

Los impactos turísticos en un destino emergente a través de la percepción del empresariado local: el caso de Fisterra

Melchor Fernández Fernández¹

Oleg Lazovski²

Guillermo Real Neri³

Resumen:

El incremento de visitantes en destinos emergentes genera impactos económicos, socioculturales y ambientales para las sociedades de acogida que deben ser considerados para la planificación y gestión sostenible del destino. Conocer la percepción de los residentes y sobre todo de aquellos más directamente afectados (empresariado local) ofrece información relevante para explorar los potenciales beneficios del desarrollo de la actividad turística y también de los desajustes que esta puede provocar. En la mayoría de los casos se sobreentiende una reacción favorable, siempre y cuando los beneficios del sector para el conjunto de agentes sean percibidos como favorables, es decir que los beneficios en términos de renta, actividad y empleo superen a los costes. Pero, además, conocer cuál es la percepción de todos los empresarios sobre el impacto de la actividad turística en su localidad y su grado de concordancia con las cifras oficiales, permite analizar si se están contabilizando bien sus costos y sus beneficios. En este trabajo se analiza la percepción del impacto del sector turístico en el desarrollo de Fisterra en función de las prioridades económicas y políticas (de corto y largo plazo) del municipio desde la óptica de empresas locales de diferentes actividades económicas. De manera preliminar podemos concluir que los empresarios tienen una percepción poco positiva de los beneficios del turismo en el desarrollo de Fisterra, a pesar de que la mayoría de ellos coincide en que favorece el empleo, favorece las sinergias en la comarca y que contribuye a mejorar los servicios de hostelería y restauración. Este resultado incide en la posibilidad de estar infravalorando los costes de la actividad turística y sobre todo su relación con la actividad pesquera que sigue manteniéndose como la alternativa de empleo para muchos de los residentes en Fisterra.

Palabras Clave: Impacto Turístico, Empresariado Local, Desarrollo Local

¹ GAME-IDEGA, Universidade de Santiago de Compostela. melchor.fernandez@usc.es

² GAME-IDEGA, Universidade de Santiago de Compostela. lazovski@usc.es

³ El Colegio de México. greal@colmex.mx

Tourism impacts in an emerging destiny through the local entrepreneurship perception: the Fisterras case

Abstract:

The increase in visitors to emerging destinations generates economic, socio-cultural and environmental impacts for host societies that must be considered for the planning and sustainable management of the destination. Knowing the perception of residents and especially those most directly affected (local business) offers relevant information to explore the potential benefits of the development of tourism activity and also the imbalances it can cause. In most cases a favorable reaction is understood, as long as the benefits of the sector for the group of agents are perceived as favorable, that is to say that the benefits in terms of income, activity and employment exceed the costs. But, in addition, knowing what is the perception of all the businessmen about the impact of the tourist activity in their locality and their degree of agreement with the official figures, allows to analyze if they are counting well their costs and their benefits. This paper analyzes the perception of the impact of the tourism sector on the development of Fisterra based on the economic and political priorities (short and long term) of the municipality from the perspective of local companies of different economic activities. In a preliminary way we can conclude that entrepreneurs have a low positive perception of the benefits of tourism in the development of Fisterra, although most of them agree that it favors employment, favors synergies in the region and contributes to improving hotel and catering services. This result affects the possibility of undervaluing the costs of tourism activity and especially its relationship with the fishing activity that continues to be the employment alternative for many of the residents in Fisterra

Keywords: Tourism Impact, Local Entrepreneurship, Local Development

1. INTRODUCCIÓN

A partir de la década de 1960, y a medida que las potencias occidentales vieron florecer sus economías, el sector servicios ha experimentado un auge importante en términos de relevancia socioeconómica (Crouch & Ritchie, 1999). El despliegue del sector turístico ha acompañado a este fenómeno, creando y consolidando nuevas rutas, productos y destinos tanto en Europa como en el resto del mundo. Durante las últimas décadas el turismo rural, una de las modalidades del turismo “moderno”, ha sido principalmente fomentado por las principales instituciones de la Unión Europea, como una herramienta de desarrollo de las áreas rurales (Barkauskas, Barkauskienė, & Jasinskas, 2015). De esta manera el turismo en espacios rurales empezó a proyectarse como una oportunidad y alternativa económica (Cebrián & García, 2010) a modo de ralentizar el declive agrícola y fomentar la diversificación de las actividades tradicionales (Valdés & Del Valle, 2010).

A la hora de vincular un término tan amplio como el desarrollo a un sector emergente y un espacio estático como el rural, es importante definir el concepto y sus aplicaciones en el ámbito regional y local. En sus estudios Coffey & Polèse (1984) proponen cuatro etapas de desarrollo, donde los factores endógenos juegan el papel protagonista. La primera fase se basa en la aparición del espíritu empresarial (en este caso de un nuevo sector). La segunda fase acoge el despegue inicial del empresariado. La tercera fase traza una influencia de las empresas locales más allá del área de la ubicación. Y por último, creación de una fuerte estructura económica basada en iniciativas locales. Autores como Barkauskas et al. (2015) afirman que una vez creado el despliegue empresarial y fortalecido el producto turístico final, el turismo rural conlleva a generar unos beneficios económicos mediante la disminución del desempleo y, en términos generales, mejorando la calidad de vida de la población anfitriona. Llegados a este punto, Crouch & Ritchie (1999) ponen en evidencia la dificultad para estimar unas medidas concretas, que puedan ofrecer una comprensión válida, sobre los impactos que el turismo pueda tener en la calidad de vida de los residentes del destino. Ante este escenario, donde la estimación de los beneficios del sector es un cálculo necesario, se precisa contar con unos mecanismos válidos que permitan construir un modelo descriptivo y predictivo de la actividad económica local (Wagner, 1997).

La aparición de un nuevo sector económico (como el turismo) en un espacio rural con unas dinámicas aun arraigadas al sector primario, casi siempre provoca una transformación en los principales ámbitos (socioeconómico, político, medioambiental, etc.). Varios autores (Coffey & Polèse, 1984; Valeri & Fadlon, 2018) coinciden en que en estos casos se producen unas transformaciones inevitables (tanto estructurales como sociales) que a su vez marcarán una coevolución entre el destino y el empresariado local, que se gestionará por los mecanismos del gobierno local a modo de mejorar las ventajas competitivas a largo plazo. Bajo esta premisa, Ap (1992) propone que las percepciones de los impactos del sector emergente han de ser valoradas; y no solo a la hora de controlar los beneficios personales sino para trazar unas políticas específicas de fomento y mejora continua. En este contexto, el objetivo de este trabajo es analizar la percepción

del impacto del sector turístico en el desarrollo de Fisterra desde la óptica de empresas locales de diferentes actividades económicas.

A fin de conseguir los objetivos marcados, se ha propuesto un análisis de datos estadísticos vinculados al mercado laboral de un municipio turístico durante un periodo que destaca por un fuerte aumento de la actividad turística. Junto a los datos secundarios recopilados, el estudio se enriquece con los datos primarios recopilados a través de una encuesta elaborada que recoge la suma de las percepciones del empresariado local.

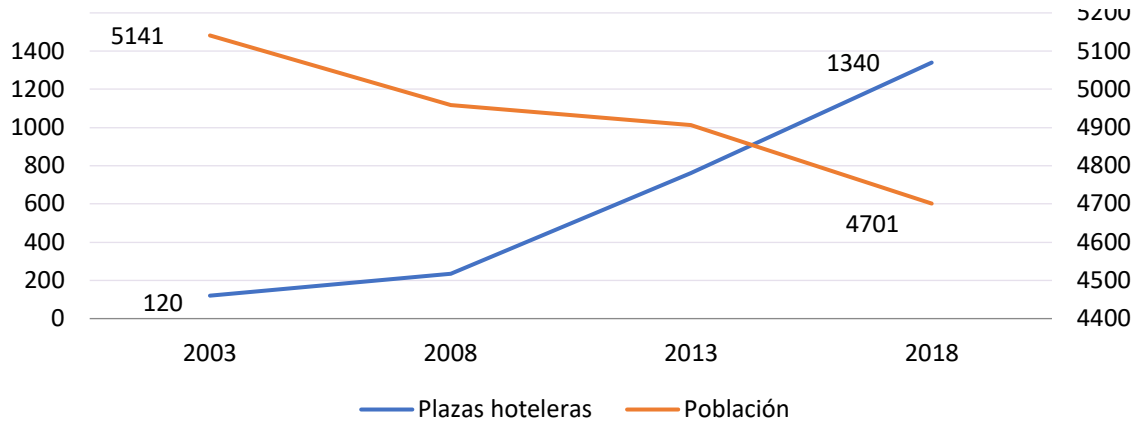
A continuación (apartado 2) se describe brevemente el área de estudio incidiendo en la dinámica positiva de la actividad turística que en el caso de estudio convive también con una importante actividad primaria vinculada a la pesca. En los siguientes apartados se desarrolla brevemente la metodología de análisis propuesta (apartado 3), se presentan los resultados obtenidos (apartado 4) y se ofrecen unas breves conclusiones (apartado 5).

2. ÁREA DE ESTUDIO

El área de estudio abarca el municipio de Fisterra, una localidad costera de Galicia, ubicada en el geodestino de Costa da Morte. Cabe destacar que en los últimos años el área ha sufrido unas importantes transformaciones relacionadas con el auge del sector turístico. Estamos ante un municipio con un marcado carácter rural⁴ donde, hasta ahora, la actividad pesquera ha marcado las dinámicas socioeconómicas, dando paso a la eclosión de una actividad turística emergente que se ha convertido en el principal motor económico del municipio (Lopez, Pérez, & Lois, 2017). De la misma manera que en muchos espacios rurales gallegos (Ulla & Pazos, 2010), Fisterra propone un modelo turístico con una excesiva estructura de alojamiento y restauración, pero con una escasa oferta complementaria. El municipio acoge uno de los itinerarios más transitados del Camino de Santiago, que se presenta como un producto turístico consolidado (Corpas, 2011) y cuenta también con el Faro de Fisterra (el faro del Fin del Mundo), un punto de atracción relevante tanto para los turistas como los excursionistas. De esta manera en la base de la demanda confluyen cuatro perfiles turísticos destacables: los turistas, los peregrinos, los excursionistas y los segundos residentes (Fernández & Lazovski, 2018). A parte del continuo aumento de la demanda en el destino, las recientes transformaciones vienen acompañadas de un notable proceso de despoblación y envejecimiento de la población local (Gráfica 1).

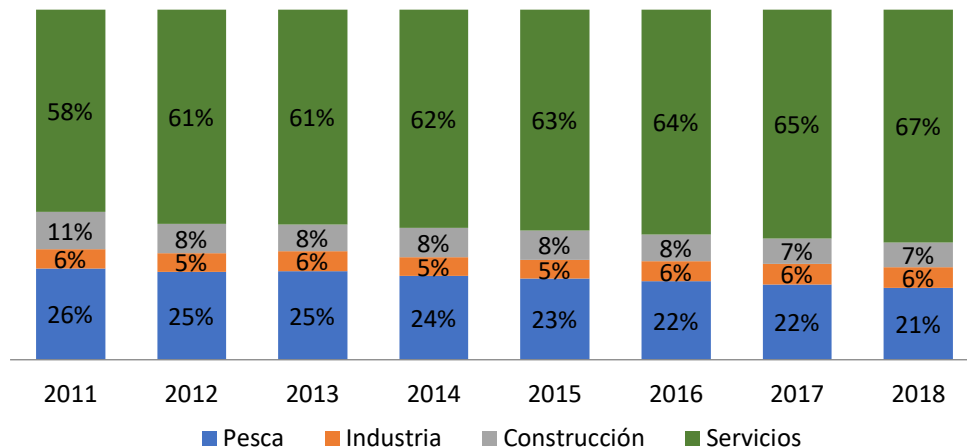
⁴ Fisterra está clasificado como Zona Poco Poblada, según la Clasificación del Grado de Urbanización 2016 del Instituto Galego de Estadística (http://www.ige.eu/web/mostrar_seccion.jsp?idioma=gl&codigo=0701). Esta clasificación divide a los ayuntamientos en función de su carácter urbano o rural en tres categorías siguiendo un estándar europeo (Zonas densamente pobladas, Zonas intermedias y Zonas poco pobladas).

Gráfica 1. Comportamiento de la planta alojativa fisterrana y la transformación demográfica



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 2. Evolución del número de afiliados por sectores (2011-2018)



Fuente: IGE. Elaboración propia

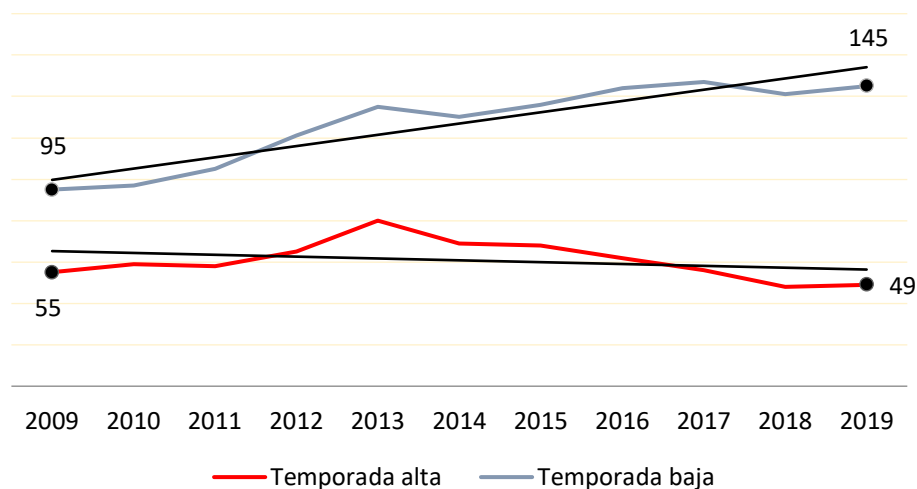
Tal y como se ha afirmado antes, estamos ante un municipio donde el sector agropesquero está perdiendo cuota de mercado laboral para dejar paso al tercer sector (Gráfica 2), fenómeno que reafirma aún más las transformaciones anteriormente mencionadas. No obstante, la relevancia del sector primario es aún muy destacable, ya que 1 de cada 5 afiliados se mantiene en el sector primario frente a 1 de cada 20 para el conjunto de Galicia.

Para entender mejor las fluctuaciones del mercado laboral hay que tener en cuenta las dinámicas de empleabilidad del modelo turístico local (Gráfica 3). Actualmente la hostelería es el

principal sector de actividad en términos de empleo en Fisterra (supone el 28% del empleo por cuenta ajena y el 32% del empleo por cuenta propia) por lo que su dinámica marca la dinámica agregada. No obstante, según los datos ofrecidos se puede observar que la brecha de la demanda entre temporadas (temporada baja – alta) es cada vez más notable. En otras palabras, a pesar de una constante pérdida de población en edad de trabajar, las dinámicas contractuales fisterranas proyectan una dependencia cada vez mayor del sector hostelero. Un indicador que subraya una fuerte estacionalidad laboral en el sector, que a su vez produce una inferencia directa en la calidad del mercado profesional local.

En términos de Coffey & Polèse, (1984) estamos ante un municipio que a priori ha pasado por las cuatro fases propuestas por los autores, además de ofrecer la imagen de un destino sólido con un producto turístico consolidado. No obstante, la escasa disponibilidad de los datos y la opacidad de estos no permiten configurar un análisis más detallado sobre los impactos iniciales del sector emergente.

Gráfica 3. Demandantes de empleo en el sector hostelero de Fisterra (2009-2019)



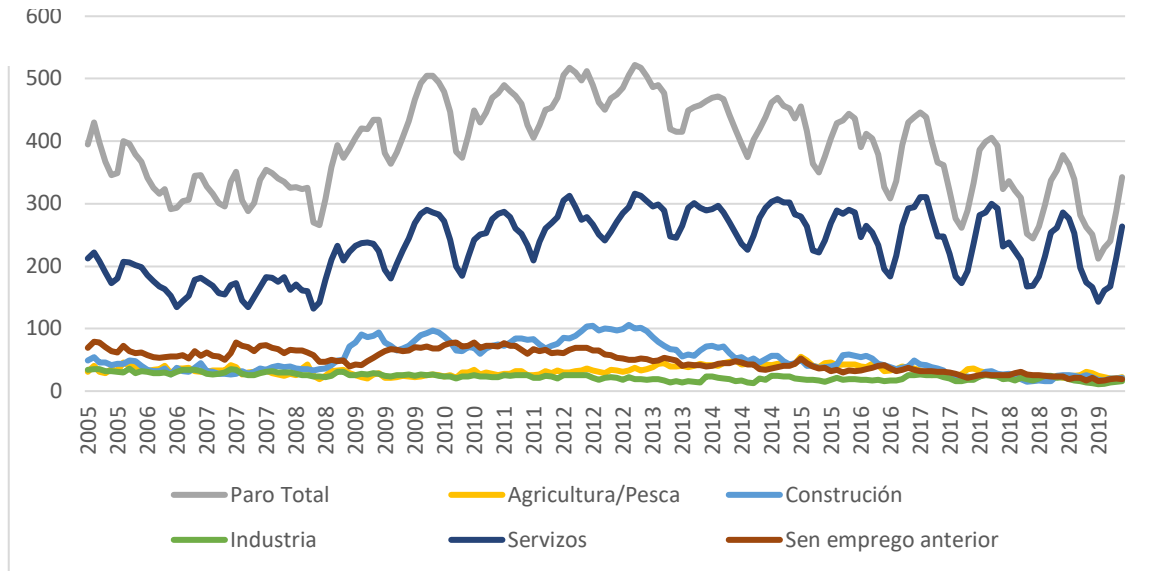
Fuente: IGE. Elaboración propia

3. METODOLOGIA

En función de lo anterior y con la finalidad de comparar los indicadores objetivos y la percepción del empresariado fisterrano se partirá del amplio consenso existente sobre el desarrollo como un proceso que abarca crecimiento económico y modernización económica y social, consistente en el cambio estructural de la economía y las instituciones vigentes cuyo resultado último es la consecución de un mayor nivel de desarrollo humano y una ampliación de la capacidad

y la libertad de las personas. Es usual tomar como punto de partida el Producto Interno Bruto per cápita (como principal proxy del nivel de desarrollo humano), sin embargo, dado el proceso de despoblación que enfrenta el municipio de Fisterra, este indicador es sesgado. Para aproximar y evaluar el desempeño del sector turístico en el empleo de Fisterra se obtuvieron del Instituto Galego de Estadística el número de personas en paro desde marzo de 2005 hasta noviembre de 2019 por sector de actividad económica.

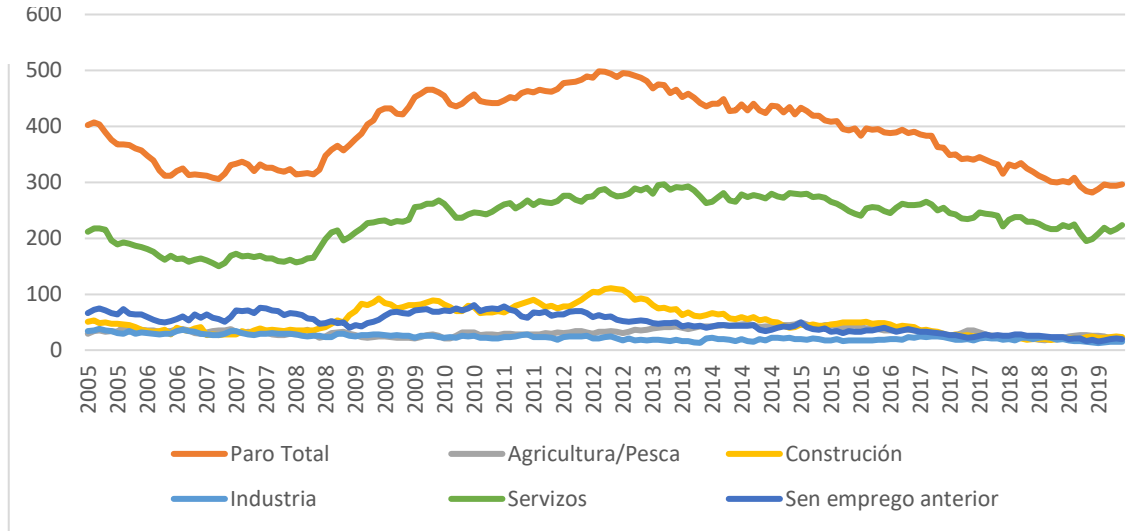
Gráfica 4. Número de desempleados por sector (2005 – 2019)



Fuente: Elaboración propia con datos del IGE

Como se puede observar, los datos contienen un fuerte componente estacional, por lo que se aplicó a las series el método X13 para desestacionalizarlas:

Gráfica 5. Series desestacionalizadas



Fuente: Elaboración propia con código del Economic Census

Posteriormente, cada una de las series se descompuso en sus componentes cíclicos y de tendencia mediante el filtro de Hodrick-Prescott con $\lambda = 14400$. Se estimó la regresión lineal:

$$U_t = \delta_0 + \sum_{i=1}^5 \delta_i U_{Sector_{i,t}} + \eta$$

Donde U_t es el total de personas en paro en el periodo t ; $U_{Sector_{i,t}}$ es el numero de personas en paro en el sector i en el periodo t , δ_0 capturaré la tendencia de paro mientras que δ_i brindará la aportación del i -esimo sector en el paro total de Fisterra:

Tabla 1. Paro de Fisterra⁵

	Paro Total
Agricultura	0.997*** (0.011)
Construcción	0.916*** (0.043)
Industria	0.576*** (0.122)
Servicios	1.003*** (0.010)
Sin Empleo	1.150***

5 Errores estándar en paréntesis

	(0.069)
Constante	5.959
	(0.00)
<i>R</i> ²	0.99
<i>N</i>	175

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar, los resultados de la regresión tienen el signo esperado y son altamente significativos. Durante el periodo comprendido entre marzo de 2005 hasta noviembre de 2019, el sector que más contribuyó a elevar el número de personas en paro fueron los servicios [al cual corresponden las actividades que se esperaba fueran beneficiadas (o perjudicadas) directamente por la actividad turista] seguido de la agricultura, el sector de la construcción (como era de suponerse) y por último la industria.

Lo primero a destacar es que, utilizando indicadores comunes, es difícil emitir un dictamen preciso sobre la contribución del turismo en el desarrollo, pues los datos son escasos y no permiten hacer inferencia con niveles de confiabilidad suficientes. Sin embargo, se puede decir, en términos generales, que los servicios, incluido el turismo, son el sector más dinámico de la economía de Fisterra, por lo que choques en este sector se propagan rápidamente a toda la economía y, por su puesto a sus habitantes. Por otro lado, desafortunadamente este sector posiblemente contrate a personal con poca cualificación, lo que puede inferirse de los niveles de cualificación observados para los trabajadores de esta actividad para el conjunto de la economía gallega.

Para poder comparar estos indicadores con la percepción del empresariado de Fisterra, se utilizará una encuesta realizada durante los meses de mayo y junio (2018) a un total de 74 establecimientos dedicados a diferentes actividades. Esta encuesta contiene información sobre los meses de apertura de los negocios, el número de empleados, un conjunto de preguntas de percepción sobre los beneficios del turismo sobre el desarrollo del municipio, un conjunto de preguntas de percepción sobre posibles problemas del turismo sobre el desarrollo y un desglose de su factura entre los principales visitantes.

4. RESULTADOS

Esta metodología no captura las repercusiones positivas o negativas del turismo en la vida cotidiana de los habitantes y de los empresarios del municipio de Fisterra reales sino su percepción sobre las mismas. Es razonable suponer que, si los beneficios agregados del sector turístico son superiores a sus costos, entonces la población local tendrá una opinión favorable del turismo y una opinión negativa en caso contrario. También es de suponer que aquellas actividades que “compitan” con las actividades propias del sector tendrán una opinión negativa, a pesar del buen

desempeño del sector, por lo tanto, el análisis estadístico y econométrico se realizara mediante clúster por tipo de actividad.

En consideración de lo anterior, lo primero será determinar si existen diferencias significativas entre los propietarios de los negocios de Fiestras de diferentes actividades en: meses de apertura y número de empleados⁷:

Tabla 2. Promedio de apertura y distribución del personal laboral

Actividad	n	Meses apertura	Empleados				Total
			Fijos		Temporales		
			T. completo	T. parcial	T. completo	T. parcial	
Comercio	14	11,64	1,50	0,36	0,07	0,21	2,14
		(1,34)	(1,29)	(0,63)	(0,27)	(0,80)	(1,56)
Alojamiento	28	8,61	2,46	0,61	0,25	0,61	3,93
		(2,27)	(2,36)	(1,13)	(0,59)	(0,92)	(2,79)
Restaurantes	14	9,86	3,21	0,36	2,71	0,86	7,14
		(2,35)	(2,36)	(0,93)	(2,64)	(1,99)	(4,22)
Café-bar	10	9,10	2,00	0,20	0,50	0,70	3,40
		(3,18)	(1,15)	(0,63)	(0,71)	(1,06)	(1,17)

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar, existen diferencias significativas tanto en los meses de apertura, como en el número de empleados que contratan los empresarios, dependiendo de la actividad que realicen.

En cuanto al porcentaje de ingresos atribuido a peregrinos, excursionistas, turistas y residentes (Tabla 3) se puede observar, primero, que, para los negocios con actividad comercial, su factura durante el año se concentra principalmente en los residentes, sin embargo, durante el periodo estival, la distribución de su factura cambia. Si bien, los residentes siguen contribuyendo con la mayor fracción, es importante destacar la importancia de los peregrinos para esta actividad. Esto contrasta con los negocios con actividades de alojamiento, cuyos ingresos principales durante el año provienen de los peregrinos, sin embargo, durante el periodo vacacional, esta cifra observa un caído de casi 10%. Por su parte, los restaurantes, durante el año tienen sus ingresos más o menos bien distribuidos en las categorías, sin embargo, durante el periodo vacacional, sus ingresos se concentran principalmente en el turismo. Por último, los café-bar, al igual que el comercio, durante el año dependen más de los residentes, sin embargo, durante el periodo estival la caída que presenta este rubro la competa el aumento en el consumo tanto de los peregrinos como de los turistas. Vale

6 Se eliminaron de la muestra las actividades 3, 4 y 7 debido a que solo hay una observación para cada una, lo que imposibilita hacer inferencia. Así mismo, se eliminó la actividad 12 la cual contiene solo 5 observaciones. El tamaño de la muestra ajustado es de 66 observaciones y solo contiene a las actividades 5, 9, 10 y 11.

7 Errors standard in parenthesis.

la pena señalar que los datos indican que los excursionistas son los que menos aportan a sus ingresos, en cualquier época del año.

Tabla 3. Distribución de los ingresos del empresariado de Fisterra

Actividad	Ingreso promedio							
	Peregrinos		Excursionistas		Turistas		Residentes	
	Anual	Estival	Anual	Estival	Anual	Estival	Anual	Estival
Comercio	17,00	24,64	4,07	5,71	21,43	22,57	57,50	47,07
	(15,49)	(20,24)	(4,36)	(4,75)	(14,47)	(15,17)	(27,93)	(30,67)
Alojamiento	63,43	54,93	2,14	1,79	32,46	41,14	1,96	2,14
	(31,69)	(35,58)	(5,68)	(4,76)	(28,46)	(32,97)	(5,50)	(5,68)
Restaurantes	31,00	20,71	19,21	15,93	27,14	45,71	22,64	17,64
	(22,00)	(17,08)	(18,72)	(14,13)	(21,55)	(24,56)	(25,22)	(24,32)
Café-bar	26,00	29,50	5,00	5,00	23,50	28,80	44,50	37,70
	(26,75)	(29,86)	(9,72)	(9,72)	(17,65)	(19,35)	(33,87)	(32,86)

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se presentan los resultados de un modelo *probit* ordinal en donde la variable dependiente es la percepción de los empresarios sobre el impacto del turismo en el desarrollo de Fisterra y los controles son: actividad de la empresa, porcentaje de facturación anual atribuido a peregrinos, excursionistas y turistas, si los empresarios consideran que el turismo es el principal ingreso del municipio, si el turismo mejora la infraestructura, si favorece al empleo, si beneficia a la comarca, si eleva la calidad de vida, si genera problemas, si genera masificación, si daña la imagen y si el turismo genera crimen (todas las variables contienen 5 categorías en donde 1 es la peor y 5 la mejor).

Tabla 4. Regresión *probit* multinomial (primera parte)

Actividad de la empresa	
Alojamiento	0.80 (1.88)
Restaurante	0.89 (2.19)
Café-Bar	5.02 *** (1.82)
Total Empleados	0.17 (0.17)
Total meses de actividad	0.20 (0.17)
Porcentaje de fractura anual por	

Peregrinos	0.04 (0.02)	
Excursionistas	0.00 (0.05)	**
Turistas	0.02 (0.02)	
/cut1	4.48 (6.32)	
/cut2	6.97 (6.53)	
/cut3	10.14 (6.56)	
/cut4	11.36 (6.55)	

Fuente: elaboración propia

Tabla 5. Regresión probit multinomial (2a parte)

El turismo:	es la fuente principal de ingresos	mejora la dotación de infraestructura	favorece la creación de empleo	beneficia a la comarca	aumenta la calidad de vida	contribuye a generar sinergias
2		-1.65 (1.62)		-4.68 (2.22)	-2.22 (3.81)	2.79 (2.20)
3	-0.32 (2.07)	-1.26 (1.27)	4.29 (2.38)	-4.39 (3.13)	-0.30 (3.50)	3.44 (1.71)
4	0.20 (2.28)	0.50 (1.47)	0.72 (2.59)	-6.03 (3.13)	0.74 (3.68)	5.48 (2.41)
5	0.36 (2.94)	0.00 (2.47)	0.68 (2.22)	-6.49 (2.63)	-2.86 (3.72)	3.55 (2.67)

Fuente: elaboración propia

Tabla 6. Regresión probit multinomial (3a parte)

El turismo:	ocasiona problemas de convivencia	aumenta la masificación	mejora la imagen del municipio	aumenta el crimen	mejora la calidad de la hostelería y la restauración
2	0.20 (0.96)	2.99 (2.61)	-4.29 (5.29)	-1.39 (1.16)	6.36 (5.98)
3	2.44 (0.99)	2.47 (1.78)	-6.10 (4.42)	-6.34 (1.71)	10.27 (5.40)
4	-3.26 (1.47)	5.44 (1.91)	-6.23 (4.47)	-1.35 (1.52)	7.23 (5.34)
5	-3.39 (2.15)	6.04 (1.78)	-1.69 (4.54)		5.98 (5.40)

Fuente: elaboración propia

Lo primero que hay que señalar es que, debido al poco número de observaciones, es difícil encontrar relaciones significativas, sin embargo, aun así el ejercicio econométrico permite hacer conjeturas interesantes. En las pineras dos tablas se presentan en dos partes los coeficientes de todos los regresores. La primera parte presenta los resultados de los regresores continuos y en la segunda parte todos los regresores categóricos.

Como se puede observar, los empresarios más sensibles respecto a la percepción del impacto del turismo en el desarrollo de Fisterra son aquellos propietarios de café-bar, así mismo, se puede observar que el otro coeficiente que resulto significativo (aunque de orden despreciable) es el porcentaje de factura asociada a excursionistas. Con respecto a la segunda tabla, se puede apreciar que, en general, los empresarios tienen una percepción poco positiva de los beneficios del turismo en el desarrollo de Fisterra, a pesar de que la mayoría de ellos coincide en que favorece el empleo y que favorece las sinergias en la comarca y que contribuye a mejorar los servicios de hostelería y restauración.

En la tabla 7 y 8, se presenta los efectos marginales de cada una de las variables categóricas sobre el impacto del turismo en el desarrollo de Fisterra. Esto es, en qué medida aumenta la probabilidad de que los empresarios elijan que el turismo no contribuye al desarrollo de Fisterra en función de que cada una de las categorías de los controles. Por ejemplo, elegir la categoría 3 en la variable *el turismo es la fuente principal de ingreso en el municipio*, incrementa la probabilidad de contestar que el turismo no contribuye al desarrollo de Fisterra en 1.7%. Como se puede apreciar, en general, todas las categorías de las todas las variables preservan la relación esperada (aumenta la probabilidad de considerar que el turismo no contribuye al desarrollo en las categorías bajas de las cualidades positivas del desarrollo y altas en las cualidades negativas y, al contrario, disminuye en las categorías altas de las cualidades positivas y las categorías bajas de las cualidades negativas), a excepción de la percepción sobre la calidad de vida que, como se puede observar, solo la categoría 4 disminuye la probabilidad de una percepción nula del impacto del turismo en el desarrollo (las

demás categorías aumentan la probabilidad de que los empresarios perciban que el turismo no contribuye al desarrollo).

Tabla 7. Efectos marginales (1ª parte)

El turismo:	es la fuente principal de ingresos	mejora la dotación de infraestructura	favorece la creación de empleo	beneficia a la comarca	aumenta la calidad de vida	contribuye a generar sinergias
2		0.07 (0.07)		0.03 (0.04)	0.12 (0.16)	-0.26 (0.25)
3	0.02 (0.10)	0.05 (0.05)	-0.15 (0.14)	0.03 (0.04)	0.01 (0.12)	-0.28 (0.24)
4	-0.01 (0.11)	-0.01 (0.03)	-0.05 (0.18)	0.09 (0.05)	-0.02 (0.10)	-0.33 (0.26)
5	-0.02 (0.14)	0.00 (0.07)	-0.05 (0.16)	0.12 (0.07)	0.17 (0.16)	-0.29 (0.25)

Fuente: elaboración propia

Tabla 8. Efectos marginales (2a parte)

El turismo:	ocasiona problemas de convivencia	aumenta la masificación	mejora la imagen del municipio	aumenta el crimen	mejora la calidad de la hostelería y la restauración
2	-0.01 (0.04)	-0.31 (0.27)	0.05 (0.06)	0.04 (0.03)	-0.72 (0.51)
3	-0.07 (0.04)	-0.27 (0.23)	0.12 (0.05)	0.51 (0.24)	-0.85 (0.47)
4	0.23 (0.15)	-0.41 (0.24)	0.13 (0.06)	0.04 (0.06)	-0.76 (0.47)
5	0.24 (0.23)	-0.42 (0.23)	0.02 (0.04)		-0.69 (0.48)

Fuente: elaboración propia

De lo anterior se pueden desprender dos implicaciones de relevancia para este estudio. En primer lugar, no existen sesgos en la opinión del empresariado de Fisterra sobre la percepción del impacto del turismo en Fisterra excluyendo la posibilidad de que solo un segmento empresarial se esté beneficiando más que otros del turismo, lo cual nos lleva a la segunda implicación. A pesar del buen desempeño observado de corto y largo plazo de los indicadores del turismo en el desarrollo de Fisterra, los empresarios no coinciden con el desempeño de estos indicadores a pesar de que los empresarios coinciden en los beneficios teóricos entre ellos: la generación de sinergias, por lo que

existe la posibilidad de implementar políticas públicas para hacer más incluyente los beneficios del desarrollo impulsados por el turismo.

5. CONCLUSIONES

Los resultados del estudio han podido confirmar las hipótesis iniciales sobre una visible reestructuración del mercado laboral local debido al emergente desarrollo de la actividad turística. El continuo crecimiento de la demanda turística ha propiciado el aumento de la mano de obra en el tercer sector, destacando el subsector hostelero como uno de los más relevantes. No obstante, la actividad laboral del sector agropesquero sigue teniendo un peso notable en la estructura socioeconómica del municipio. Cabe añadir, que a diferencia del sector turístico el sector agropesquero presenta un comportamiento mucho más desestacionalizado, ofreciendo una alternativa laboral a la población local que a día de hoy es aún muy importante.

A la hora de analizar los resultados en torno a las percepciones del empresariado encuestado, en primer lugar se detecta una clara etiquetación de los perfiles de la demanda turística. Aunque el residente se proyecta como el principal consumidor (sobre todo fuera de época estival), los turistas y peregrinos aglutinan un relevante peso en términos de consumo a lo largo del año. Destacar que el perfil del excursionista es el que menos beneficio aporta en cualquier época del año. En segundo lugar, no es posible concluir que exista consenso por parte del empresariado sobre los beneficios positivos del turismo en el desarrollo del municipio. No obstante, sí que existe una percepción cuasi unánime sobre la importancia del sector a la hora de crear empleo o trazar ciertas sinergias interempresariales. A modo de resumen, se podría afirmar que los costes iniciales vinculados a la actividad turística no han cumplido las expectativas del empresariado local en cuanto al beneficio final esperado.

En aquellos municipios turísticos, donde el acelerado aumento de la actividad turística no ha dado pie a la creación de unos mecanismos de control viables, el creciente protagonismo del sector, sobre todo en el mercado laboral, exige unas mediciones regulares que faciliten una gestión más eficaz al gobierno local. A pesar de que la metodología presentada no permite obtener estimaciones de los efectos más inmediatos del turismo en la calidad de vida de los residentes, sí permite ofrecer información complementaria a los datos secundarios municipales. Esta información adicional facilita obtener una fotografía más precisa del modelo turístico actual y su evolución a corto y medio plazo.

Como futuras investigaciones, y a modo de ampliar y profundizar en los resultados obtenidos en dicho estudio, se recomienda elaborar una estimación de los efectos originados por la estacionalidad laboral (detectado en el sector turístico) y adaptar medidas público-privadas para ralentizar los efectos de la misma.

6. REFERENCIAS

- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19, 665–690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
- Barkauskas, V., Barkauskienė, K., & Jasinskas, E. (2015). Analysis of Macro Environmental Factors Influencing the Development of Rural Tourism: Lithuanian Case. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 167–172. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.421>
- Cebrián, F., & García, J. A. (2010). Propuesta metodológica para la identificación, clasificación y puesta en valor de los recursos territoriales del turismo interior. La provincia de Albacete. *Boletín de La A.G.E.*, (54), 361–383.
- Coffey, W. J., & Polèse, M. (1984). The concept of local development: A stages model of endogenous regional growth. *Papers of the Regional Science Association*, 55(1), 1–12. <https://doi.org/10.1007/BF01939840>
- Corpas, J. R. (2011). El camino de Santiago como recurso turístico. *Cuadernos de La Cátedra de Patrimonio*, (5), 111–124.
- Crouch, G., & Ritchie, B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(97), 137–152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
- Fernández, M., & Lazovski, O. (2018). La capacidad de carga de un municipio turístico a través de la estimación del tamaño “real” de la población: Dificultades y propuestas. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4(3), 93–108.
- Lopez, L., Pérez, Y., & Lois, R. (2017). The Way to the Western European Land's End. The Case of Finisterre (Galicia, Spain). *Italian Journal of Planning Practice*, (1), 1–27.
- Ulla, F., & Pazos, M. (2010). Productos y destinos turísticos emergentes en Galicia. *Revista de Estudios Politécnicos*, 8(14), 21–43.
- Valdés, L., & Del Valle, E. (2010). Políticas de la Unión Europea en materia de turismo. *Estudios Turísticos*, (184), 71–98. Retrieved from <http://www.iet.tourspain.es:20000/cgi-iet/tr8spa.exe?W1=5&W2=22586&A6=1001127460002&A7=0>
- Valeri, M., & Fadlon, L. (2018). Co-Evolutionary Prospects in Tourism. *International Journal of*

Journal of Tourism and Heritage Research (2020), vol, n° 3, n° 2 pp. 269-285, Fernández-Fernández, M; Lazovski, O. & Real Neri, G. “Tourism impacts in an emerging destiny through the local entrepreneurship perception: the Fisterras case”

Business and Management, 13(9), 95. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n9p95>

Wagner, J. (1997). Estimating the economic impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 592–608. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00008-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00008-X)