

La imagen social del impacto del turismo sobre el medio ambiente

RAQUEL HUETE NIEVES

Universidad de Alicante

INTRODUCCIÓN

La preocupación de los ciudadanos y las instituciones sobre los problemas ambientales derivados del crecimiento económico se ha acelerado en los últimos años. Desde hitos tan importantes como el informe del Club de Roma sobre *Los límites del crecimiento* (1972) hasta la fecha, se han sucedido numerosas iniciativas de diferentes instituciones y organismos sobre los retos que plantea la consecución de un desarrollo económico más armónico con el medio ambiente. En este proceso destaca, sin duda, el informe Brundtland de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas (1987) que afirma que la política de desarrollo sostenible es aquella que cubre las necesidades del presente sin arriesgar las necesidades que les pudiesen surgir a las generaciones futuras. A partir de ahí se sentaron las bases para el afianzamiento de este nuevo paradigma del desarrollo y se profundizó en la Conferencia de Río de Naciones Unidas sobre Desarrollo y Medio Ambiente (1992). Esta conferencia mundial supuso el reconocimiento internacional de la gravedad de los problemas y la necesidad de introducir cambios en los patrones del desarrollo, destacando especialmente la interpretación del concepto de sostenibilidad como integración de los aspectos ambientales, sociales, culturales y económicos, a escala global y local.

En este contexto, el turismo se ha consolidado como una actividad de gran trascendencia económica y social con perspectivas de convertirse en la “primera industria del siglo XXI”. Progresivamente, la influencia del turismo ha ido abarcando a un número creciente de espacios, al tiempo que las manifestaciones turísticas han cobrado mayor diversidad en consonancia con la sofisticación de la demanda y los cambios acaecidos en el entorno económico, político, social o tecnológico. Una cierta inquietud sobre los impactos negativos del turismo existe desde los tiempos en que podemos identificar el turismo como una actividad moderna de ocio. Por ejemplo, el propio Thomas Cook en 1848 lo reflejaba en el folleto para visitantes de un castillo en Inglaterra (Sharpely, 1994). Sin embargo, la

dialéctica entre la actividad turística y la conservación del medio ambiente ha acrecentado su importancia en la medida en que crecen las cifras globales del turismo, así como su intensidad en determinados espacios receptores, y éste tiende a ocupar un papel cada vez más destacado en las políticas de desarrollo a todos los niveles.

La Organización Mundial de Turismo, el Consejo Mundial del Turismo y los Viajes (World Travel & Tourism Council, WTCC), y el Consejo de la Tierra adaptaron en 1995 las recomendaciones emanadas de la Conferencia de Río a los viajes y el turismo, haciendo hincapié en que la protección de los recursos naturales y culturales es la “base misma de sus negocios” y en que el desarrollo a largo plazo requiere la acción concertada de los gobiernos y de todos los sectores de la industria turística.

Son numerosas las iniciativas que abundan en la necesidad de alcanzar un desarrollo turístico sostenible desde diferentes ámbitos: organismos internacionales, gobiernos nacionales, regionales, locales, sectores empresariales, organizaciones no gubernamentales, etc. Sin duda alguna, el debate acerca del desarrollo sostenible constituye un relevante foco de atención social que se ha trasladado también a la actividad turística en función de sus propias características: dependencia de los activos naturales en tanto que factores de atracción y recursos para la producción, creciente sensibilización ambiental de la demanda turística y de las sociedades receptoras, gestión ambiental en las empresas como mecanismo de reducción de costes, etc. (Hunter y Green, 1996)

Sin embargo, queda mucho camino por recorrer. Por una parte, el término “desarrollo turístico sostenible”, de profusa utilización, ha cobrado significados distintos y, a veces, hasta antagónicos, convirtiéndose en un concepto polisémico en función de quien lo utiliza. Por otra parte, mientras que se ha avanzado mucho en formulaciones teóricas de carácter general, sigue siendo necesario desarrollar métodos y técnicas que conviertan en operativa la filosofía que subyace en este término.

En esta exposición, nos ocuparemos en primer lugar de los turistas que “disfrutan” de un modelo de desarrollo turístico que ha alcanzado unas proporciones alarmantes es esta región del Mediterráneo: el llamado turismo residencial o turismo inmobiliario. Es un tipo de desarrollo muy depredador de recursos que tiene unos impactos muy negativos sobre el medio ambiente (Lickorish y Jenkins, 2000). Esas consecuencias ambientales negativas han sido reconocidas como una de las causas principales de la crisis turística que padeció la Comunidad Valenciana finales de los ochenta y primeros noventa (Mazón, 2001).

Teniendo en cuenta que “la imagen del destino es uno de los principales factores de decisión de la demanda turística sobre el lugar de vacaciones” (Cooper y otros, 1998:39), y que el entorno medioambiental forma una de las dimensiones de la imagen de un destino turístico con mayor peso, la preocupación medioambiental aparece cada vez con más fuerza en los debates sobre calidad e imagen del destino turístico. Por tanto, el valor ecológico, definido como aquella idea que orienta nuestra acción en el sentido ecológicamente sostenido (Aledo, 2001) debería ocupar un lugar central a la hora de seleccionar el destino vacacional. Desde finales de los 80, la preocupación de los expertos por el deterioro medioambiental del litoral valenciano se atribuye ya no al “turismo sino al modelo turístico (o más bien a la falta de modelo)” (Fayos-Solà, 1989:99).

De lo anteriormente expuesto se podría deducir que en una situación de alta degradación medioambiental, la demanda se resentirá. No obstante, la naturaleza de la relación entre reputación e imagen, y la comprensión de su efecto sobre el comportamiento del turista, representa aún un reto para los investigadores del sector turístico (Christou, 2002) (Awaritefe, O D, 2003).

En segundo lugar, nos fijaremos en las actitudes de los ciudadanos que residen en áreas turísticas cuyas opiniones sobre el desarrollo turístico despiertan un interés creciente tanto para los académicos como para los planificadores y los empresarios. Estos últimos quieren instalar sus negocios allá donde el turista sea bien recibido, los políticos y planificadores turísticos pretenden que la sociedad receptora perciba que obtiene más ventajas que inconvenientes con el desarrollo turístico; y los académicos buscan, sobre todo, marcos de referencia para entender mejor las actitudes de los residentes (Hernandez, Cohen and Garcia, 1996)

Los factores que influyen en las opiniones de los residentes sobre el turismo, se han descrito según sus impactos sociales, culturales, económicos y medioambientales (Gee, Mackensand Choy, 1989; Milman and Pizam, 1987; Perdue, Long and Allen, 1990) Los impactos favorables se describen como “beneficios” mientras que los impactos desfavorables se consideran “costes”. Teóricamente si los individuos actúan racionalmente, estarán a favor del desarrollo turístico si los beneficios son mayores que los costes. Gursoy y Jurowski (2004) explican el comportamiento de los residentes mediante la teoría del intercambio social en relación con la distancia entre el lugar de residencia y el enclave turístico.

Según el informe de MORI (*Market Opinion Research Institute*), citado por Holden (2000), en una encuesta llevada a cabo en Reino Unido en verano de 1995 cuando se preguntó ¿Cuánto daño causan al medio ambiente el turismo y los viajes? El 64% de los encuestados respondió que se causaba algún daño. Sin embargo, en la misma encuesta, cuando se preguntó sobre el daño causado por el turismo en comparación con otras industrias, se situó al turismo en el puesto 14 de las 17 posibles opciones, detrás de otros servicios como el transporte por carretera.

En el estudio realizado por Liu y Var en Hawaii, se concluye que los residentes están muy de acuerdo con que el turismo aporta grandes beneficios sociales y culturales pero no son tan positivos a la hora de valorar los impactos ambientales: si bien creen que se debe priorizar el respeto al medio ambiente sobre los beneficios económicos, no están dispuestos a modificar su nivel de vida con este propósito ecológico (Liu y Var, 1982)

EL PUNTO DE VISTA DE LOS TURISTAS: EL BAJO SEGURA

Por lo anteriormente expuesto, parece claro que el estado medioambiental del destino, forma parte del conjunto de aspectos que valora un turista antes de decidirse por el lugar de sus vacaciones, algo impensable hasta hace poco tiempo.

Los resultados que se presentarán a continuación son parte de una encuesta integrada en un proyecto de investigación llamado “*METASIG TURISMO: Planificación y*

gestión sostenible del turismo. Propuesta metodológica y aplicación de un sistema de información turística"¹³¹. El proyecto perseguía elaborar una metodología para la planificación turística desde los principios de sostenibilidad económica, cultural, social y ambiental, basada en el desarrollo de un sistema de información geográfica (Vera Rebollo, 2001). La propuesta metodológica resultante se aplicó a tres áreas piloto con diferentes grados de especialización turística: las Alpujarras almerienses en Andalucía, la Ría de Muros-Noia en Galicia, y el litoral del Bajo Segura en la Comunidad Valenciana.

El litoral de la comarca del Bajo Segura, situada al sur de la provincia de Alicante y cuyo principal enclave turístico es Torrevieja, ha llegado a ser una de las zonas en las que el desarrollo del modelo de turismo residencial se ha llevado a cabo de modo más espectacular (Mazón y Aledo, 1997). Los municipios de Torrevieja, Guardamar, Pilar de la Horadada y Orihuela (playas) representan un destino paradigmático del modelo de desarrollo del turismo residencial. Por ejemplo, el municipio de Torrevieja, con una fuerte implantación del turismo residencial (1.400 plazas hoteleras y 400.000 en viviendas de segunda residencia) se encuentra en fase de consolidación-estancamiento, caracterizado por la dispersión territorial de las urbanizaciones, la baja calidad de las mismas, la escasez de oferta complementaria turística, una generalizada ausencia de servicios urbanos y sociales y procesos de fuerte impacto medioambiental. Estudiar hasta qué punto la calidad ambiental percibida afecta a la satisfacción de la demanda en un destino paradigmático del modelo turístico residencial fue uno de los principales objetivos de la citada encuesta. Además, la encuesta trató de caracterizar la demanda turística de la zona: perfil de la demanda (estacionalidad, medios de transporte, tipología de alojamiento, actividades que se realizan, gasto medio y procedencia), y de conocer la sensibilidad medioambiental de los turistas.

El trabajo de campo se desarrolló en verano de 2001 en los municipios de Torrevieja, Orihuela, Pilar de la Horadada y Guardamar. Se realizaron un total de 415 entrevistas con 400 cuestionarios válidos. Las entrevistas fueron realizadas por entrevistador en la calle en diferentes puntos de muestreo. Debido a la inexistencia de una población muestral, es decir, una lista de todos los turistas, el método de muestreo que se utilizó es el *line transect sampling* (Seber, 1986, citado en Reig García y Coenders Gallard, 2002). Consiste en entrevistar a todos los miembros de la población que se encuentran en un momento determinado al avanzar en línea recta desde un punto de partida y con una dirección determinada. Este método ofrece resultados muy similares a los de un método probabilístico. Para evitar que por el momento en el que se haga la encuesta unos grupos de edad o un sexo se sobre representen, las entrevistas se realizaron a distintas horas y además se estableció un esquema de cuotas por sexo y edad (Pizam, 1994). Se estableció también una cuota para extranjeros.

¹³¹ METASIG TURISMO. Ref. 17D97-0403. Comisión Europea y Programa I+D+I MCYT. Director: Dr. F. Vera Rebollo.

Tabla 1
FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

Universo	Turistas en la zona que la hayan visitado con anterioridad o que lleven más de 3 días de vacaciones.
Tamaño del universo	Para el cálculo del tamaño muestral se considera infinito.
Tamaño de la muestra	400
Procedimiento de muestreo	Muestreo aleatorio simple por cuotas.
Error de estimación a priori	5,00%
Nivel de confianza	95%

Fuente: METASIG

En cuanto al perfil de la demanda, se detecta un cierto nivel de cautividad de la demanda que tiene vivienda en propiedad, ya que este grupo (que es el más numeroso) suele viajar bastante menos a otros sitios que aquellos que se hospedan en un alojamiento comercial. Asimismo la mayoría de turistas vienen en coche particular y han venido con anterioridad. El tamaño del grupo que suele venir está entre dos o tres personas, su estancia más habitual es de un mes o tres semanas y se suele gastar en torno a 15 euros por persona y día.

El cuestionario incluía una pregunta dividida en dos partes relacionadas y cuyas respuestas estaban basadas en una escala Likert. De acuerdo con el modelo de medida de actitud de Ryan (1995), la primera parte preguntaba sobre los factores que el turista suele considerar generalmente como más importantes cuando decide su destino vacacional. La segunda parte, evaluaba hasta qué punto el destino en estudio cumplía esos atributos. En este sentido, la información obtenida era mejor que un simple indicador de satisfacción, el cual hubiera sido muy difícil de relacionar con las causa de esa satisfacción o insatisfacción resultante.

Los resultados muestran que los turistas están bastante satisfechos en cuanto a las variables que podríamos considerar como relacionadas con el medio ambiente:

Tabla 2

	Puntuaciones medias	Importancia	Adecuación
Clima		4,7	4,6
Calidad de las playas		4,5	3,4
Atractivo del paisaje y entorno urbano		3,6	3,3
Oferta de diversión y entretenimiento		3,5	3,3
Atractivos históricos y culturales		3,1	2,3
Relación calidad-precio		4,3	3,3
Destino tranquilo y no masificado		4,1	2,6
Calidad del alojamiento		4,5	4,3
Calidad de los restaurantes y bares		3,8	3,5
Calidad del urbanismo y la edificación		3,5	3,0

	Puntuaciones medias	Importancia	Adecuación
Oferta comercial		3,8	3,4
Facilidades para la circulación peatonal		4,2	2,8
Tráfico fluido		4,1	1,8
Facilidad para aparcar		4,1	1,8
Escaso nivel de ruidos		4,2	2,8
Seguridad ciudadana		4,6	3,2
Limpieza de espacios públicos		4,4	3,1
Espacios para disfrutar de la naturaleza		3,8	2,7
Buena atención sanitaria		4,7	2,5
Posibilidad de practicar deportes		3,1	3,3
Promedio		4,8	4,6
(sólo en la adecuación)... Valoración global de como lugar de vacaciones			3,7

Pregunta: *A continuación, le voy a comentar una serie de aspectos relativos a las vacaciones. Me gustaría que me dijese qué importancia les da usted entre 1 y 5. Por ejemplo, si usted no le da ninguna importancia diga 1 y si es muy importante para usted diga 5.(1) Ahora vamos a repasar los mismos aspectos y me gustaría que valorara en qué grado los cumple entre 1 y 5. (A).*

Fuente: METASIG

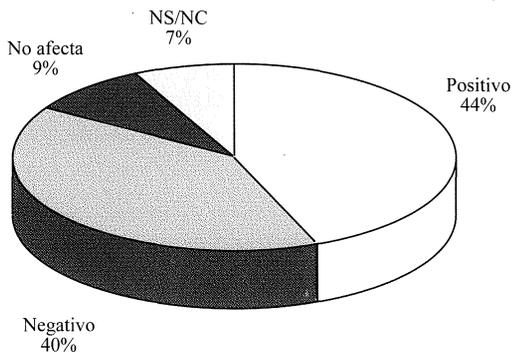
Existe una plena congruencia con respecto a lo que más le gusta al turista medio de la zona: considera como factor más importante “sol y playa” a la hora de elegir destino turístico, opina que la adecuación de la zona referida a “sol y playa” es muy buena, afirma que la actividad que practican principalmente es la de ir a la playa, y los lugares más visitados son las playas de otro municipio. Otras actividades realizadas por los turistas son ir a mercadillos, practicar deportes y acudir a locales de diversión y ocio. A las dos últimas, curiosamente, les dan poca importancia. Aquellos turistas que realizan más excursiones son los que vienen en avión o autobús, frente a los que vienen en su coche que realizan pocas.

Con un Análisis de Componentes Principales se redujeron las variables a una serie de factores: calidad de vida; oferta complementaria; oferta comercial y de ocio; tráfico, calidad urbana, y “sol y playa”. Se les aplicó una regresión que indicó que los factores de adecuación más útiles a la hora de explicar la opinión global del lugar de vacaciones percibida por los turistas son la oferta complementaria, “sol y playa” y calidad urbana. La opinión sobre adecuación de aquellos turistas que visitan por primera vez la zona de vacaciones es mejor en cuanto a la relación calidad precio, la calidad de la restauración, las facilidades de circulación peatonal y los espacios para disfrutar de la naturaleza y peor en cuanto a la calidad del alojamiento.

En lo que respecta a las opiniones sobre los impactos sociales y ambientales del turismo, se observa un efecto de deseabilidad social en las preguntas más directas: afirman que es un asunto urgente, que los problemas relativos al medio ambiente son muy graves (los menos graves son el ruido y la falta de espacios verdes), que estarían dispuestos a pagar como turistas para la conservación del medio ambiente.

Gráfico 1

¿CREE QUE EL DESARROLLO TURÍSTICO HA SIDO POSITIVO O NEGATIVO PARA EL ENTORNO NATURAL Y EL PAISAJE?



Fuente: METASIG

El porcentaje de personas que piensan que ha sido positivo en este caso es inferior al 50%, pero superan a aquellos los que opinan que es negativo.

Cuando se cruza esta pregunta sobre el impacto del desarrollo turístico para el entorno natural y el paisaje con el resto de variables se observa que:

- No hay diferencias significativas por edad ni por nivel de estudios.
- Un porcentaje significativamente mayor de extranjeros que de españoles opina que el turismo no afecta al entorno natural y el paisaje.
- Aquellos turistas que opinan que la conservación del medio ambiente no es un problema inmediato y urgente creen en mayor medida que el efecto del turismo sobre el entorno natural y el paisaje es positivo.
- El grupo de turistas que piensa que el turismo no afecta al entorno natural considera de menor gravedad los problemas medioambientales que aquellos que opinan que el impacto del desarrollo turístico es positivo y también los que piensan que es negativo.

Por otra parte, la implicación para la conservación del medio ambiente se ve como algo institucional: son los Ayuntamientos (33%) y los Gobiernos Central (16%) y Autonómico (23%) los que se deben implicar, no las personas (turistas ni residentes) (10%) ni las empresas turísticas (6%).

Sintetizando, el perfil de la demanda de Bajo Segura a partir de un análisis cluster basado en los factores obtenidos con el ACP y descritos anteriormente, los grupos o clusters que se obtienen son tres: el primer grupo es muy asiduo al lugar de vacaciones (viven en la Comunidad Valenciana), que se consideran prácticamente residentes (con vivienda propia) y que, al pasar más tiempo en el lugar de vacaciones, visitan más otros lugares cer-

canos. Según sus afirmaciones parecen los más implicados con el medio ambiente y los más críticos con la adecuación del lugar de vacaciones. El segundo grupo visita el lugar de vacaciones en verano exclusivamente (viven más lejos), con vivienda comercial y que visitan más los espacios naturales. Parecen poco implicados con el medio ambiente y son los que mayor adecuación perciben del lugar de vacaciones. El tercer grupo visita el lugar de vacaciones en verano y fines de semana (viven en mayor medida en Murcia), y realizan un menor número de visitas. Es el grupo menos implicado con el medio ambiente, lo que más les preocupa es la calidad urbana (tranquilidad y calidad del alojamiento y del urbanismo) y son poco críticos con la adecuación del lugar de vacaciones.

LA OPINIÓN DE LOS RESIDENTES

Un equipo de la Universidad de Alicante participa en el proyecto *AQUADAPT*¹³² el cual surge a partir de la Directiva Marco de la Unión Europea sobre agua y de la necesidad de investigar el problema del agua desde una perspectiva multidisciplinar y coevolutiva las relaciones entre la demanda y la oferta de agua. Muchas regiones europeas están sometidas a fuertes presiones respecto del agua debidas al cambio climático, aumento de la población, degradación de la calidad del agua y otros procesos tanto socio económicos como ambientales; el objetivo general de *AQUADAPT* es producir herramientas que sustenten una planificación estratégica y una gestión de los recursos en regiones semiáridas, a nivel de cuenca, bajo modelos de oferta y demanda de agua cambiantes. Concretamente, en el trabajo que nos ocupa, el equipo de investigación se encargó del estudio del uso del agua en sus variantes individuales, de hogares y comunitarias bajo diferentes condiciones de disponibilidad del recurso.

El área de estudio en España es la Marina Baixa, una comarca del norte de la provincia de Alicante, con un desarrollo turístico dual: por una parte, el desarrollo hotelero de sol y playa de Benidorm y, por otra, el resto de municipios que han seguido un modelo más parecido al del Bajo Segura, que hemos denominado turismo residencial o turismo inmobiliario. Aunque como se ha explicado, el objetivo principal de la investigación no era el estudio del turismo, debido a las enormes consecuencias que esta actividad tiene sobre la zona, se incluyeron en la encuesta varias preguntas relacionadas directamente con el turismo y su impacto ecológico.

El trabajo de campo de la encuesta se llevó a cabo en verano de 2003 mediante entrevistas personales en los hogares elegidos por rutas aleatorias. Ya que para el objetivo del trabajo era fundamental tener en cuenta los diferentes desarrollos urbanos de la comarca, para determinar la muestra, se subdividió la misma en 4 áreas según el tamaño de la población censada. Se realizaron 411 entrevistas con un nivel de confianza de 95% ($p=q=50$) y un margen de error de $\pm 5\%$. El cuestionario aplicado se realizó en común

¹³² *AQUADAPT* "Strategic tools to support adaptive, integrated water resource management under changing utilisation conditions at catchment level: A co-evolutionary approach" Contract N° EVK1-CT-2001-00104 (<http://www.aquadapt.net>). Director del Work package 2 en Alicante: Dr. A. Aledo.

para los 4 países participantes, Francia, Reino Unido y Eslovenia, además de España que integran el grupo de trabajo encargado de las cuestiones sociales dentro del proyecto AQUADAPT. No obstante, se incluyeron preguntas específicas por país. En el caso español, las preguntas sobre turismo era evidentemente inevitables.

El problema de la escasez y calidad del agua es percibido por los encuestados como uno de los problemas medioambientales más graves a nivel mundial (24% lo eligen al seleccionar 2 de una lista de 7 items) pero en pregunta abierta cuando se refieren al nivel local es el segundo problema más nombrado, sólo por detrás de la construcción masiva. En una región como la Costa Blanca en la que el desarrollo turístico se ha venido ejecutando de forma acelerada y no planificada, la actividad turística si bien representa el principal motor de desarrollo económico, también es el máximo consumidor de recursos naturales. Por lo tanto, no es demasiado arriesgado afirmar que el turismo podría ser considerado por los ciudadanos residentes como un importante agresor ecológico. En concreto, cuando los ciudadanos son preguntados acerca de qué sector económico es el mayor consumidor de agua, responden que el turismo en un 64% de los encuestados, seguido de lejos por la agricultura (17%). No hay diferencia cuando se identifica al segundo mayor consumidor: el consumo doméstico es la opción más puntuada (31%), y el ocio va detrás (25%). Esta percepción socialmente compartida, no estaría basada en datos reales de consumo de agua (Fuentes, Bengoechea y Rubert, 2000). La agricultura es el mayor consumidor de agua y la creencia de que lo es el turismo, se basa más bien en la ideología que relaciona la abundancia de agua y el progreso económico y social. El 65% de los encuestados están de acuerdo con la afirmación “El desarrollo económico se relaciona con la disponibilidad de agua, por lo que las áreas desarrolladas lo son en parte porque tienen agua disponible”. Sin embargo, en un periodo de sequía, los encuestados darían preferencia para el abastecimiento de agua a la agricultura frente al turismo en un 57% de los casos. No obstante, si tenemos en cuenta el lugar de residencia, este porcentaje disminuye allí donde el turismo es la actividad fundamental y aumenta en los municipios en los que la actividad agrícola es aún destacada.

CONCLUSIONES

La situación de las dos comarcas estudiadas es similar en cuanto a niveles de degradación medioambiental. El desarrollo de un modelo turístico no planificado basado sustancialmente en el llamado turismo residencial causa un continuo incremento de la demanda de recursos naturales, especialmente agua y suelo, en una región con un ya importante déficit hídrico y una incipiente escasez de suelo disponible. Con este panorama, cuando se pregunta sobre el medio ambiente a escala local, los residentes de la Marina Baixa están muy preocupados por la actividad constructora de la región, sin embargo, los turistas del Bajo Segura, aunque entienden que es un destino masificado, valoran positivamente los aspectos medioambientales de la comarca.

En esta comunicación se ha intentado relacionar los resultados de dos encuestas diferentes en diferentes comarcas alicantinas pero que comparten unas características muy

similares. De este modo se ha pretendido reflexionar acerca de cómo los turistas perciben el fenómeno turístico de un modo positivo para el medio ambiente mientras que los residentes, otorgan al turismo un papel completamente distinto en cuanto a problemas y necesidades ambientales se refiere.

Sin embargo, queda mucho por saber: ¿hasta qué punto influye una alteración de las características ambientales de un destino turístico en su aceptación por parte de la demanda turística?, ¿un empeoramiento de las condiciones medioambientales por cualquier razón tendrá efectos negativos sobre la demanda turística?, ¿hasta cuándo estarán dispuestos las autoridades locales y los empresarios de la zona a invertir en acciones de desarrollo sostenible si una mejora de la calidad medioambiental no supone un aumento del número de visitantes?

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALEDO, A Y DOMÍNGUEZ, J A (dir) (2001). *Sociología Ambiental*. Grupo Editorial Universitario, Granada.
- AWARITEFE, O D (2003) “*Destination Environment Quality and Tourists’ Spatial Behaviour in Nigeria: a Case Study of Third World Tropical Africa International*” en *Journal of Tourism Research*, 5: 251–268.
- CHRISTOU, E (2002) “*Examining the impact of tourist destination image and reputation on visitor loyalty likelihood*” en *Tourism Today*, 2: 42-61.
- COOPER, C. y otros (1998) *Tourism. Principles and Practice*. Prentice Hall (2ª ed.). Londres.
- FAYOS-SOLÀ, E. (1989) “*Environment and Tourism. The Valencian case*” en *Papers de Turisme*, 1: 86-108.
- FUENTES, BENGOCHEA y RUBERT (2000) “*Turismo y disponibilidad de recursos hídricos: el caso de Benidorm*” *Papers de Turisme*, 26: 29-47
- GEE, C, MACKENS J y CHOY D (1989) *The Travel Industry*. Van Nostrand Reinhold. New York
- GURSOY, D, y JUROWSKI, D. (2004) *Distance Effects on Residents’ Attitudes toward Tourism* *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No. 2: 296–312,

- HERNANDEZ, S., COHEN, J. y GARCIA H. (1996) *Residents' attitudes towards an instant resort enclave*. *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, No. 4: 755-779.
- HOLDEN, A (2000) *Environment and Tourism*. Routledge. Londres.
- HUNTER, C y GREEN H (1996) *Tourism and Environment. A sustainable relationship?* Routledge. (2ª ed.). Londres.
- LICKORISH, L J y JENKINS C L (2000) *Una Introducción al Turismo*. Síntesis. Madrid.
- LIU, J., y VAR T (1986) *Resident Attitudes Toward Tourism Impacts in Hawaii*. *Annals of Tourism Research* 13:193-214.
- MAZÓN, T (2001) *Sociología del turismo*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A. Madrid.
- MAZÓN T y ALEDO A (dir) (1997) *Bajo Segura: análisis turístico*. Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca. Diputación de Alicante. Alicante.
- MAZÓN T y otros (1996) *El turismo inmobiliario en la provincia de Alicante*. Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca. Diputación de Alicante. Alicante
- MILMAN, A, Y PIZAM A (1987) *Social Impact of Tourism on Central Florida*. *Annals of Tourism Research* 15:91-204.
- PERDUE, R, P LONG, y L ALLEN (1987) *Rural Resident Perceptions and Attitudes*. *Annals of Tourism Research*, 14:420-429.
- PIZAM, A (1994) *Planning a Tourism Research Investigation* en BRENT, JR y COELDER CH (eds) *Travel, Tourism and Hospitality Research. A handbook for Managers and Reserchers*. New York. John Wiley & Sons, Inc.
- REIG GARCIA, C y COENDERS GALLARD G (2002) "Segmentación del mercado turístico según las preferencias ambientales" en *Cuadernos de Turismo*, 9: 123-135
- RYAN, C (1995) *Researching Tourist Satisfaction. Issues, Concepts, Problems*. *Roudledge, Londres*
- SHARPLEY, R (1994) *Tourism, Tourists and Society*. *Londres, ELM Publications*
- SMITH, S (1995) *Tourism analysis. A handbook*. *Essex, Longman*
- VERA REBOLLO, J F (dir) (2001) Documento de Trabajo. Planificación y gestión sostenible del turismo, propuesta de indicadores en METASIG. Proyecto Planificación y gestión sostenible del turismo, propuesta metodológica y aplicación de un sistema de información turística [en línea]. *Instituto de Geografía. Universidad de Alicante*. <<http://www.ua.es/escuela.turismo/DOCUMENTODETRABAJO.pdf>> [Consulta: 20 septiembre 2003]
- VERA REBOLLO, J F e IVARS BAIDAL, J A (2003) *Measuring Sustainability in a Mass Tourist Destination: Pressures, Perceptions and Policy Responses in Torreveja, Spain*. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 11, nº 2&3: 181-203

WILLIAMS, J., y LAWSON R (2001) Community Issues and Resident Opinions of Tourism. *Annals of Tourism Research* 28:269–290.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC), WORLD TOURISM ORGANIZATION (WTO), EARTH COUNCIL (EC) (1997) Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry. *WTO, Madrid*.