores se pone de manifiesto la validez del modelo de medida tanto a nivel de indicadores como a nivel de compuestos. Este es el primer paso del análisis, siendo el siguiente la valoración del modelo estructural, el cual se presenta a continuación.

6.3.2 Valoración del modelo estructural

6.3.2.1 Análisis de multicolinealidad

Para evitar la presencia de multicolinealidad entre las variables antecedentes de cada uno de los constructos endógenos se acude al test del factor de inflación de la varianza (VIF), considerándose indicios de multicolinealidad valores de VIF superiores a 5 (Hair *et al.*, 2014). En la siguiente tabla se muestra el análisis de multicolinealidad.

Tabla 21. Multicolinealidad

	ATmo	Atas	AA	ApegoCom	ApoyoTmo	CPTas	CTmo	CC	OP	PartCom	PN	PP	SQL	SatDest
ATmo					1,777									
Atas					1,766									
AA											1,155	1,155		
ApegoCom					1,563						1,155	1,155		
ApoyoTmo														
CPTas					1,179									
CTmo							1,000							
CC										1,374				
OP										1,171				
PartCom					1,596									
PN	1,142	1,142								1,145				
PP	1,142	1,142								1,627				
SQL					1,389									
SatDest										1,325				

Notas: ATmo: Actitud hacia el turismo; Atas: Actitud hacia los turistas; AA: Actitud medioambiental; ApegoCom: Apego a la comunidad; ApoyoTmo: Apoyo al desarrollo del turismo; CPTas: Confianza en políticas turísticas; CTmo: Conocimiento del turismo; CC: Conocimiento y conciencia; OP: Oportunidades; PartCom: Participación de la comunidad; PN: Percepciones negativas; PP: Percepciones positivas; SQL: Satisfacción con la calidad de vida en el destino; SatDest: Satisfacción con el destino.

Fuente: elaboración propia

Los resultados obtenidos en la anterior tabla ponen de manifiesto la inexistencia de indicios de multicolinealidad en el modelo estructural.

6.3.2.2 Poder predictivo. Coeficiente de determinación (R^2) y varianza explicada

El poder predictivo del modelo es medido a través del coeficiente de determinación (R^2). Esto indica la cantidad de varianza de un constructo que es explicada por las variables predictoras de dicho constructo. Autores de referencia (Chin, 1998) establecen un nivel sustancial ($R^2 \geq 0,67$), moderado ($0,67 > R^2 \geq 0,33$) y débil ($0,33 > R^2 \geq 0,19$). En la siguiente tabla se muestran los resultados relativos al poder predictivo del modelo.

Tabla 22. Poder predictivo del modelo. Coeficiente de determinación (R^2) y significancia

Variable endógena	R^2	Poder predictivo	Significancia
Actitud hacia el turismo (ATmo)	0,265	Débil	Significativo
Actitud hacia los turistas (Atas)	0,273	Débil	Significativo
Apoyo al desarrollo del turismo (ApoyoTmo)	0,441	Moderado	Significativo
Confianza en políticas turísticas (CPTas)	0,453	Moderado	Significativo
Participación de la comunidad (PartCom)	0,376	Moderado	Significativo
Percepciones negativas (PN)	0,058	Sin poder predictivo	Significativo
Percepciones positivas (PP)	0,368	Moderado	Significativo

Fuente: elaboración propia

La varianza explicada, por otro lado, indica que parte de dicho coeficiente de determinación explica una variable antecesora sobre dicho constructo endógeno. Esta varianza explicada se expone en la siguiente tabla.

Tabla 23. Varianza explicada

Variable dependiente	R ²	Variable antecesora	Coefficiente path (β)	Correlación	Varianza Explicada
Percepciones positivas	0,368	Actitud Medioambiental	0,399	0,521	20,78%
		Apego a la comunidad	0,335	0,481	16,11%
Percepciones negativas	0,058	Actitud Medioambiental	0,190	0,224	4,26%
		Apego a la comunidad	0,092	0,162	1,49%
Actitud hacia el turismo	0,265	Percepciones positivas	0,510	0,514	26,21%
		Percepciones negativas	0,012	0,192	0,23%
Actitud hacia los turistas	0,273	Percepciones positivas	0,518	0,522	27,03%
		Percepciones negativas	0,012	0,195	0,23%
Participación en la comunidad	0,376	Percepciones positivas	0,240	0,474	11,38%
		Percepciones negativas	0,062	0,212	1,31%
		Satisfacción con el destino	0,345	0,502	17,32%
		Oportunidades	0,075	0,251	1,88%
Confianza en políticas turísticas	0,453	Conocimiento y conciencia	0,151	0,375	5,66%
		Conocimiento del turismo	0,673	0,673	45,29%
		Actitud hacia el turismo	0,173	0,468	8,1%
Apoyo al desarrollo del turismo	0,441	Apego a la comunidad	0,391	0,577	22,56%
		Actitud hacia los turistas	0,127	0,447	5,68%
		Participación de la comunidad	0,188	0,479	9,0%
		Confianza en políticas turísticas	0,014	0,138	0,19%
		Satisfacción con la calidad de vida en el destino	-0,063	0,227	-1,43%

Fuente: elaboración propia

De los resultados obtenidos en la tabla anterior cabe destacar como la variable conocimiento del turismo contribuye a explicar el 45,29% de la variabilidad de la variable

endógena confianza política en el turismo o como las percepciones positivas explican un 27,03% y un 26,21% de las variables actitud hacia los turistas y actitud hacia el turismo respectivamente. Siguiendo esta línea, la variable apego a la comunidad ha contribuido a explicar un 22,56% y un 16,11% de la varianza de la variable apoyo al desarrollo del turismo y percepciones positivas respectivamente.

También cabe destacar como la variable actitud medioambiental explica un 20,78% de la varianza de la variable percepciones positivas o como la satisfacción con el destino explica un 17,32% de la variable endógena participación en la comunidad. En clara contraposición se encuentra la variable percepciones negativas, ya que explica un porcentaje muy bajo de la variabilidad de las variables actitud hacia el turismo y actitud hacia los turistas (en ambos casos, un 0,23%), o como la confianza en políticas turísticas contribuye únicamente en un 0,19% a la variabilidad de la variable apoyo al desarrollo del turismo. Especial mención la variable SQL, ya que no es responsable de porcentaje de variación alguno de la variable apoyo al desarrollo del turismo.

6.3.2.3 Capacidad predictiva. Test de Stone-Geisser (Q^2) y PLS_predict ($Q^2_{predict}$)

La capacidad predictiva de un determinado modelo hace referencia a la capacidad de este para generar predicciones de una manera precisa de nuevas observaciones (Shmueli y Koppius, 2011). Para testar dicha capacidad predictiva del modelo, autores de referencia (Shmueli *et al.*, 2016) proponen PLS_predict como procedimiento para ver la capacidad predictiva a nivel de indicador. Por otro lado, la capacidad predictiva a nivel de constructo es indicada a través del test de Stone-Geisser (Q^2), donde valores de Q^2 superiores a cero (0) indicarían la existencia de capacidad predictiva del modelo (Stone, 1974; Geisser, 1975).

Para testar la capacidad predictiva a nivel de indicador, los $Q^2_{predict}$ han de ser mayores a cero (0) para el caso de los resultados de PLS-SEM y tener un error de predicción (RMSE o MAE) inferior que el de regresión lineal (LM). Si se presentan un mayor número de indicadores de PLS-SEM negativos en la comparación (PLS-SEM – LM), mayor será el poder predictivo del modelo (ver tabla 24).

Tabla 24. Validación del PLS_predict

RESUMEN A NIVEL DE CONSTRUCTO									
	Q²								
ATmo	0,147								
Atas	0,151								
ApoyoTmo	0,220								
CPTas	0,378								
PartCom	0,192								
PN	0,034								
PP	0,134								
RESUMEN A NIVEL DE INDICADOR									
	PLS-SEM			LM			PLS-LM		
	RMSE	MAE	Q²	RMSE	MAE	Q²	RMSE	MAE	Q²
ATMo1	1,029	0,781	0,052	1,062	0,807	-0,01	-0,033	-0,026	0,062
ATMo2	0,885	0,699	0,1	0,896	0,689	0,079	-0,011	0,01	0,021
ATMo3	0,906	0,705	0,158	0,898	0,674	0,174	0,008	0,031	-0,016
ATMo4	0,860	0,668	0,129	0,869	0,665	0,111	-0,009	0,003	0,018
Atas1	0,86	0,671	0,133	0,854	0,647	0,146	0,006	0,024	-0,013
Atas2	0,921	0,72	0,085	0,907	0,697	0,111	0,014	0,023	-0,026
Atas3	0,857	0,677	0,086	0,867	0,679	0,064	-0,01	-0,002	0,022
Atas4	0,957	0,747	0,095	0,865	0,673	0,261	0,092	0,074	-0,166
ApoyoTmo6	0,828	0,611	0,192	0,847	0,598	0,155	-0,019	0,013	0,037
ApoyoTmo7	0,828	0,654	0,234	0,832	0,623	0,227	-0,004	0,031	0,007
ApoyoTmo9	0,827	0,625	0,183	0,848	0,619	0,143	-0,021	0,006	0,04
ApoyoTmo10	0,848	0,643	0,16	0,857	0,641	0,141	-0,009	0,002	0,019
ApoyoTmo11	0,792	0,58	0,186	0,798	0,569	0,174	-0,006	0,011	0,012
ApoyoTmo12	0,788	0,607	0,17	0,807	0,596	0,128	-0,019	0,011	0,042
CPTas1	1,032	0,809	0,422	0,956	0,723	0,505	0,076	0,086	-0,083
CPTas2	1,160	0,914	0,329	1,085	0,843	0,414	0,075	0,071	-0,085
CPTas3	1,146	0,893	0,379	1,135	0,88	0,391	0,011	0,013	-0,012
PartCom1	0,841	0,653	0,195	0,861	0,657	0,154	-0,02	-0,004	0,041

PartCom2	0,835	0,662	0,185	0,826	0,632	0,203	0,009	0,03	-0,018
PartCom3	0,993	0,786	0,211	1,029	0,796	0,153	-0,036	-0,01	0,058
PartCom4	1,094	0,871	0,125	1,057	0,812	0,182	0,037	0,059	-0,057
PN1	1,066	0,803	0,023	1,104	0,849	-0,049	-0,038	-0,046	0,072
PN2	1,125	0,876	0,046	1,181	0,927	-0,051	-0,056	-0,051	0,097
PP1	1,007	0,753	0,104	1,001	0,749	0,115	0,006	0,004	-0,011
PP2	0,967	0,726	0,158	0,955	0,709	0,179	0,012	0,017	-0,021
PP3	0,950	0,717	0,135	0,964	0,727	0,109	-0,014	-0,01	0,026
PP4	0,907	0,706	0,121	0,924	0,713	0,088	-0,017	-0,007	0,033
PP5	1,082	0,821	0,061	1,073	0,827	0,077	0,009	-0,06	-0,016
PP6	0,899	0,691	0,147	0,921	0,694	0,105	-0,022	-0,003	0,042
PP7	0,834	0,635	0,182	0,828	0,612	0,194	0,006	0,023	-0,012
PP8	0,881	0,685	0,148	0,853	0,645	0,201	0,028	0,04	-0,053
PP9	0,836	0,668	0,183	0,838	0,644	0,178	-0,002	0,024	0,005
PP10	0,861	0,678	0,074	0,863	0,679	0,071	-0,002	-0,001	0,003
PP11	0,865	0,686	0,137	0,858	0,656	0,15	0,007	0,03	-0,013

Notas: ATmo: Actitud hacia el turismo; Atas: Actitud hacia los turistas; ApoyoTmo: Apoyo al desarrollo del turismo; CPTas: Confianza en políticas turísticas; PartCom: Participación de la comunidad; PN: Percepciones negativas; PP: Percepciones positivas.
Fuente: elaboración propia

Los resultados obtenidos en la tabla anterior ponen de manifiesto un poder predictivo medio de los indicadores y de los constructos que conforman el modelo (Stone, 1974; Geisser, 1975; Shmueli *et al.*, 2019).

6.3.2.4 Tamaño de efecto (f^2)

A través del tamaño de efecto (f^2) se valorará el grado con el que un constructo exógeno contribuye a la explicación de otro constructo endógeno en términos de R^2 (Cohen, 1988). Es por tanto más que evidente la relación entre tamaño de efecto y coeficiente de determinación (f^2-R^2). En este sentido, valores de f^2 situados entre 0,02 y 0,15 indicarían un efecto débil; un tamaño de efecto situado entre 0,15 y 0,35 un efecto moderado y, un valor superior a 0,35 supondría que el efecto que ejerce la variable exógena sobre la variable endógena es grande (Cohen, 1988). A través del cálculo de f^2 y

de su significación se verá el efecto de estas variables sobre las variables endógenas. Los resultados obtenidos y su comparación con el coeficiente de determinación se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 25. Tamaño de efecto (f^2) y comparación con el coeficiente de determinación (R^2)

Variable endógena	Variables exógenas	f^2 (Sig.)	Interpretación	R^2	Varianza Explicada
PP	AA	0,218(0,003)	Moderado y significativo	0,368	20,78%
	ApegoCom	0,153(0,001)	Moderado y significativo		16,11%
PN	AA	0,033(0,047)	Débil y significativo	0,058	4,26%
	ApegoCom	0,008(0,392)	No hay efecto		1,49%
ATmo	PP	0,310(0,000)	Moderado y significativo	0,265	26,21%
	PN	0,000(0,962)	No hay efecto		0,23%
Atas	PP	0,323(0,000)	Moderado y significativo	0,273	27,03%
	PN	0,000(0,968)	No hay efecto		0,23%
PartCom	PP	0,057(0,017)	Débil y significativo	0,376	11,38%
	PN	0,005(0,425)	No hay efecto		1,31%
	SatDest	0,144(0,000)	Débil y significativo		17,32%
	OP	0,008(0,423)	No hay efecto		1,88%
	CC	0,027(0,153)	Débil y no significativo		5,66%
CPTas	CTmo	0,828(0,000)	Grande y significativo	0,453	45,29%
ApoyoTmo	ATmo	0,030(0,062)	Débil y no significativo	0,441	8,1%
	ApegoCom	0,175(0,000)	Moderado y significativo		22,56%
	Atas	0,016(0,246)	No hay efecto		5,68%
	PartCom	0,040(0,035)	Débil y significativo		9,0%
	CPTas	0,000(0,918)	No hay efecto		0,19%
	SQL	0,005(0,451)	No hay efecto		-1,43%

Notas: ATmo: Actitud hacia el turismo; Atas: Actitud hacia los turistas; AA: Actitud medioambiental; ApegoCom: Apego a la comunidad; ApoyoTmo: Apoyo al desarrollo del turismo; CPTas: Confianza en políticas turísticas; CTmo: Conocimiento del turismo; CC: Conocimiento y conciencia; OP: Oportunidades; PartCom: Participación de la comunidad; PN: Percepciones negativas; PP: Percepciones positivas; SQL: Satisfacción con la calidad de vida en el destino; SatDest: Satisfacción con el destino.

Fuente: elaboración propia

Los resultados obtenidos en la tabla anterior ponen de manifiesto el efecto moderado de determinadas variables exógenas sobre las endógenas que además son las que aportan una mayor varianza explicada de dichas variables endógenas. Así, cabe destacar el efecto grande y significativo de la variable Conocimiento del turismo sobre la Confianza en políticas turísticas que queda reforzado por el porcentaje de varianza explicada de dicha variable exógena sobre la endógena (45,29%). Paralelamente, casi la totalidad de aquellas variables exógenas que presentaban una varianza explicada superior al 20% con respecto a su constructo endógeno superior ha generado un efecto moderado y significativo. Solamente el Apego a la comunidad ha presentado un efecto moderado y significativo sin lograr explicar más de un 30% de la variabilidad de su constructo endógeno (únicamente explica el 16,11% de las Percepciones positivas).

Por otro lado, cabe destacar el enorme número de variables exógenas que no generan efecto alguno en los constructos endógenos, yendo en consonancia con las varianzas explicadas más bajas. A destacar la ausencia de efecto de las percepciones negativas sobre la actitud hacia el turismo y la actitud hacia los turistas, con un 0,23% de varianza explicada en ambos casos o el 0,19% de varianza explicada de la confianza en las políticas turísticas respecto al apoyo al desarrollo del turismo (sin efecto).

6. 3.2.5 Contraste de hipótesis

Para la evaluación de inferencia estadística de las relaciones estructurales se procedió mediante la técnica de bootstrapping de 10000 muestras, tamaño ya empleado en otras investigaciones (Streunkens y Leroi-Werelds, 2016). Con esta técnica se obtienen los errores estándar, los estadísticos *t* asociados, la significación y los intervalos de confianza de los diferentes parámetros. Esto hace que se pueda llevar a cabo el contraste de hipótesis desde un punto de vista paramétrico y no paramétrico. En la siguiente tabla se presenta el contraste de hipótesis.

Tabla 26. Contraste de hipótesis

H	Coeficientes Path	Muestra Original	t(Sig.)	IC 95%		¿Soportada?
				2,5%	97,5%	
H ₁	AA→PP	0,399***	7,309(0,000)	0,290	0,505	Sí
H ₂	AA→PN	0,190***	4,155(0,000)	0,107	0,286	Sí
H ₃	PP→ATmo	0,510***	11,439(0,000)	0,430	0,606	Sí
H ₄	PP→Atas	0,518***	11,363(0,000)	0,437	0,617	Sí
H ₅	PP→PartCom	0,240***	5,063(0,000)	0,153	0,341	Sí
H ₆	PN→ATmo	0,012 ^{NS}	0,277(0,000)	-0,070	0,097	No
H ₇	PN→Atas	0,012 ^{NS}	0,255(0,000)	-0,078	0,106	No
H ₈	PN→PartCom	0,062 ^{NS}	1,597(0,000)	-0,014	0,140	No
H ₉	ApegoCom → PP	0,335***	7,572(0,000)	0,257	0,429	Sí
H ₁₀	ApegoCom → PN	0,092 ^{NS}	1,906(0,000)	-0,001	0,190	No
H ₁₁	SatDest → PartCom	0,345***	8,355(0,000)	0,263	0,423	Sí
H ₁₂	OP → PartCom	0,075 ^{NS}	1,824(0,000)	-0,002	0,159	No
H ₁₃	CC → PartCom	0,151**	3,082(0,000)	0,054	0,245	Sí
H ₁₄	ATmo → ApoyoTmo	0,173***	4,060(0,000)	0,090	0,257	Sí
H ₁₅	ApegoCom → ApoyoTmo	0,391***	8,688(0,000)	0,304	0,479	Sí
H ₁₆	Atas → ApoyoTmo	0,127**	2,642(0,000)	0,036	0,226	Sí
H ₁₇	PartCom → ApoyoTmo	0,188***	4,415(0,000)	0,101	0,271	Sí
H ₁₈	CTmo → CPTas	0,673***	28,427(0,000)	0,626	0,719	Sí
H ₁₉	CPTas → ApoyoTmo	0,014 ^{NS}	0,421(0,000)	-0,052	0,082	No
H ₂₀	SQL → ApoyoTmo	-0,063 ^{NS}	1,572(0,000)	-0,136	0,022	No

Notas: ATmo: Actitud hacia el turismo; Atas: Actitud hacia los turistas; AA: Actitud medioambiental; ApegoCom: Apego a la comunidad; ApoyoTmo: Apoyo al desarrollo del turismo; CPTas: Confianza en políticas turísticas; Cmo: Conocimiento del turismo; CC: Conocimiento y conciencia; OP: Oportunidades; PartCom: Participación de la comunidad; PN: Percepciones negativas; PP: Percepciones positivas; SQL: Satisfacción con la calidad de vida en el destino; SatDest: Satisfacción con el destino. n=10000 submuestras: *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001; NS=No significativa (Dos colas – t Student) t(0,05;9999) = 1,96; t(0,01;9999) = 2,576; t(0,001;9999) = 3,291.

Fuente: elaboración propia

Tal y como se desprende de la tabla anterior, el 65% de las hipótesis planteadas (13/20) han sido soportadas, mientras que solamente 7 de las hipótesis han sido rechazadas (7/20). En este sentido, la investigación que se ha presentado ha mostrado, entre otros resultados, como las Actitudes medioambientales influyen en las percepciones tanto positivas como negativas (H₁ y H₂). De igual forma, las percepciones positivas hacia el agroturismo influyen positivamente sobre las actitudes hacia el turismo (ATmo), las actitudes hacia los turistas (Atas) y sobre la Participación de la comunidad (PartCom), siendo éstas la H₃, H₄ y H₅. Por otro lado, y al contrario que las percepciones positivas, las percepciones negativas no influyen sobre las actitudes hacia el turismo, hacia los turistas y hacia la participación de la comunidad (H₆, H₇ y H₈).

El Apego a la Comunidad, por otro lado, se ha demostrado su influencia sobre las percepciones positivas (H₉), pero no sobre las percepciones negativas (H₁₀). A su vez, se han soportados aquellas hipótesis que planteaban una influencia de la Satisfacción con el destino y el conocimiento y la conciencia hacia la Participación de la comunidad (H₁₁ y H₁₃), mientras que no se ha logrado comprobar la influencia de las oportunidades sobre la participación de la comunidad (H₁₂).

El Conocimiento del turismo por parte de la comunidad local hacia la confianza en las políticas turísticas ha sido soportada (H₁₈), mientras que todas aquellas hipótesis que planteaban una influencia positiva hacia el Apoyo al desarrollo del turismo por parte de la actitud hacia el turismo (H₁₄), apego a la comunidad (H₁₅), actitud hacia los turistas (H₁₆) y participación de la comunidad (H₁₇) han sido soportadas. Finalmente, las hipótesis que planteaban una influencia positiva de la confianza en las políticas turísticas y la satisfacción con la calidad de vida en el destino (H₁₉ y H₂₀ respectivamente) hacia el apoyo hacia el desarrollo sostenible no han sido soportadas.

En la tabla siguiente se muestra un resumen de las hipótesis formuladas en el presente modelo de investigación.

Tabla 27. Resumen de las hipótesis planteadas en el modelo

Hipótesis planteada		Resultado
H1	Las actitudes medioambientales influyen en las percepciones positivas	Soportada
H2	Las actitudes medioambientales influyen en las percepciones negativas	Soportada

H3	Las percepciones positivas influyen en las actitudes hacia el turismo	Soportada
H4	Las percepciones positivas influyen sobre las actitudes hacia los turistas	Soportada
H5	Las percepciones positivas influyen sobre la participación de la comunidad	Soportada
H6	Las percepciones negativas influyen en las actitudes hacia el turismo	No soportada
H7	Las percepciones negativas influyen sobre las actitudes hacia los turistas	No soportada
H8	Las percepciones negativas influyen sobre la participación de la comunidad	No soportada
H9	El apego a la comunidad influye en las percepciones positivas	Soportada
H10	El apego a la comunidad influye en las percepciones negativas	No soportada
H11	La satisfacción con el destino influye en la participación de la comunidad	Soportada
H12	Las oportunidades influyen en la participación de la comunidad	No soportada
H13	El conocimiento y la conciencia influyen en la participación de la comunidad	Soportada
H14	Las actitudes hacia el turismo influyen en el apoyo al desarrollo del turismo	Soportada
H15	El apego a la comunidad influye en el apoyo al desarrollo del turismo	Soportada
H16	Las actitudes hacia los turistas influyen en el apoyo al desarrollo del turismo	Soportada
H17	La participación de la comunidad influye en el apoyo al desarrollo del turismo	Soportada
H18	El conocimiento del turismo influye en el apoyo al desarrollo del turismo	Soportada
H19	La confianza en las políticas turísticas influyen en el apoyo al desarrollo del turismo	No soportada
H20	La satisfacción con la calidad de vida influye en el apoyo al desarrollo del turismo	No soportada

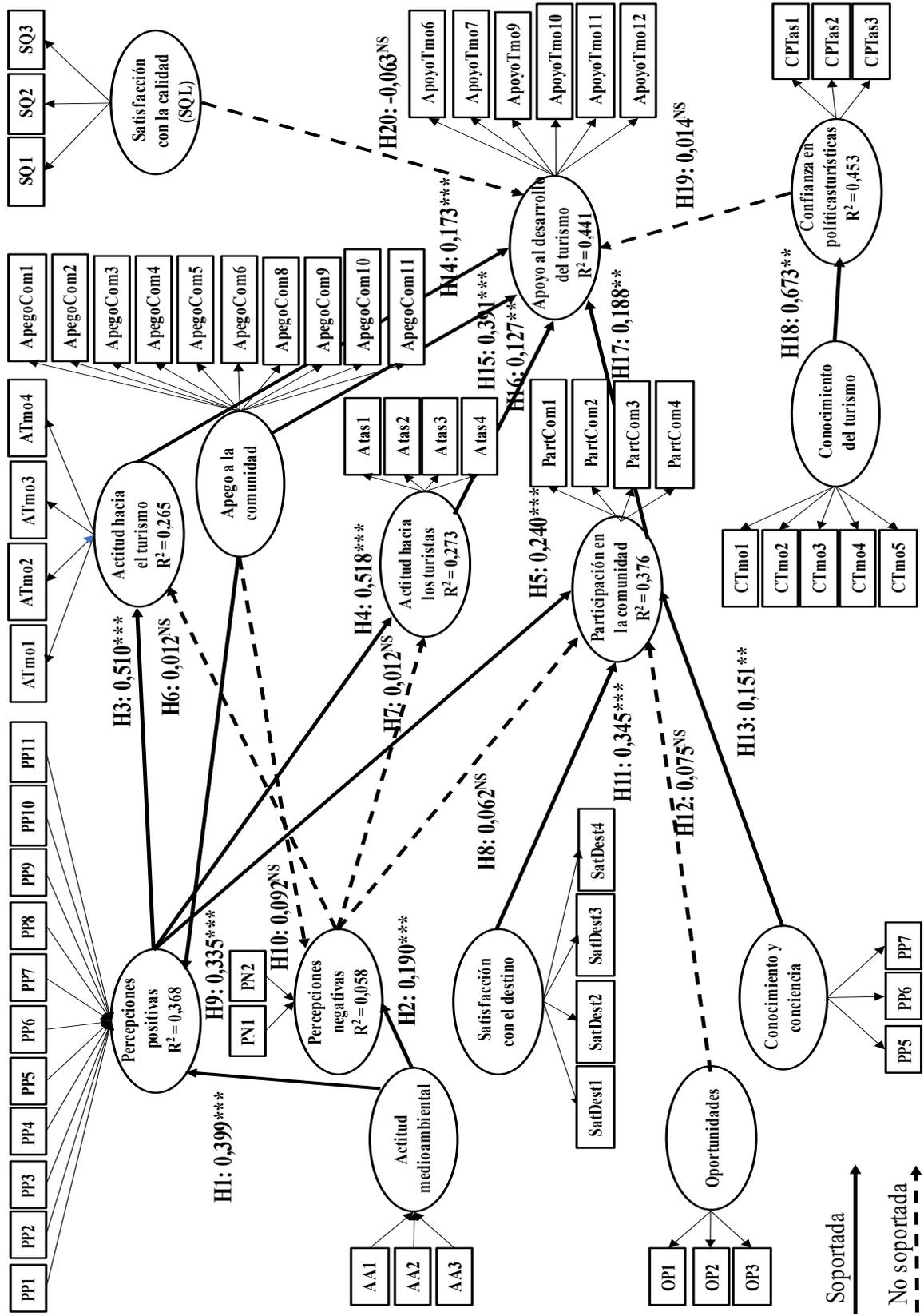
Fuente: elaboración propia

Tal y como se desprende de la tabla anterior, el 65% de las hipótesis planteadas (13/20) han sido soportadas, mientras que solamente 7 de las hipótesis han sido rechazadas (7/20). En este sentido, la investigación que se ha presentado ha mostrado, entre otros resultados, como las Actitudes medioambientales influyen en las percepciones tanto positivas como negativas (H_1 y H_2). De igual forma, las percepciones positivas hacia el agroturismo influyen positivamente sobre las actitudes hacia el turismo (ATmo), las actitudes hacia los turistas (Atas) y sobre la Participación de la comunidad (PartCom),

siendo éstas la H₃, H₄ y H₅. Por otro lado, y al contrario que las percepciones positivas, las percepciones negativas no influyen sobre las actitudes hacia el turismo, hacia los turistas y hacia la participación de la comunidad (H₆, H₇ y H₈).

Finalmente, en la siguiente ilustración se presenta el modelo estructural final de la investigación

Ilustración 33. Modelo estructural final



Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

CONCLUSIONES GENERALES

IMPLICACIONES PARA LA GESTIÓN

LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se presentan las conclusiones generales, divididas en conclusiones teóricas y conclusiones empíricas. Además, se presentan las implicaciones para la gestión, las limitaciones y las futuras líneas de investigación.

CONCLUSIONES GENERALES

Las conclusiones del presente estudio se dividen, por un lado, en conclusiones propiamente teóricas y, por otro lado, las conclusiones empíricas, derivadas del desarrollo del modelo estructural.

Conclusiones teóricas

- 1) La revisión de la literatura científica realizada para conocer la conceptualización del turismo ha manifestado una gran cantidad de estudios hasta la fecha. Estos estudios han validado la definición de la OMT sobre el turismo, siendo una de las más utilizadas en la actualidad: “conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos, y no por motivos lucrativos” (OMT, 1995:2).

- 2) La revisión de la literatura científica realizada para conocer la conceptualización del turismo, también, ha mostrado que las principales características del turismo son: presencia de un elemento dinámico (viaje) y otro estático (estancia), donde surgen fenómenos y relaciones; desarrollo de actividades diferentes a las habituales al del lugar de residencia; motivación del viaje diferente a una actividad remunerada o de búsqueda de empleo; y temporalidad y limitación del viaje.
- 3) La revisión de la literatura científica realizada para conocer los antecedentes de los impactos del turismo ha puesto de manifiesto que existen tres tipos de impactos: sociales, económicos y ambientales. Los impactos culturales se asocian a los socioeconómicos. En este sentido, existen una gran variedad de resultados sobre los impactos del turismo, debido a que, en muchos destinos, los beneficios y costos del turismo son percibidos de diferente forma. Se ha comprobado la existencia de una relación positiva entre turismo y crecimiento socioeconómico, principalmente para el caso de economías pequeñas o países en vía de desarrollo, pero el turismo, también, tiene repercusiones o impactos negativos que preocupan a los gestores turísticos.
- 4) La revisión de la literatura científica para conocer la conceptualización del agroturismo ha presentado diversas definiciones, si bien, esta modalidad de turismo todavía es joven y no ha sido tan explorada por los investigadores como otros tipos de turismo. Entre las definiciones más utilizadas, se puede decir que el agroturismo es una modalidad de turismo, desarrollada en zonas rurales, por residentes, cuya principal actividad económica y/o fuente de ingreso es la explotación agropecuaria, que sirve de soporte a la oferta turística, que se basa en la prestación de servicios (alojamiento, restauración y/o oferta complementaria), estructurados e insertos en la oferta turística del destino, y los que el huésped participa activamente de las faenas productivas.
- 5) Entre las principales características del agroturismo están las siguientes: es una tipología dirigida a una clientela diferente, con mayor apego a los recursos naturales; pone en valor los recursos que emanan del sector agropecuario; el visitante participa en las actividades productivas; la familia del productor agrario atiende y participa en el cuidado al visitante; el atractivo de un predio de agroturismo crece simultáneamente y de forma diversificada; es recomendable que los productores incorporen la mayor cantidad de atractivos posibles, aunque estos puedan tener solo una finalidad demostrativa y no productiva; presenta una

visión integral al poner en valor los aspectos económico, social, cultural y medioambiental; y permite dinamizar la economía local, generando otras tipologías de negocios.

- 6) El agroturismo tiene los siguientes componentes: demanda agroturística (agroturistas); actividades agroturísticas (recolección de frutos, trabajos de labor agrícola o ganadero, entre otras); infraestructura agroturística (áreas recreativas, aulas de agricultura o ganadería, granjas, centro de visitantes, miradores, observatorios, senderos señalizados e interpretativos, entre otros); destinos agroturísticos (áreas donde hay fincas agrícolas, áreas ganaderas, almazaras, entre otras); guías agroturísticas; y *stakeholders* del agroturismo (agricultores, ganaderos, empresas de transporte, alojamientos turísticos, comunidades locales, organizaciones no gubernamentales, instituciones financieras, comercios locales, entre otros).
- 7) El turismo de República Dominicana está en un constante crecimiento desde hace años, lo que hizo que el país recibiera 6,4 millones de turistas y 7,5 billones de dólares por turismo en el año 2019, representando las exportaciones por turismo el 36 % de las exportaciones del país. En la región de las Américas, destacó Estados Unidos, que recibió en 2019 79,4 millones de turistas internacionales, siguiéndole México (45 millones), Canadá (22,1 millones), Argentina (7,4 millones) y, en quinto lugar, República Dominicana. Estos datos consolidaban al país como uno de los principales destinos de América y, sobre todo, del Caribe. Estas cifras, al igual que ha ocurrido con otros sectores, se han visto mermadas con la crisis del COVID-19. En 2020, República Dominicana recibió 2,4 millones de turistas. Estos datos, aunque la colocan como el cuarto destino de las Américas en 2020, tras México (24,3 millones), Estados Unidos (19,4) y Canadá (3 millones), son muy pobres para la relación que República Dominicana tiene con el turismo y su importancia para el desarrollo socioeconómico de sus comunidades locales. Desde 2021, el país está recuperando su actividad turística, con unos datos preliminares que mejoran las cifras del año 2020
- 8) La revisión de la literatura sobre los diferentes constructos del modelo planteado ha puesto en evidencia la gran cantidad de relaciones que existen entre los diferentes constructos: actitud medioambiental; percepción positiva y negativa hacia el turismo; satisfacción con el destino; actitud hacia el turismo; actitud hacia los turistas; participación en la comunidad; apego a la comunidad; satisfacción

con la calidad de vida del destino; oportunidades para el desarrollo, conocimiento sobre turismo; conocimiento y conciencia; confianza política en el turismo; y apoyo al desarrollo del turismo. Estas relaciones no habían sido estudiadas para la modalidad del agroturismo.

Conclusiones empíricas

- 1) El perfil sociodemográfico de la muestra seleccionada responde al de una mujer, de entre unos 18 y 29 años de edad en poco más de la mitad de los encuestados, procedentes en casi la mitad de los casos de la provincia de Valverde y con un nivel de estudios universitarios en dos terceras partes del total. En cuanto al sueldo mensual, tres cuartas partes del total declara ingresos mensuales inferiores a los 20.000 pesos dominicanos. Finalmente, en cuanto al aspecto laboral, un 80% trabaja, y más en concreto, y centrado en los sectores económicos, un 81% trabaja en agricultura y un 87% en turismo.
- 2) El análisis de fiabilidad y validez del modelo de medida a nivel individual ha puesto de manifiesto que la gran mayoría de estos indicadores presentan un alto grado de fiabilidad y significación. La existencia de una serie de indicadores por debajo del valor mínimo inicial queda justificado por su aporte al modelo de medida a nivel de constructo, motivo por el cual se decidió mantenerlos en el modelo. Caben destacar indicadores con una carga factorial superiores a 0,85 como *CPTas2*-Confío en el Gobierno Local ($\lambda = 0,931$), *CPTas1*- Confío en las decisiones turísticas tomadas por el Gobierno Local ($\lambda = 0,917$), *CPTas3*- El Gobierno Local está haciendo buen trabajo para el turismo de la región ($\lambda = 0,907$), *SQL2*- Estoy satisfecho con mi forma de vida ($\lambda = 0,903$), *SQL1*- Estoy satisfecho con mi calidad de vida ($\lambda = 0,879$), *SQL3*- Me siento satisfecho de cómo vivo en esta región ($\lambda = 0,875$) y *ApegoCom3*-Me identifico fuertemente con esta región ($\lambda = 0,850$).
- 3) Los pesos de los compuestos Modo B, tras una depuración de los mismo al no tener los requerimientos mínimos establecidos por la literatura previa presentan unos resultados óptimos, no existiendo problema alguno de multicolinealidad. En este sentido, las variables observables pertenecientes a las Percepciones Negativas (*PN3*, *PN4*, *PN5*, *PN6*, *PN7*, *PN8* y *PN9*) fueron suprimidos.

- 4) A nivel de constructo, todos y cada uno de ellos presentan valores superiores al nivel mínimo de referencia, lo que evidencia una alta rigurosidad de las variables observables manifiestas a la hora de medir su variable latente correspondiente. Cabe destacar constructos con una fiabilidad compuesta superior a 0,90, como es el caso de Confianza en políticas turísticas-CPTas, Satisfacción con la calidad de vida en el destino-SQL y Apego a la Comunidad-ApegoCom, con valores de fiabilidad compuesta (ρ_A) de 0,942, 0,916 y 0,911 respectivamente.
- 5) Se ha evidenciado la existencia de validez discriminante en el modelo, lo que implica que cada uno de los constructos empleados en el modelo son diferentes los unos de los otros.
- 6) El análisis a través del test del Factor de Inflación de la Varianza (VIF) no evidencia la existencia de multicolinealidad entre los diferentes compuestos que conforman el modelo estructural. Todos los valores de VIF se sitúan muy por debajo del umbral mínimo requerido para la existencia de multicolinealidad (Valor mínimo requerido de 5, cuando el valor de VIF más elevado es de 1,777).
- 7) Se ha evidenciado la existencia de un poder predictivo moderado y significativo por parte de determinadas variables endógenas como son Confianza en políticas turísticas-CPTas ($R^2 = 0,453$), Apoyo al desarrollo del turismo-ApoyoTmo ($R^2 = 0,441$), Participación de la comunidad-PartCom ($R^2 = 0,376$) y Percepciones positivas-PP ($R^2 = 0,368$).
- 8) De lo anterior se pone de manifiesto, por lo tanto, el mayor grado de impacto de unas variables sobre otras. Así, variables como la actitud medioambiental son responsables del 20,78% de la varianza de la variable percepciones positivas o como el 26,21% y el 27,03% de la variabilidad de la actitud hacia el turismo y la actitud hacia los turistas respectivamente es debido a las percepciones positivas. También cabe destacar como el conocimiento del turismo contribuye a explicar el 45,31% de la variabilidad de la variable endógena Confianza en políticas turísticas o como la satisfacción y las percepciones positivas contribuyen a explicar un 17,32% y un 11,38% respectivamente de la varianza de la participación en la comunidad. Finalmente, cabe destacar como el Apego hacia la comunidad explica un 22,56 de la varianza del Apoyo al desarrollo del turismo.
- 9) También ha quedado evidenciado la existencia de capacidad predictiva del modelo tanto a nivel de constructo, obteniéndose valores de Q^2 superiores a 0, lo que indica la existencia de dicha relevancia predictiva. A nivel de indicadores,

dicha capacidad predictiva, cabe destacar la variable endógena Apoyo al desarrollo del turismo, con altos niveles de capacidad predictiva tanto a nivel de indicadores como a nivel de constructo (todos presentan $Q^2 > 0$).

- 10) Cabe destacar el efecto moderado y significativo que genera la Actitud medioambiental ($f^2 = 0,210$) y el Apego a la comunidad ($f^2 = 0,153$) sobre las percepciones positivas, así como el efecto que generan estas percepciones positivas sobre la actitud hacia el turismo ($f^2 = 0,310$) y sobre la actitud hacia los turistas ($f^2 = 0,323$). Finalmente, cabe destacar también el efecto grande y significativo del conocimiento del turismo sobre la confianza en las políticas turísticas ($f^2 = 0,828$) o como el apego a la comunidad ejerce un efecto moderado y significativo sobre el apoyo al desarrollo del turismo ($f^2 = 0,175$).
- 11) El contraste de hipótesis realizado ha puesto de manifiesto la influencia de las actitudes medioambientales sobre las percepciones positivas (H_1) y sobre las percepciones negativas (H_2). De igual forma, se ha evidenciado la influencia del apego a la comunidad sobre las percepciones positivas (H_9).
- 12) Las percepciones positivas, por otro lado, influyen tanto en la actitud hacia el turismo (H_3) como en la actitud hacia los turistas (H_4) y en la participación de la comunidad (H_5). Por otro lado, no se ha logrado evidenciar la influencia de las percepciones negativas sobre la actitud hacia el turismo, la actitud hacia los turistas y la participación de la comunidad (H_6 , H_7 y H_8 respectivamente), ni del apego a la comunidad sobre las percepciones negativas (H_{10}).
- 13) También se ha evidenciado la influencia de la satisfacción con el destino y del conocimiento y conciencia sobre la participación de la comunidad (H_{11} e H_{13}), si bien, no se ha evidenciado la existencia de relación entre las oportunidades y la participación de la comunidad (H_{12}). Por otro lado, se evidencia la influencia del conocimiento del turismo sobre la confianza en las políticas turísticas (H_{18}).
- 14) Finalmente, se ha evidenciado la relación (positiva) de la actitud hacia el turismo (H_{14}), el apego a la comunidad (H_{15}), la actitud hacia los turistas (H_{16}) y la participación de la comunidad (H_{17}) sobre el apoyo al desarrollo del turismo. Por el contrario, no se ha evidenciado influencia alguna de la confianza en las políticas turísticas (H_{19}) y la Satisfacción con la calidad de vida en el destino (H_{20}) sobre el apoyo al desarrollo del turismo.
- 15) El modelo estructural final pone de manifiesto la existencia de un poder y una capacidad predictiva del mismo, con una fiabilidad y validez del modelo de

medida tanto a nivel de indicadores como a nivel de constructo. En este sentido, las hipótesis planteadas (y más en concreto, las soportadas) ponen de manifiesto la importancia de variables como la actitud de la población local ante el turismo y ante los turistas, así como la participación de la comunidad local en el marco del desarrollo de actividades turísticas, redundando esto en un mayor apoyo al desarrollo del turismo desde una perspectiva sostenible que redunde en el cuidado del medioambiente y en una mejora de la población local desde un punto de vista social y económico.

IMPLICACIONES PARA LA GESTIÓN

A nivel académico, esta investigación ha realizado diferentes aportes. En primer lugar, este trabajo ha revelado algunos de los antecedentes para el apoyo de los residentes hacia el desarrollo del agroturismo. Desde el punto de vista práctico, este estudio ha aportado nuevos conocimientos sobre los antecedentes de apoyo al desarrollo del agroturismo, debido a que estas variables no se habían estudiado específicamente en este tipo de turismo. Por tanto, los resultados obtenidos pueden ayudar a los diferentes organismos de gestión del turismo y de la agroindustria.

La importancia teórica y práctica de este estudio se deriva del hecho de que un mayor conocimiento sobre el apoyo al desarrollo de la actividad agroturística puede fomentar el desarrollo de la región noroeste de la República Dominicana. De esta manera, los resultados de este estudio son útiles para el Gobierno (Ministerio de Turismo y Ministerio de Agricultura, sobre todo). Estas instituciones deben apostar por implementar políticas y estrategias para impulsar el desarrollo del agroturismo sostenible en la región noroeste. Estas políticas y estrategias pueden contribuir al desarrollo de la región, que siendo una de las principales zonas agrícolas del país, poseen una actividad muy reducida en el desarrollo de la actividad turística. Así, compaginar el turismo con la agricultura puede ser muy beneficioso para la región, ya que se podría incentivar la economía más allá de estos sectores. Esto último es muy importante, debido a que esta región, además, poseen niveles de pobreza significativos.

Hasta la fecha, no existen datos precisos sobre el apoyo de los residentes hacia el agroturismo, y dado que esta investigación ha comprobado que son positivos, podrían servir de base para el desarrollo de estrategias de apoyo al agroturismo como un método para reducir la pobreza (Croes, 2014). Algunas de estas estrategias deben incluir la

implicación de los agricultores y ganaderos en la actividad turística, la formación en turismo y desarrollo sostenible de las comunidades locales, la creación de empleo para los residentes en la región y la creación de un marco legislativo del agroturismo.

LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Como todo trabajo de investigación, este estudio contempla algunas limitaciones. En este sentido, cabe destacar que la investigación está planteada desde la perspectiva del residente, dificultando la obtención de datos de otros grupos de *stakeholders*. En futuros estudios, se debería analizar otros actores, como grupos de agricultores y ganaderos, empresarios de otros sectores, visitantes, entre otros.

Como futura línea de investigación, sería interesante introducir nuevas variables que ayuden a conocer la varianza explicada del apoyo al desarrollo del agroturismo sostenible. Por lo tanto, los resultados deben interpretarse con precaución, ya que hay muchas otras variables que pueden incidir al apoyo al desarrollo del agroturismo.

La recolección de datos se basó en muestras de una sola región de República Dominicana y, aunque el modelo de investigación fue relativamente amplio, no incluyó otros constructos que desencadenan interacciones directas con el apoyo hacia el desarrollo del agroturismo. A pesar de estas limitaciones, el modelo probado genera resultados óptimos para conocer las percepciones de los residentes hacia el apoyo de la actividad agroturística y ofrece oportunidades para futuras investigaciones sobre la relación de otros constructos involucrados en el apoyo de esta actividad turística.

El modelo propuesto debería probarse en diferentes contextos geográficos del país en futuras investigaciones, además de indagar en la percepción e interés que la demanda turística tiene sobre el agroturismo.

BIBLIOGRAFÍA

Aas, C., Ladkin, A., & Fletcher, J. (2005). Stakeholder collaboration and heritage management. *Annals of tourism research*, 32(1), 28-48.

Acerenza, M. A. (1997). Reflexiones sobre la planificación del turismo en Latinoamérica. *Aportes y Transferencias*, 1(2), 47-64.

Acevedo, M. C., Álvarez, C. P., & Sáenz, S. (2010). Sistema, cadena, empresa y negocio: desafíos en conceptualización y articulación para la competitividad del agro. *Suma de negocios*, 1(1), 59-71.

Agyeiwaah, E., McKercher, B., & Suntikul, W. (2017). Identifying core indicators of sustainable tourism: A path forward?. *Tourism Management Perspectives*, 24, 26-33.

Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions*. En: J. Kuhl & J. Bechman (Eds.), *Action control from cognition to behavior* (pp. 11–39). New York, NY: Springer Verlag.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice- Hall.

Alarcón, D. M., & Cole, S. (2019). No sustainability for tourism without gender equality. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 903-919.

Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C., & Ryu, K. (2018). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *Hospitality research. International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 514-538.

Almeida-García, F., Pelaez-Fernandez, M. A., Balbuena-Vazquez, A., & Cortés-Macias, R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274.

Aly, M. N., Hamid, N., Suharno, N. E., Kholis, N., & Aroyandini, E. N. (2021). Community Involvement and Sustainable Cave Tourism Development in Tulungagung Region. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 12(2), 588-597.

Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel research*, 50(3), 248-260.

Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel research*, 39(1), 27-36.

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of tourism research*, 32(4), 1056-1076.

Andriotis, K. (2005). Community groups' perceptions of and preferences for tourism development: Evidence from Crete. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29(1), 67-90.

Andriotis, K., & Vaughan, R. D. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete. *Journal of travel research*, 42(2), 172-185.

ARECOA (2014). *Comportamiento turístico de República Dominicana*. Disponible en: <https://www.arecoa.com/destinos/2014/11/18/comportamiento-turistico-de-rd-se-contrae-la-estadia-pero-suben-gastos/>

Arnegger, J., & Herz, M. (2016). Economic and destination image impacts of mega-events in emerging tourist destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5(2), 76-85.

Ashley, C., Goodwin, H., & McNab, D. (2005). *Making tourism count for the local economy in Dominican Republic ideas for good practice*. Pro Poor Tourism Partnership.

Ayres, J. S., & Potter, H. R. (1989). Attitudes toward community change: A comparison between rural leaders and residents. *Community Development*, 20(1), 1-18.

Banco Central (2020). *Resultados Preliminares de la Economía Dominicana, Enero-Diciembre 2019*. Santo Domingo: Banco Central de la República Dominicana.

Barclay, D., Higgins, C., & Thompson, R. (1995). The partial least squares (PLS) approach to causal modelling: Personal computer adoption and use as an illustration. *Technology Studies*, 2(2), 285-309.

Barroso, C., Carrión, G. C., & Roldán, J. L. (2010). *Applying maximum likelihood and PLS on different sample sizes: studies on SERVQUAL model and employee behavior model*. In Handbook of partial least squares (pp. 427-447). Springer, Berlin, Heidelberg.

Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents a case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of tourism research*, 7(1), 83-101.

Berrittella, M., Bigano, A., Roson, R., & Tol, R. S. (2006). A general equilibrium analysis of climate change impacts on tourism. *Tourism management*, 27(5), 913-924.

Bestard, B., & Nadal, R. (2007). Attitudes toward tourism and tourism congestion. *Région et Développement*, 25, 193-207.

Bigano, A., Bosello, F., Roson, R., & Tol, R. S. (2008). Economy-wide impacts of climate change: a joint analysis for sea level rise and tourism. *Mitigation and Adaptation Strategies for Global Change*, 13(8), 765-791.

Blanco, M., & Riveros, H. (2011). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *Estudios agrarios*, 17(49), 117-125.

Bowen, R. L., Cox, L. J., & Fox, M. (1991). The interface between tourism and agriculture. *Journal of Tourism Studies*, 2(2), 43-54.

Bramwell, B., Higham, J., Lane, B., & Miller, G. (2017). Twenty-five years of sustainable tourism and the Journal of Sustainable Tourism: looking back and moving forward. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 1-9.

Brida, J. G., Osti, L., & Faccioli, M. (2011). Residents' perception and attitudes towards tourism impacts: A case study of the small rural community of Folgaria (Trentino–Italy). *Benchmarking: an international journal*, 18(3), 359-385.

Bringas, N., & Ojeda, L. (2000). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas? *Economía, Sociedad y Territorio*, Enero-Junio: 373-403.

Bronfman, N. C., Vázquez, E. L., & Dorantes, G. (2009). An empirical study for the direct and indirect links between trust in regulatory institutions and acceptability of hazards. *Safety Science*, 47(5), 686-692.

Brougham, J. E., & Butler, R. W. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of tourism research*, 8(4), 569-590.

Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of tourism Research*, 26(3), 493-515.

Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of tourism research*, 39(2), 528-546.

Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of tourism research*, 39(2), 528-546.

Butler, R. W. (1991). Tourism, environment, and sustainable development. *Environmental conservation*, 18(3), 201-209.

Cabezas, A. L. (2004). Between love and money: Sex, tourism, and citizenship in Cuba and the Dominican Republic. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 29(4), 987-1015.

Cabezas, A. L. (2008). Tropical blues: Tourism and social exclusion in the Dominican Republic. *Latin American Perspectives*, 35(3), 21-36.

Cabezas, A. L. (2009). *Economies of desire: Sex and tourism in Cuba and the Dominican Republic*. Temple University Press.

Cabrera, M. P. (2021). Psychometrics of Tourism: A (de) Builder of Quality of Life? Evidence from the Model of Happiness in Dominican Republic. *Revista de Estudios Andaluces*, 205-221.

Caiazza, R., & Audretsch, D. (2015). Can a sport mega-event support hosting city's economic, socio-cultural and political development?. *Tourism Management Perspectives*, 14, 1-2.

Caldeira, G. A., & Gibson, J. L. (1992). The etiology of public support for the Supreme Court. *American journal of political science*, 635-664.

Cals, J., & Matos, A. Y. C. (1990). *Evaluación de proyectos: análisis de la rentabilidad social desde la perspectiva del turismo y del ocio*. MICYT.

Cámara de Comercio y Producción de Valverde (2017). Noti Cámara Valverde. *Revista Informativa de la Cámara de Comercio y Producción de la Provincia Valverde*, 5, 1-60.

Canalejo, A. M. C., & Guzmán, T. L. (2011). Enoturismo y desarrollo económico. Un estudio de caso en Cabo Verde (África). *Papeles de Geografía*, (53-54), 65-76.

Candias, K., Leticia Rojas, M., & London, S. (2020). Turismo y Crecimiento en América Latina y Caribe: ¿causa o consecuencia?. *Economía Coyuntural*, 5(3), 99-135.

Cànoves, G., Villarino, M., & Herrera, L. (2006). Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 41, 199-217.

Cañero Morales, P., Moral Cuadra, S., & Orgaz Agüera, F. (2014). Hoteles y reputación online. Un estudio de caso en El Caribe a través de las valoraciones de la demanda. *TURyDES, Revista de Turismo y Desarrollo Local*, 7(17), 1-13.

Cañero Morales, P., Orgaz Agüera, F., & Moral Cuadra, S. (2015). Reputación online de los hoteles de sol y playa en República Dominicana. *CULTUR, Revista de Cultura y Turismo*, 9(3), 86-100.

Caro-González, F. J., Acosta Guzmán, J. A., Orgaz-Agüera, F., & Castellanos-Verdugo, M. (2015). Turismo, desarrollo sostenible y percepción de los stakeholders. Un estudio de caso en República Dominicana. *Revista de economía del caribe*, (15), 153-182.

Carril, V. P., & Vila, N. A. (2012). Agroturismo en entornos periurbanos: enseñanzas de la iniciativa holeriturismo en el Parc Agrari del Baix Llobregat (Cataluña). *Cuadernos de turismo*, (29), 183-208.

Casado-Aranda, L. A., Sánchez-Fernández, J., & Viedma-del-Jesús, M. I. (2021). Analysis of the scientific production of the effect of COVID-19 on the environment: A bibliometric study. *Environmental Research*, 193, 110416.

Castellanos Verdugo, M., & Orgaz Agüera, F. (2013). Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana. *Turydes*, 6 (14).

Castellanos-Verdugo, M., Vega-Vázquez, M., Oviedo-García, M. Á., & Orgaz-Agüera, F. (2016). The relevance of psychological factors in the ecotourist experience satisfaction through ecotourist site perceived value. *Journal of Cleaner Production*, 124, 226-235.

Catalino, A. H., & Lizardo, M. (2004). Agriculture, environmental services and agro-tourism in the Dominican Republic. *eJADE: electronic Journal of Agricultural and Development Economics*, 1(853-2016-56097), 87-116.

Chalip, L., Green, B. C., & Hill, B. (2003). Effects of sport event media on destination image and intention to visit. *Journal of sport management*, 17(3), 214-234.

Chancellor, C., Yu, C. P. S., & Cole, S. T. (2011). Exploring quality of life perceptions in rural midwestern (USA) communities: An application of the core-periphery concept in a tourism development context. *International Journal of Tourism Research*, 13(5), 496-507.

Chandralal, K. P. L. (2010). Impacts of tourism and community attitude towards tourism: A case study in Sri Lanka. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3(2), 41-49.

Chandralal, K. P. L. (2010). Impacts of tourism and community attitude towards tourism: A case study in Sri Lanka. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 3(2), 41-49.

Chen, C. F., & Chen, P. C. (2010). Resident attitudes toward heritage tourism development. *Tourism Geographies*, 12(4), 525-545.

Chen, N., & Dwyer, L. (2018). Residents' place satisfaction and place attachment on destination brand-building behaviors: Conceptual and empirical differentiation. *Journal of Travel Research*, 57(8), 1026-1041.

Chen, N., Dwyer, L., & Firth, T. (2014). Effect of dimensions of place attachment on residents' word-of-mouth behavior. *Tourism Geographies*, 16(5), 826-843.

Cheng, T. M., Wu, H. C., Wang, J. T. M., & Wu, M. R. (2019). Community Participation as a mediating factor on residents' attitudes towards sustainable tourism development and their personal environmentally responsible behaviour. *Current Issues in Tourism*, 22(14), 1764-1782.

Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism management*, 29(4), 624-636.

Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and opinion on structural Equation modeling. *MIS Quarterly*, (22), 7-14.

Chin, W. W. (2010). *How to write up and report PLS analyses*. En: Esposito Vinzi, V., Chin, W. W., Henseler, J., & Wang, H. (Eds.), *Handbook of partial Least*

squares: Concepts, methods and applications (pp. 655–690). Berlin, Germany: Springer-Verlag.

Choi, H. C., & Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism, 18*(4), 575-594.

Choi, H. C., & Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism, 18*(4), 575-594.

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Erlbaum.

Constabel, S., Alvarez, C. I. K., Oyarzún, E., Guala, C. I. C., Pérez, C. I. S., & Szmulewicz, P. (2008). *Agroturismo en Chile. Caracterización y perspectivas*. Universidad Austral de Chile.

Cook, K. S., Cheshire, C., Rice, E.R., & Nakagawa, S. (2013). *Social Exchange Theory*. En *Handbook of Social Psychology*, edited by J. DeLamater and A. Ward, 61–88. Dordrecht: Springer.

CPRD (2010). *Constitución Política de la República Dominicana*. Gobierno de República Dominicana.

Croes, R. (2014). The role of tourism in poverty reduction: An empirical assessment. *Tourism Economics, 20*(2), 207-226.

Croft, J. (2020). Yikes! Yelp says 60% of restaurant Covid-19 closures are permanent. *CNN. Retrieved, 08-02*.

Cronbach. L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 16*, 297-334.

Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of business research, 44*(3), 137-152.

Cumming, T. L., Shackleton, R. T., Förster, J., Dini, J., Khan, A., Gumula, M., & Kubiszewski, I. (2017). Achieving the national development agenda and the Sustainable Development Goals (SDGs) through investment in ecological infrastructure: A case study of South Africa. *Ecosystem services, 27*, 253-260.

Davenport, J., & Davenport, J. L. (2006). The impact of tourism and personal leisure transport on coastal environments: a review. *Estuarine, coastal and shelf science*, 67(1-2), 280-292.

Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism management*, 33(1), 64-73.

Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2006). Formative Versus Reflective Indicators in Organizational Measure Development: A Comparison and Empirical Illustration. *British Journal of Management*, 17(4), 263–282.

Dijkstra, T.K. & Henseler, J. (2015). Consistent and asymptotically normal PLS estimators for linear structural equations. *Computational Statistics & Data Analysis*, 81(1), 10-23.

Dogru, T., Marchio, E. A., Bulut, U., & Suess, C. (2019). Climate change: Vulnerability and resilience of tourism and the entire economy. *Tourism Management*, 72, 292-305.

Domínguez-Valerio, C.M. (2019). *Análisis de la relación entre el conocimiento, las actitudes y los comportamientos de los estudiantes de secundaria frente al desarrollo sostenible. Un estudio de caso en un país en vía de desarrollo*. Tesis Doctoral. Universidad de Córdoba, Córdoba (España).

Draheim, M., Bonnely, I., Bloom, T., Rose, N., & Parsons, E. C. M. (2010). Tourist attitudes towards marine mammal tourism: An example from the Dominican Republic. *Tourism in Marine Environments*, 6(4), 175-183.

Duffy, L. N., Stone, G., Charles Chancellor, H., & Kline, C. S. (2016). Tourism development in the Dominican Republic: An examination of the economic impact to coastal households. *Tourism and Hospitality Research*, 16(1), 35-49.

Dwyer, L., Chen, N., & Lee, J. (2019). The role of place attachment in tourism research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 645-652.

Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism management*, 28(2), 409-422.

Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Harcourt brace Jovanovich college publishers.

Easton, D., & Dennis, J. (1965). The child's image of government. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 361(1), 40-57.

Eboli, F., Parrado, R., & Roson, R. (2010). Climate-change feedback on economic growth: explorations with a dynamic general equilibrium model. *Environment and Development Economics*, 15(5), 515-533.

EMSI (2020). *The Economic Impact of COVID-19 on Hospitality*. Disponible en: <https://www.economicmodeling.com/2020/04/29/economic-impact-of-covid-19-on-hospitality/>.

Eusébio, C., Vieira, A. L., & Lima, S. (2018). Place attachment, host–tourist interactions, and residents’ attitudes towards tourism development: The case of Boa Vista Island in Cape Verde. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 890-909.

Evgrafova, L. V., Ismailova, A. Z., & Kalinichev, V. L. (2020). Agrotourism as a factor of sustainable rural development. In *IOP conference series: earth and environmental science* (Vol. 421, No. 2, p. 022058). IOP Publishing.

Fermín Alcequiez, F. A. (2012). Percepción de la importancia del turismo en el desarrollo socioeconómico del municipio de Nagua (República Dominicana)(Tesis Doctoral). *Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía*.

Fernández Fuster, L. (1973). *Teoría y Técnica del Turismo*. Editorial Nacional.

Figuerola, M. (2005). *Turismo y desarrollo regional: hacia una perspectiva multidisciplinaria*. VII Congreso Nacional de Investigación Turística, Universidad de Guadalajara, México.

Font, X. (2002). Environmental certification in tourism and hospitality: progress, process and prospects. *Tourism management*, 23(3), 197-205.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *JMR, Journal of Marketing Research*, 18, 39–50.

Forsythe, S., Hasbun, J., & De Lister, M. B. (1998). Protecting paradise: tourism and AIDS in the Dominican Republic. *Health Policy and Planning, 13*(3), 277-286.

Fotoohi, M., Hosseini Nia, G., & Sajjadi, S. M. (2021). Effects of Agro Tourism on Rural Entrepreneurship Development with a Focus on Sustainable Development: A Case Study:(Significant Villages of Yazd Province). *The Journal of Geographical Research on Desert Areas, 9*(2), 245-267.

Frauman, E., & Banks, S. (2011). Gateway community resident perceptions of tourism development: Incorporating Importance-Performance Analysis into a Limits of Acceptable Change framework. *Tourism Management, 32*(1), 128-140.

Fredline, E., & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of tourism research, 27*(3), 763-784.

Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge University Press.

Friedmann, J. (1992). *Empowerment: The politics of alternative development*. Blackwell.

Fun, F. S., Chiun, L. M., Songan, P., & Nair, V. (2014). The impact of local communities' involvement and relationship quality on sustainable rural tourism in rural area, Sarawak. The moderating impact of self-efficacy. *Procedia-social and behavioral Sciences, 144*, 60-65.

Fun, F. S., Chiun, L. M., Songan, P., & Nair, V. (2014). The impact of local communities' involvement and relationship quality on sustainable rural tourism in rural area, Sarawak. The moderating impact of self-efficacy. *Procedia-social and behavioral Sciences, 144*, 60-65.

García Cuesta, J. L. (1996). El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. *Estudios turísticos, 132*, 45-60.

García-Saura, P. J. (2006). *Desarrollo sostenible y turismo: análisis del régimen jurídico medio-ambiental de la legislación turística española* (Doctoral dissertation, Universitat d'Alacant-Universidad de Alicante).

García, F. A., Vázquez, A. B., & Macías, R. C. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives, 13*, 33-40.

Garcia, M. (2020). Airlines Could Lose Up To \$115B In International Passenger Revenue In First Half: ICAO. *Forbes*. October 30. Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/marisagarcia/2020/04/06/airlines-could-lose-up-to-115b-in-international-passenger-revenue-icao/>

Gefen, D., Rigdon, E. E., & Straub, D. (2000). An updated and extension to SEM guidelines for administrative and social science research. *Management Information Systems Quarterly*, 35(2), 3-14.

Geisser, S. (1975). The predictive sample reuse method with applications. *Journal of the American statistical Association*, 70(350), 320-328.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.

Grimmelikhuijsen, S. (2012). Linking transparency, knowledge and citizen trust in government: An experiment. *International Review of Administrative Sciences*, 78(1), 50-73.

Gu, H., & Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism—the case of a Beijing hutong. *Tourism management*, 29(4), 637-647.

Guilamo-Ramos, V., Padilla, M., Cedar, A. L., Lee, J., & Robles, G. (2013). HIV sexual risk behavior and family dynamics in a Dominican tourism town. *Archives of sexual behavior*, 42(7), 1255-1265.

Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: Modeling locals' support. *Annals of tourism research*, 33(3), 603-623.

Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of tourism Research*, 31(3), 495-516.

Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of travel research*, 49(3), 381-394.

Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of tourism research*, 29(1), 79-105.

Hair, J. F. Jr, Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V.G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106 – 121

Hair, J. F. Jr., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 137–149.

Hall, C. M., & Lew, A. A. (2009). *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*. Routledge.

Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. Routledge.

Hall, R. I., & Rucker, G. M. (2000). End-of-life care in the ICU: treatments provided when life support was or was not withdrawn. *Chest*, 118(5), 1424-1430.

Hammarström, G. (2005). The construct of intergenerational solidarity in a lineage perspective: A discussion on underlying theoretical assumptions. *Journal of Aging Studies*, 19(1), 33-51.

Hammit, W. E., Bixler, R. D., & Noe, F. P. (1996). Going beyond importance-performance analysis to analyze the observance-influence of park impacts. *Journal of park and Recreation Administration*, 14(1), 45-62.

Hao, F., Xiao, Q., & Chon, K. (2020). COVID-19 and China's hotel industry: Impacts, a disaster management framework, and post-pandemic agenda. *International journal of hospitality management*, 90, 102636.

Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of Samos. *Annals of tourism Research*, 23(3), 503-526.

Hardin, R. (1998). *Trust in Government*. En: *Trust and Governance*. Eds. Valerie Braithwaite and Margaret Levi. New York: Russell Sage Foundation. See also Margaret Levi. 1998. A state of trust. In *Trust and Governance*. Eds. Valerie Braithwaite and Margaret Levi. New York: Russell Sage Foundation.

Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of travel research*, 38(3), 239-245.

Helliwell, J. F. (2003). How's life? Combining individual and national variables to explain subjective well-being. *Economic modelling*, 20(2), 331-360.

Henseler, J. (2018). Partial least squares path modeling: Quo vadis?. *Quality & Quantity*, 52(1), 1-8.

Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P.A. (2016). Using PLS path modeling in new Technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277-319.

Henseler, J., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2016). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.

Hetherington, M. J., & Husser, J. A. (2012). How trust matters: The changing political relevance of political trust. *American Journal of Political Science*, 56(2), 312-325.

Hidalgo, M. C., & Hernandez, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of environmental psychology*, 21(3), 273-281.

Higuchi, Y., & Yamanaka, Y. (2017). Knowledge sharing between academic researchers and tourism practitioners: A Japanese study of the practical value of embeddedness, trust and co-creation. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(10), 1456-1473.

Hung, K., Sirakaya-Turk, E., & Ingram, L. J. (2011). Testing the efficacy of an integrative model for community participation. *Journal of Travel Research*, 50(3), 276-288.

Hung, K., Sirakaya-Turk, E., & Ingram, L. J. (2011). Testing the efficacy of an integrative model for community participation. *Journal of Travel Research*, 50(3), 276-288.

Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. John Wiley & Sons.

Jaafar, M., Bakri, N. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2015). Local community and tourism development: A study of rural mountainous destinations. *Modern Applied Science*, 9(8), 407-416.

Jeon, M. M., Kang, M. M., & Desmarais, E. (2016). Residents' perceived quality of life in a cultural-heritage tourism destination. *Applied Research in Quality of life*, 11(1), 105-123.

Jepson, A., Clarke, A., & Ragsdell, G. (2014). Investigating the application of the motivation–opportunity–ability model to reveal factors which facilitate or inhibit inclusive engagement within local community festivals. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14(3), 331-348.

Jimber Del Río, J. A. J., Orgaz-Agüera, F., Moral-Cuadra, S. M., & Cañero-Morales, P. (2017). Satisfaction in border tourism: An analysis with structural equations. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 103-112.

Jiménez, C. C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El periplo sustentable*, (11), 5-21.

Joshi, S., Sharma, M., & Singh, R. K. (2020). Performance evaluation of agro-tourism clusters using AHP–TOPSIS. *Journal of Operations and Strategic Planning*, 3(1), 7-30.

Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of tourism research*, 31(2), 296-312.

Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of tourism research*, 31(2), 296-312.

Kakoudakis, K. I., McCabe, S., & Story, V. (2017). Social tourism and self-efficacy: Exploring links between tourism participation, job-seeking and unemployment. *Annals of Tourism Research*, 65, 108-121.

Kaltenborn, B. R. P., Andersen, O., Nellemann, C., Bjerke, T., & Thrane, C. (2008). Resident attitudes towards mountain second-home tourism development in Norway: The effects of environmental attitudes. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(6), 664-680.

Kaltenborn, B. R. P., Andersen, O., Nellemann, C., Bjerke, T., & Thrane, C. (2008). Resident attitudes towards mountain second-home tourism development in Norway: The effects of environmental attitudes. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(6), 664-680.

Kaplanidou, K., Karadakis, K., Gibson, H., Thapa, B., Walker, M., Geldenhuys, S., & Coetzee, W. (2013). Quality of life, event impacts, and mega-event support among South African residents before and after the 2010 FIFA World Cup. *Journal of Travel Research*, 52(5), 631-645.

Kemausuor, F., Bolwig, S., & Miller, S. (2016). Modelling the socio-economic impacts of modern bioenergy in rural communities in Ghana. *Sustainable Energy Technologies and Assessments*, 14, 9-20.

Kemfert, C. (2002). Global economic implications of alternative climate policy strategies. *Environmental Science & Policy*, 5(5), 367-384.

Kermath, B. M., & Thomas, R. N. (1992). Spatial dynamics of resorts: Sosua, Dominican Republic. *Annals of Tourism Research*, 19(2), 173-190.

Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?. *Tourism management*, 36, 527-540.

Kline, R. (2011). *Principles and practice of structural equation modelling* (3rd ed.). Guilford Press.

Knowd, I. (2006). Tourism as a mechanism for farm survival. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(1), 24-42.

Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism management*, 23(5), 521-530.

Köberl, J., Prettenthaler, F., & Bird, D. N. (2016). Modelling climate change impacts on tourism demand: A comparative study from Sardinia (Italy) and Cap Bon (Tunisia). *Science of the Total Environment*, 543, 1039-1053.

Kothari, H. (2021). Agro-tourism in Rajasthan: A way to bring down issues in our surrounding environment. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(3), 3288-3292.

Krause, K. C. (2020). *Stigma in Paradise: Experiences of Young Haitian Im/Migrant Men with Structural Violence, Occupational Health, and Social Capital in the Informal Tourism Sector of the Dominican Republic* (Doctoral dissertation, The University of Arizona).

Krippendorff, J. (1987). Ecological approach to tourism marketing. *Tourism Management, 8*(2), 174-176.

Kuenzi, C., & McNeely, J. (2008). Nature-based tourism. In *Global risk governance* (pp. 155-178). Springer, Dordrecht.

Kyle, G., Graefe, A., & Manning, R. (2005). Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings. *Environment and behavior, 37*(2), 153-177.

Kyle, G., Graefe, A., & Manning, R. (2005). Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings. *Environment and behavior, 37*(2), 153-177.

Lafuente, F. M. D. E. Y. (2003). *El turismo explicado con claridad*. LibrosEnRed.

Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of tourism research, 21*(1), 121-139.

Latip, N. A., Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Marzuki, A., & Umar, M. U. (2018). Indigenous participation in conservation and tourism development: A case of native people of Sabah, Malaysia. *International Journal of Tourism Research, 20*(3), 400-409.

Látková, P., & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research, 51*(1), 50-67.

Látková, P., & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research, 51*(1), 50-67.

Lee, C. K., & Back, K. J. (2006). Examining structural relationships among perceived impact, benefit, and support for casino development based on 4 year longitudinal data. *Tourism Management, 27*(3), 466-480.

Lee, T. H. (2011). How recreation involvement, place attachment and conservation commitment affect environmentally responsible behavior. *Journal of Sustainable Tourism, 19*(7), 895-915.

Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism management*, 34, 37-46.

Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522-528.

Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism management*, 28(3), 876-885.

Lerdon, J., Lantadilla, L., & Salgado, F. (1997). Diseño e implementacion de un sistema computarizado de control y pago de jornales para la agricultura. *Agro Sur*, 25(1), 94-105.

Levi, M., & Stoker, L. (2000). Political trust and trustworthiness. *Annual review of political science*, 3(1), 475-507.

Liang, Z., & Bao, J. (2018). Targeted poverty alleviation in China: Segmenting small tourism entrepreneurs and effectively supporting them. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(11), 1984-2001.

Lickorish, L. J., & Jenkins, C. L. (2000). *Introdução ao turismo*. Campus.

López-Guzmán, T. J., & Sánchez-Cañizares, S. M. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (99), 85-103.

López-Guzmán, T., Orgaz-Aguera, F., Alector Ribeiro, M., & Domínguez Estrada, F. (2016). Turismo all-inclusive en República Dominicana. Un análisis desde la perspectiva de la demanda turística. *Revista de Economía del Caribe*, (17), 125-142.

Lu, J., & Nepal, S. K. (2009). Sustainable tourism research: An analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism. *Journal of sustainable Tourism*, 17(1), 5-16.

Lu, T., & Adler, H. (2009). Career goals and expectations of hospitality and tourism students in China. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 9(1-2), 63-80.

MacKenzie, N., & Gannon, M. J. (2019). Exploring the antecedents of sustainable tourism development. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2411-2427.

Madhavan, H., & Rastogi, R. (2013). Social and psychological factors influencing destination preferences of domestic tourists in India. *Leisure Studies*, 32(2), 207-217.

Mansfeld, Y. (1992). From motivation to actual travel. *Annals of tourism research*, 19(3), 399-419.

Marqués, R., López-Peña, M., & Hernández-Herrador, V. (2020). Contribución al análisis del impacto de la creación de una red de vías ciclistas en la economía local y en la imagen turística de las ciudades. El caso de Sevilla. *Hábitat y Sociedad*, (13).

Marzuki, A., Hay, I., & James, J. (2012). Public participation shortcomings in tourism planning: The case of the Langkawi Islands, Malaysia. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(4), 585-602.

McGehee, N. G., & Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of travel research*, 43(2), 131-140.

Meyer, C. A. (2020a). *Tourism and Economic Growth in the Dominican Republic: 1985-2018*. GMU Working Paper in Economics No. 2020-09.

Meyer, C. A. (2020b). *Local Food, Agriculture, and Tourism in the Dominican Republic*. GMU Working Paper in Economics No. 20-21.

Mitchell, L. S., & Murphy, P. E. (1991). Geography and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 57-70.

Mitchell, R. E., & Reid, D. G. (2001). Community integration: Island tourism in Peru. *Annals of tourism research*, 28(1), 113-139.

Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., & Hamzah, A. (2017). The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 63, 242-254.

Moral Cuadra, S., Cañero Morales, P., & Orgaz Agüera, F. (2015). Tipologías turísticas en República Dominicana: el caso del turismo del golf. *International journal of world of tourism*, 2 (4), 25-33.

Moral-Cuadra, S., Orgaz-Agüera, F., y Maria Dominguez-Valerio, C. (2018). El turismo fronterizo en República Dominicana: análisis de las potencialidades de la frontera dominico-haitiana. *Turismo-Estudos e Praticas*, 7(1), 22-43.

Moreno Gil, S., & Celis-Sosa, D. F. (2003). La calidad en los destinos turísticos emergentes de todo incluido: el caso de República Dominicana. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 12, 141-157.

Morgan, N., Pritchard, A., & Sedgley, D. (2015). Social tourism and well-being in later life. *Annals of tourism Research*, 52, 1-15.

Moscardo, G. (2009). Tourism and quality of life: Towards a more critical approach. *Tourism and hospitality research*, 9(2), 159-170.

Muñiz, D. R. T., & Brea, J. A. F. (2010). Gestión de crisis en el turismo: la cara emergente de la sostenibilidad. *Tourism & Management Studies*, (6), 49-58.

Nawijn, J., & Mitás, O. (2012). Resident attitudes to tourism and their effect on subjective well-being: The case of Palma de Mallorca. *Journal of Travel Research*, 51(5), 531-541.

Ng, S. L., & Feng, X. (2020). Residents' sense of place, involvement, attitude, and support for tourism: a case study of Daming Palace, a Cultural World Heritage Site. *Asian Geographer*, 37(2), 189-207.

Nicholas, L. N., Thapa, B., & Ko, Y. J. (2009). Residents' perspectives of a world heritage site: The pitons management area, st. Lucia. *Annals of tourism research*, 36(3), 390-412.

Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M. V., & Hernández-Lara, A. B. (2019). Tourism research on sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability*, 11(5), 1377.

Norussis, M.J. (1993). *SPSS. Statistical Data Analysis*. SPSS Inc.

Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of tourism research*, 39(1), 243-268.

Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2010). Small island urban tourism: a residents' perspective. *Current Issues in Tourism*, 13(1), 37-60.

Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2012). Power, trust, social exchange and community support. *Annals of tourism research*, 39(2), 997-1023.

Nunkoo, R., & Smith, S. L. (2013). Political economy of tourism: Trust in government actors, political support, and their determinants. *Tourism management*, 36, 120-132.

Nunkoo, R., & So, K. K. F. (2016). Residents' support for tourism: Testing alternative structural models. *Journal of Travel Research*, 55(7), 847-861.

Nunkoo, R., Ramkissoon, H., & Gursoy, D. (2012). Public trust in tourism institutions. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1538-1564.

Nunnally, J., & Bernstein, I. (1994): *Psychometric Theory*. McGraw-Hill.

Nurlaela, S., Mursito, B., Shodiq, M. F., Hadi, P., & Rahmawati, R. (2021). Economic Empowerment of Agro Tourism. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 741-748.

OMT (1995). *Concepts, definitions and classifications of tourism statistics*. Organización Mundial del Turismo (OMT).

OMT (2010). *Perspectivas y respuestas para la recuperación turística*. Organización Mundial del Turismo.

OMT (2021). *Las emisiones de CO2 del sector turístico correspondientes al transporte*. Organización Mundial del Turismo.

OMT (2021). *UNWTO tourism dashboard*. Organización Mundial del Turismo.

ONE (2020). *Censos*. Disponible en: <https://www.one.gob.do/censos>

Orgaz Agüera, F. (2013). Incidencia del marco legal del turismo en el desarrollo del Ecoturismo. Estudio de caso en República Dominicana. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 8, 4-23.

Orgaz-Agüera, F. (2014). Turismo y cooperación al desarrollo: Un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos. *El Periplo Sustentable*, (26), 47-66.

Orgaz-Agüera, F., & Cañero Morales, P. (2015). Ecoturismo y desarrollo sostenible. Un estudio de caso en comunidades rurales de República Dominicana. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1425-1435.

Orgaz-Agüera, F., & Cañero Morales, P. M. C. (2016). Ecoturismo en comunidades rurales: análisis de los impactos negativos para la población local. Un estudio de caso. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, (120), 99-120.

Orgaz-Agüera, F., & López- Guzmán, T. L. (2015b). Potencialidades del turismo ornitológico en El Caribe. Un análisis de República Dominicana. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(1), 43-55.

Orgaz-Agüera, F., & López-Guzmán, T. (2015a). Análisis del perfil, motivaciones, y valoraciones de los turistas gastronómicos. El caso de la República Dominicana. *ARA: Journal of Tourism Research/Revista de Investigación Turística*, 5(1), 43-52.

Orgaz-Agüera, F., & Moral-Cuadra, S. (2020). The Relevance of the Souvenirs, Food, Experiences and Facilities of a Bordered Destination on the Key Relationship of Perceived Value, Attitudes and Satisfaction. *Journal of Borderlands Studies*, 1-20.

Orgaz-Agüera, F., Castellanos-Verdugo, M., Acosta Guzmán, J. A., Cobeña, M., & Oviedo-García, M. D. L. Á. (2020). The Mediating Effects of Community Support For Sustainable Tourism, Community Attachment, Involvement, and Environmental Attitudes. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1096348020980126.

Orgaz-Agüera, F., López-Guzmán, T., & Moral Cuadra, S. (2016). Análisis de la relación entre la valoración de un destino “todo incluido” y la satisfacción del turista. *Revista Turismo Estudios e Prácticas-RTEP/UERN*, 5(1), 88-112.

Oskarsson, S., Svensson, T., & Öberg, P. (2009). Power, trust, and institutional constraints: Individual level evidence. *Rationality and Society*, 21(2), 171-195.

Oviedo-García, M. Á., González-Rodríguez, M. R., & Vega-Vázquez, M. (2019). Does sun-and-sea all-inclusive tourism contribute to poverty alleviation and/or income inequality reduction? The case of the Dominican Republic. *Journal of Travel Research*, 58(6), 995-1013.

Oviedo-García, M. Á., Vega-Vázquez, M., Castellanos-Verdugo, M., & Orgaz-Agüera, F. (2019). Tourism in protected areas and the impact of servicescape on tourist satisfaction, key in sustainability. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 74-83.

Oviedo-Garcia, M. A., Castellanos-Verdugo, M., & Martin-Ruiz, D. (2008). Gaining residents' support for tourism and planning. *International journal of tourism research*, 10(2), 95-109.

Oviedo-Garcia, M. A., Castellanos-Verdugo, M., & Martin-Ruiz, D. (2008). Gaining residents' support for tourism and planning. *International journal of tourism research*, 10(2), 95-109.

Oviedo-García, M. Á., Castellanos-Verdugo, M., Vega-Vázquez, M., & Orgaz-Agüera, F. (2017). The Mediating roles of the overall perceived value of the ecotourism site and attitudes towards ecotourism in sustainability through the key relationship ecotourism knowledge-ecotourist Satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 203-213.

Palmer, A., Koenig-Lewis, N., & Jones, L. E. M. (2013). The effects of residents' social identity and involvement on their advocacy of incoming tourism. *Tourism Management*, 38, 142-151.

Pan, S. Y., Gao, M., Kim, H., Shah, K. J., Pei, S. L., & Chiang, P. C. (2018). Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy. *Science of the Total Environment*, 635, 452-469.

Park, D. B., Nunkoo, R., & Yoon, Y. S. (2015). Rural residents' attitudes to tourism and the moderating effects of social capital. *Tourism Geographies*, 17(1), 112-133.

Park, M. K., Yang, I. S., Yi, B. S., & Kim, Y. S. (2010). Analysis of the quality attributes and the customer satisfaction in school foodservice by school type and distribution place. *Journal of the Korean dietetic association*, 16(2), 83-99.

Parsons, E. C., & Draheim, M. (2009). A reason not to support whaling—a tourism impact case study from the Dominican Republic. *Current Issues in Tourism*, 12(4), 397-403.

Pearce, D. W., Turner, R. K., & Turner, R. K. (1990). *Economics of natural resources and the environment*. Johns Hopkins University Press.

Peralta, L. (2021). *Tourism in Central America and the Dominican Republic in the face of digital technologies: Challenges and opportunities for MSMEs*. CEPAL.

Perdomo, L., Arias, Y., León, Y., & Wege, D. (2010). Áreas Importantes para la Conservación de las Aves en la República Dominicana. *Grupo Jaragua y el Programa IBA-Caribe de BirdLife International: República Dominicana. Santo Domingo, República Dominicana.*

Perilla, L. V. P. (2021). Economía y desarrollo a partir de la actividad turística en el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Colombia. *Negocios, gestión y sostenibilidad*, 2(2), 50-63.

Petrick, J. F. y Backman, S. J. (2002). An examination of the construct of perceived value for the prediction of golf travelers' intentions to revisit. *Journal of Travel Research*, 41(1), 38-45.

Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism management*, 31(6), 754-758.

Pigram, J. J. (1990). Sustainable tourism-policy considerations. *Journal of Tourism Studies*, 1(2), 2-9.

Portoreal, F., & Morales, M. (2011). Análisis crítico de la legislación y las políticas turísticas en República Dominicana. *Turismo placebo. Nueva colonización turística: del Mediterráneo a Mesoamérica y El Caribe. Lógicas espaciales del capital turístico. Editorial Enlace, Managua*, 29-52.

Pramesti, I. G. A. A., Putra, G. B. B., & Yuesti, A. (2020). The Role of Agrotourism in Sustainable Tourism Development in Bali Province. In *Proceeding 1st International Conference of Innovation on Science and Technology for Sustainable development (ICISTSD) 2020* (Vol. 1, No. 1, pp. 6-11).

Rainforest Alliance (2006). *Profiles in Sustainability: Kraft Takes the Lead in Supporting Sustainable Coffee Production*. Rainforest Alliance, New York, NY.

Ramkissoon, H., & Nunkoo, R. (2011). City image and perceived tourism impact: Evidence from Port Louis, Mauritius. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 12(2), 123-143.

Ramkissoon, H., Smith, L. D. G., & Weiler, B. (2013). Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental

behaviours: A structural equation modelling approach. *Tourism management*, 36, 552-566.

Ramos-Cepeda, V.M. (2021). *Análisis del impacto socioeconómico de las micros, pequeñas y medianas empresas en la región noroeste de la República Dominicana. Un análisis cuantitativo*. Tesis Doctoral. Universidad de Córdoba, Córdoba (España).

Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., & Ahmad, A. G. (2017). The effects of community factors on residents' perceptions toward World Heritage Site inscription and sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(2), 198-216.

Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., & Ramayah, T. (2015). A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. *Tourism Management Perspectives*, 16, 335-345.

Rasoolimanesh, S. M., Taheri, B., Gannon, M., Vafaei-Zadeh, A., & Hanifah, H. (2019). Does living in the vicinity of heritage tourism sites influence residents' perceptions and attitudes?. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(9), 1-24.

Reinartz, W., Haenlein, M., & Henseler, J. (2009). An empirical comparison of the efficacy of covariance-based and variance-based (SEM). *International Journal of Research in Marketing*, 26(4), 332-344.

Riveros, H., & Blanco, M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local* (No. IICA SDT-18). IICA, Lima (Perú). PRODAR.

Roberts, N., & Thatcher, J. B. (2009). Conceptualizing and testing formative constructs: Tutorial and annotated example. *The Data Base for Advances in Information Systems*, 40(3), 9-39.

Rodil, X. (2009). *O agroturismo en Galiza: modalidade distintiva do turismo rural? Un estudo das casas de labranza da provincia de Lugo*. Universidade de Vigo.

Rodríguez Alonso, G. (2019). El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. *Centro agrícola*, 46(1), 62-65.

Rodríguez, X. A., Martínez-Roget, F., & Pawlowska, E. (2013). Academic tourism: a more sustainable tourism. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 13(2), 89-98.

Roessingh, C., & Duijnhoven, H. (2005). Small entrepreneurs and shifting identities: The case of tourism in Puerto Plata (Northern Dominican Republic). *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2(3), 185-202.

Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of management review*, 23(3), 393-404.

Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D., & McLennan, C. L. J. (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: A 25-year bibliometric analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 517-535.

Ruiz, E., Hernández, M., & Coca, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(3), 399-418.

Ryan, C. (2003). *Recreational tourism*. Channel View Publications.

Ryan, C., Smee, A., Murphy, S., & Getz, D. (1998). New Zealand events: A temporal and regional analysis. *Festival Management and Event Tourism*, 5(1-2), 71-83.

San Martín, H., De los Salmenes Sanchez, M. M. G., & Herrero, Á. (2018). Residents' attitudes and behavioural support for tourism in host communities. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(2), 231-243.

Sayadi, S., & Calatrava, J. (2001). Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español. *Cuadernos de turismo*, (7), 131-157.

Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of environmental psychology*, 30(1), 1-10.

Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2019). Global tourism vulnerability to climate change. *Annals of Tourism Research*, 77, 49-61.

Šegota, T., Mihalič, T., & Kuščer, K. (2017). The impact of residents' informedness and involvement on their perceptions of tourism impacts: The case of Bled. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(3), 196-206.

Serrano, A. M. P., Sánchez, J. P. J., Valverde, B. R., & Arnaiz, F. C. (2010). Turismo rural y empleo rural no agrícola en la Sierra Nororiental del estado de Puebla: caso red de Turismo Alternativo Totaltikpak, AC. *Investigaciones Geográficas (Mx)*, (71), 57-71.

Sharpley, R. (2008). Planning for tourism: The case of Dubai. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 5(1), 13-30.

Sharpley, R. (2014). 15. Sustainability: A Barrier to Tourism Development?. In *Tourism and Development* (pp. 428-452). Channel View Publications.

Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49.

Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1932-1946.

Sheldon, P. J., & Abenoja, T. (2001). Resident attitudes in a mature destination: the case of Waikiki. *Tourism management*, 22(5), 435-443.

Shmueli, G., & Koppius, O. R. (2011). Predictive analytics in information systems research. *MIS Quarterly*, 35(3), 553-572.

Shmueli, G., Ray, S., Velasquez-Estrada, J.M., & Chatla, S.B. (2016). The elephant in the room: Predictive performance of PLS models. *Journal of Business Research*, 69, 4552-4564.

Simmel, E. (1978). Antisemitismus und Massen-Psychopathologie. *Psyche*, 32(5-6), 492-527.

Srivongs, K., & Tsuchiya, T. (2012). Relationship between local residents' perceptions, attitudes and participation towards national protected areas: A case study of Phou Khao Khouay National Protected Area, central Lao PDR. *Forest policy and economics*, 21, 92-100.

Skoczen, K. N. (2008). Almost paradise: The cultural politics of identity and tourism in Samana, Dominican Republic. *The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*, 13(1), 141-167.

Smith, V. L., & Eadington, W. R. (Eds.). (1992). *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism*. University of Pennsylvania Press.

Soteriades, M. D., & Dimou, I. (2011). Special events: A framework for efficient management. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 20(3-4), 329-346.

Spanou, E. (2006). The impact of tourism on the sociocultural structure of Cyprus. *TOURISMOS: An International Multidisciplinary Refereed Journal of Tourism*, 2(1), 145-162.

Steiger, R., Scott, D., Abegg, B., Pons, M., & Aall, C. (2019). A critical review of climate change risk for ski tourism. *Current Issues in Tourism*, 22(11), 1343-1379.

Stone, M. (1974). Cross-validation and multinomial prediction. *Biometrika*, 61(3), 509-515.

Stovall, W., Higham, J., & Stephenson, J. (2019). Prepared for take-off? Anthropogenic climate change and the global challenge of twenty-first-century tourism. In *Handbook of Globalisation and Tourism*. Edward Elgar Publishing.

Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259-271.

Streukens, S., & Leroi-Werelds, S. (2016). Bootstrapping and PLS-SEM: A step-by-step guide to get more out of your bootstrap results. *European Management Journal*, 34(6), 618– 632.

Stylidis, D. (2018). Place attachment, perception of place and residents' support for tourism development. *Tourism Planning & Development*, 15(2), 188-210.

Tabales, A. F., Ceballos Vázquez, B., Arteaga, J. M. C., & Aguilar, M. M. (2012). El turismo ornitológico en España como modalidad emergente. Organización interna de la actividad y caracterización de la demanda. *Papers de turisme*, (42), 41-55.

Tägtström, T., & Vikström, R. (2020). All-inclusive or Not-inclusive?:-Towards a more sustainable use of water and electricity by the tourism sector in the Dominican Republic. Linneuniversitetet.

Tanguay, G. A., Rajaonson, J., & Therrien, M. C. (2013). Sustainable tourism indicators: Selection criteria for policy implementation and scientific recognition. *Journal of sustainable Tourism*, 21(6), 862-879.

Taveras, J.M. (2017). La mano de obra extranjera como motor de desarrollo del turismo agroindustrial de la región noroeste de la República Dominicana. TURyDES, *Revista de Turismo y Desarrollo Local*, 10(23), 1-6.

Taveras, J.M. (2019). El agroturismo. Un nuevo modelo de diversificación económica en la provincia Valverde, República Dominicana. *Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales*, 4(4), 50-55.

Taveras, J.M., & Moral-Cuadra, S. (2020). Valoración del apoyo al desarrollo del agroturismo sostenible a través del apego a la comunidad, las percepciones y la participación de los residentes. *Revista Espacios*, 41(50), 1-12.

Taylor, J. P. (2001). Authenticity and sincerity in tourism. *Annals of tourism research*, 28(1), 7-26.

Tella, R. D., MacCulloch, R. J., & Oswald, A. J. (2003). The macroeconomics of happiness. *Review of Economics and Statistics*, 85(4), 809-827.

Thongma, W., Leelapattana, W., & Hung, J. T. (2011). Tourists' satisfaction towards tourism activities management of Maesa community, Pongyang sub-district, Maerim district, Chiang Mai province, Thailand. *Asian Tourism Management*, 2(1), 86-94.

Timothy, D. J. (2002). *Tourism and political boundaries* (Vol. 8). Routledge.

Timothy, D. J., & Tosun, C. (2003). Arguments for community participation in the tourism development process. *Journal of Tourism Studies*, 14(2), 2-15.

Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of tourism research*, 29(1), 231-253.

Tosun, C. (2006). Expected nature of community participation in tourism development. *Tourism management*, 27(3), 493-504.

Tovar, C., & Lockwood, M. (2008). Social impacts of tourism: An Australian regional case study. *International journal of tourism research*, 10(4), 365-378.

Trentelman, C. K. (2009). Place attachment and community attachment: A primer grounded in the lived experience of a community sociologist. *Society and natural resources*, 22(3), 191-210.

Troncoso, B. (1999). Turismo sostenible y ecoturismo. *IX Convención Nacional de Estudiantes de Hotelería y Turismo (CONEHOTU)*, Venezuela.

Tyrrell, T. J., & Spaulding, L. A. (1984). A survey of attitudes toward tourism growth in Rhode Island. *Hospitality Education and Research Journal*, 8(2), 22-33.

Um, S., & Crompton, J. L. (1987). Measuring resident's attachment levels in a host community. *Journal of travel research*, 26(1), 27-29.

UN (2019). *Sustainable development goals*. Disponible en: <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>

UNWTO/UNDP (2017). *Tourism and the sustainable development goals—Journey to 2023*. UN World Tourism Organization/United Nation Development Programme

Upchurch, R. S., & Teivane, U. (2000). Resident perceptions of tourism development in Riga, Latvia. *Tourism Management*, 21(5), 499-507.

Uysal, M., Sirgy, M. J., & Perdue, R. R. (2012). The missing links and future research directions. In *Handbook of tourism and quality-of-life research* (pp. 669-684). Springer, Dordrecht.

Van Winkle, C. M., & Woosnam, K. M. (2014). Sense of community and perceptions of festival social impacts. *International Journal of Event and Festival Management*, 5(1), 22-38.

Vargas-Sánchez, A., do Valle, P. O., da Costa Mendes, J., & Silva, J. A. (2015). Residents' attitude and level of destination development: An international comparison. *Tourism Management*, 48, 199-210.

Vargas-Sánchez, A., Plaza-Mejía, M. D. L. Á., & Porrás-Bueno, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387.

Vargas, M. V. R., Ocaña, Á. F. O., & Chaviano, E. L. M. (2017). Modelo para la gestión integrada del turismo comunitario en Ecuador, caso de estudio Pastaza. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (123), 250-275.

Velikova, N., Murova, O., & Dodd, T. H. (2013). Emerging wine market in the Dominican Republic: Consumer market analysis. *Wine Economics and Policy*, 2(2), 76-84.

Villareal, R., & Van Der Horst, A. (2008). Estrategia de competitividad turística de la República Dominicana. *ARA: Journal of Tourism Research/Revista de Investigación Turística*, 1(1), 15-28.

Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: change, impacts, and opportunities*. Pearson Education.

Wang, S., & Chen, J. S. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28.

Wang, S., & Xu, H. (2015). Influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 47, 241-250.

Wen, J., Wang, W., Kozak, M., Liu, X., & Hou, H. (2021). Many brains are better than one: the importance of interdisciplinary studies on COVID-19 in and beyond tourism. *Tourism Recreation Research*, 46(2), 310-313.

Werts, C. E., Linn, R. L., & Jöreskog, K. G. (1974). Interclass reliability estimates: testing structural assumptions. *Educational and Psychological Measurement*, 34, 25-33

Weston, R., & Mota, J. C. (2012). Low carbon tourism travel: Cycling, walking and trails. *Tourism Planning & Development*, 9(1), 1-3.

Williams, L., Vandenberg, R.J., & Edwards, R.J. (2009). Structural equation modeling in management research: A guide for improved análisis. *The academy of Management Annals*, 3(1), 543-604.

Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of tourism research*, 50, 84-97.

Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of tourism research*, 50, 84-97.

Woosnam, K. M. (2012). Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development. *Journal of Travel Research*, 51(3), 315-327.

Woosnam, K. M., Aleshinloye, K. D., Ribeiro, M. A., Stylidis, D., Jiang, J., & Erul, E. (2018). Social determinants of place attachment at a World Heritage Site. *Tourism management*, 67, 139-146.

Woosnam, K. M., Norman, W. C., & Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245-258.

Woosnam, K. M., Norman, W. C., & Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245-258.

World Bank (2020). *Dominican Republic Forest Note: Opportunities for Employment, Tourism, and Energy*. World Bank.

Xu, S., Barbieri, C., Anderson, D., Leung, Y. F., & Rozier-Rich, S. (2016). Residents' perceptions of wine tourism development. *Tourism Management*, 55, 276-286.

Yoon, M. H., Beatty, S. E., & Suh, J. (2001). The effect of work climate on critical employee and customer outcomes: an employee-level analysis. *International Journal of Service Industry Management*, 12(5), 500-521.

Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism management*, 22(4), 363-372.

Zenker, S., & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic—A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism management*, 81, 104164.

Zhang, J., Inbakaran, R. J., & Jackson, M. S. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and host—Guest interaction in the urban—rural border region. *Tourism geographies*, 8(2), 182-204.

Zuo, B., Gursoy, D., & Wall, G. (2017). Residents' support for red tourism in China: The moderating effect of central government. *Annals of Tourism Research*, 64, 51-63.

ANEXOS 1: Cuestionario

INFORMACIÓN GENERAL

Este cuestionario versa sobre la importancia del **AGROTURISMO en la región**. Rellenar el cuestionario le llevará menos de 12 minutos. **Todas las respuestas recogidas son confidenciales y ninguna será identificada de forma individual**. Su participación es vital para el objetivo del proyecto. **Gracias por su colaboración**.

Sección 1. Pensando en SUS PERCEPCIONES SOBRE EL TURISMO y el AGROTURISMO (turismo que involucra la agricultura y ganadería), valore las siguientes afirmaciones y señale con un círculo en qué medida está de acuerdo con ellas (1 totalmente en desacuerdo, 2 relativamente en desacuerdo, 3 indiferente, 4 relativamente de acuerdo, 5 totalmente de acuerdo):

AA1	La diversidad del patrimonio debe ser valorada y protegida	1	2	3	4	5
AA2	El entorno de la región debe protegerse ahora y en el futuro	1	2	3	4	5
AA3	El desarrollo de infraestructura ayuda a conservar el patrimonio natural de la región	1	2	3	4	5
PP1	El desarrollo del turismo crea más empleos para mi región	1	2	3	4	5
PP2	El desarrollo del turismo atrae más inversión a mi región	1	2	3	4	5
PP3	Nuestro nivel de vida aumenta con el desarrollo del turismo	1	2	3	4	5
PP4	El desarrollo del turismo mejora la infraestructura y servicios públicos (carreteras, etc.)	1	2	3	4	5
PP5	El desarrollo del turismo ayuda a preservar el medio ambiente y la naturaleza	1	2	3	4	5
PP6	El desarrollo del turismo ayuda a preservar los edificios históricos	1	2	3	4	5
PP7	El desarrollo del turismo mejora la apariencia de la región	1	2	3	4	5
PP8	El desarrollo del turismo mejora la identidad cultural de la región	1	2	3	4	5
PP9	El desarrollo del turismo promueve el intercambio cultural entre residentes y turistas	1	2	3	4	5
PP10	El desarrollo del turismo mejora las oportunidades de ocio y recreación en la región	1	2	3	4	5
PP11	El turismo contribuye a mejorar la reputación de mi región en el extranjero	1	2	3	4	5
PN1	El turismo aumenta los impuestos en mi región	1	2	3	4	5
PN2	El turismo aumenta el coste de vida en mi región (precios más altos de los productos, etc.)	1	2	3	4	5
PN3	El turismo contribuye a generar negocios que atentan contra los valores (prostitución, etc.)	1	2	3	4	5
PN4	El turismo perjudica el patrimonio cultura de mi región	1	2	3	4	5
PN5	El turismo conduce al colapso de los servicios públicos ofrecidos en mi región	1	2	3	4	5
PN6	El turismo aumenta el robo y el vandalismo en mi región	1	2	3	4	5
PN7	El turismo causa daños al medio ambiente de mi región	1	2	3	4	5
PN8	El turismo aumenta los niveles de contaminación en mi región	1	2	3	4	5
PN9	El turismo genera problemas de tráfico y parqueo en mi región	1	2	3	4	5
AS1	El agroturismo generaría beneficios positivos para mi región	1	2	3	4	5
AS2	El agroturismo sería una buena actividad para mi región	1	2	3	4	5
AS3	Me gustaría que el sector agroturismo desempeñe un papel importante en mi región	1	2	3	4	5
AS4	El agroturismo debe ser fomentado activamente en mi región	1	2	3	4	5
AT1	La interacción con los agroturistas que visitarían mi región sería agradable	1	2	3	4	5
AT2	La interacción con los agroturistas que visitarían mi región sería placentera	1	2	3	4	5
AT3	Interactuar con los agroturistas que visitarían mi región sería divertido	1	2	3	4	5
AT4	La interacción con los agroturistas que visitarían mi región sería positiva	1	2	3	4	5
OP1	Las autoridades locales turísticas están en contacto con los residentes de la región	1	2	3	4	5
OP2	Las autoridades turísticas consultan o informan a los residentes las nuevas decisiones	1	2	3	4	5
OP3	Los intereses de los residentes se incorporan a los planes de gestión turísticos de la región	1	2	3	4	5
OP4	La población local participa en la planificación turística	1	2	3	4	5
KA1	El turismo debe integrar la conservación de las zonas naturales	1	2	3	4	5
KA2	Los beneficios económicos del turismo son tan importantes como proteger la naturaleza	1	2	3	4	5
KA3	Las áreas protegidas, zonas naturales y animales necesitan más protección	1	2	3	4	5
KA4	El aumento del turismo no perjudicaría la naturaleza de la región	1	2	3	4	5
KA5	Debería haber más áreas naturales protegidas en la región	1	2	3	4	5
KT1	Conozco como el turismo desarrolla mi región	1	2	3	4	5
KT2	Conozco sobre los turistas que visitan mi región	1	2	3	4	5
KT3	Conozco los posibles impactos del turismo	1	2	3	4	5
KT4	Entiendo el rol del Gobierno Local en el desarrollo del turismo	1	2	3	4	5
KT5	Conozco las diferentes políticas turísticas del Gobierno Local	1	2	3	4	5
PT1	Confío en las decisiones turísticas tomadas por el Gobierno Local	1	2	3	4	5
PT2	Confío en el Gobierno Local	1	2	3	4	5
PT3	El Gobierno Local está haciendo buen trabajo para el turismo de la región	1	2	3	4	5

Sección 2. Pensando en SU REGIÓN DONDE VIVE, valore las siguientes afirmaciones y señale con un círculo en qué medida está de acuerdo con ellas (1 totalmente en desacuerdo, 2 relativamente en desacuerdo, 3 indiferente, 4 relativamente de acuerdo, 5 totalmente de acuerdo):

PA1	Siento que esta región es parte de mí	1	2	3	4	5
PA2	Esta región es muy especial para mí	1	2	3	4	5
PA3	Me identifico fuertemente con esta región	1	2	3	4	5
PA4	Me siento muy conectado con esta región y con las personas que viven aquí	1	2	3	4	5
PA5	Esta región significa mucho para mí	1	2	3	4	5
PA6	No cambiaría vivir en esta región por otro lugar	1	2	3	4	5
PA7	Esta región es el mejor lugar que conozco	1	2	3	4	5
PA8	Extraño esta región cuando no estoy aquí	1	2	3	4	5
PA9	Tengo sentimientos positivos hacia esta región	1	2	3	4	5
PA10	Tengo un sentido de pertenencia por esta región	1	2	3	4	5
PA11	Tengo un apego emocional a esta región, que es muy especial para mí	1	2	3	4	5
PA12	Estoy dispuesto a invertir mi tiempo o dinero para mejorar esta región	1	2	3	4	5
ST1	Apoyo firmemente el desarrollo turístico	1	2	3	4	5
ST2	Realizo sugerencias para mejorar el desarrollo del turismo	1	2	3	4	5
ST3	Participo activamente en la planificación turística	1	2	3	4	5
ST4	Participo en la mejora de proyectos turísticos	1	2	3	4	5
ST5	Me gustaría ver más turistas en la región	1	2	3	4	5
ST6	Me gustaría visitar lugares turísticos en mi región	1	2	3	4	5
ST7	Recomiendo los atractivos turísticos que existen en mi región a otras personas	1	2	3	4	5
ST8	Ofrezco mi participación para realizar eventos y actividades turísticas en mi región	1	2	3	4	5
ST9	Creo que el turismo debe fomentarse más en mi región	1	2	3	4	5
ST10	Apoyo el desarrollo del turismo	1	2	3	4	5
ST11	Me gustaría que el turismo se convirtiera en parte importante para mi región	1	2	3	4	5
ST12	El Gobierno Local debe fomentar más el desarrollo del turismo en la región	1	2	3	4	5
ST13	El Gobierno debería apoyar más el desarrollo del turismo	1	2	3	4	5
PS1	Estoy satisfecho con mi vida en esta región	1	2	3	4	5
PS2	En esta región puedo satisfacer mis necesidades	1	2	3	4	5
PS3	Los productos y servicios que me ofrece esta región me satisfacen	1	2	3	4	5
PS4	Vivir en esta región suele ser una experiencia muy satisfactoria	1	2	3	4	5
PC1	La participación de los residentes en el turismo mejoraría la conservación de la región	1	2	3	4	5
PC2	La participación de los residentes en el turismo mejoraría la experiencia de los turistas	1	2	3	4	5
PC3	Los residentes pueden conservar mejor que los extranjeros los recursos turísticos	1	2	3	4	5
PC4	Los residentes de esta región están involucrados en el turismo	1	2	3	4	5
PC5	Los residentes de esta región participan en la gestión de los recursos naturales y culturales	1	2	3	4	5
SQ1	Estoy satisfecho con mi calidad de vida	1	2	3	4	5
SQ2	Estoy satisfecho con mi forma de vida	1	2	3	4	5
SQ3	Me siento satisfecho de cómo vivo en esta región	1	2	3	4	5

Sección 3: DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS (Marque lo que proceda).

- F1 **Género:** Masculino , Femenino
- F2 **Provincia donde reside:** Valverde , Santiago Rodríguez , Dajabón , Monte Cristi
- F3 **Edad:** De 18-29 , De 30-39 , De 40-49 , 50-59 , 60 o más
- F4 **Nivel de estudios:** Sin estudios , Primaria , Secundaria , Universitario
- F5 **¿Cuál es su sueldo mensual?:** Menos de RD\$10,000 , RD\$10,001-20,000 , RD\$20,001-30,000 , Más de 30,000
- F6 **¿Cuántas personas viven en su casa? (contándose usted):** 1 , De 2-4 , 5 o más
- F7 **¿Trabaja?:** Sí , No
- F8 **¿Trabaja en agricultura?:** Sí , No
- F9 **¿Trabaja en turismo?:** Sí , No

¡Muchas GRACIAS por su colaboración!

