

## **Impactos del turismo, interacción turista-residente y percepción de la población local sobre el turismo sostenible: Un análisis durante la Semana Santa de Cartagena<sup>1</sup>**

Dr. José Miguel Navarro-Azorín  
Dr. José María Ramos-Parreño  
Dr. Andrés Artal-Tur  
Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT)

Cátedra de Turismo Sostenible de la Región de Murcia UPCT-ITREM  
Documento de Trabajo DT 23/03- Diciembre de 2023

### **Resumen /Abstract**

El turismo es una actividad relevante en España y la Región de Murcia, sin embargo, es una industria muy transversal que afecta no sólo a la economía del destino, sino también a su entorno, su sociedad y a la vida de sus habitantes. Este trabajo se centra en analizar estos impactos económicos y socioculturales del turismo, y más concretamente la percepción que de ellos tiene la población residente. Para ello, se utilizan datos de una encuesta realizada a la población local de Cartagena durante una festividad religiosa y turística como es la Semana Santa. El estudio incluye un análisis de la visión que la población local tiene de los impactos económicos, socio-cultuales y ambientales del turismo en el destino, junto a su confianza y visión del turista como visitante, su interacción con el mismo y su apoyo al desarrollo de la actividad turística presente y futura. Las principales conclusiones permiten observar una visión positiva de los residentes sobre el impacto del turismo en su localidad, así como de la presencia de turistas durante estas fiestas y su interacción con los mismos, mostrando que el desarrollo turístico local y regional se encuentra todavía en una fase de crecimiento y no presenta todavía un impacto negativo sobre la población local.

**Keywords:** Impacto turístico, dimensión social y económica, Semana Santa, Cartagena, percepción del residente, confianza en el turista, interacción turista-residente, turismo sostenible.

---

<sup>1</sup> Agradecemos la financiación recibida por parte del Instituto de Turismo de la Región de Murcia a través de la “Cátedra de Turismo Sostenible de la Región de Murcia UPCT-ITREM”.

## **1. Introducción**

El turismo es crucial para el desarrollo económico mundial, sin embargo, es una industria muy transversal que afecta no solo a la economía de un destino, sino también a su entorno, su sociedad y su cultura. Este trabajo se centra en analizar dichos aspectos socioculturales del turismo y pretende contribuir a generar conocimiento sobre las percepciones del turismo por parte de la población residente en destino. El conocimiento de las percepciones de los residentes es importante tanto para el bienestar de las comunidades locales (Gursoy y Rutherford, 2004; Andereck et al., 2007) como para el desarrollo sostenible del turismo (Deery et al., 2012). En este sentido, comprender cómo perciben el turismo los residentes puede facilitar una planificación y gestión más eficientes del turismo (Tovar y Lockwood, 2008; Deery et al., 2012).

Eventos como la celebración de la Semana Santa constituyen frecuentemente un importante foco de atracción turística a la vez que representan una expresión de la identidad de la comunidad local. En este sentido, este tipo de eventos generan toda una colección de efectos intangibles que van desde el refuerzo de la identidad colectiva y del orgullo de pertenecer a la comunidad y su contribución a la imagen de la ciudad. Además de afectar a la vida de los residentes, estos eventos también son un ingrediente esencial en la configuración de la oferta turística del destino, promoviendo una oferta verdaderamente diferenciada y única, que puede servir como herramienta estratégica para el desarrollo local. No obstante, el protagonismo del evento como dinamizador del turismo depende en buena parte de la aceptación de este papel por parte de la comunidad local.

En el caso de eventos de carácter religioso como la Semana Santa, la comunidad local es una parte esencial en su doble papel como creadores y asistentes a los diferentes actos que se suceden durante la celebración. Sin embargo, cuando la Semana Santa se convierte en un atractivo turístico, en estos actos concurren tanto residentes como turistas, posiblemente desconocedores de los códigos y tradiciones que rigen su desarrollo. Así, la afluencia de visitantes atraídos por la celebración de la Semana Santa y su impacto sobre el desarrollo local puede llegar a contraponerse al interés de la comunidad local en proteger y preservar el evento. Para los gestores del destino todo lo anterior plantea retos insoslayables que exigen la búsqueda de soluciones de equilibrio que den una respuesta adecuada al frágil equilibrio entre desarrollo turístico y preservación de un evento único que define la identidad local. En esa búsqueda es crucial disponer de información sobre la visión de los residentes, con un foco especial sobre al menos dos puntos: cómo se percibe la actividad turística y en qué medida la llegada de turistas puede ayudar a reforzar la identidad local, generando sinergias que faciliten el

diseño de estrategias turísticas adecuadas para garantizar una senda de desarrollo turístico sostenible.

Este trabajo pretende contribuir a una comprensión más profunda de algunas de las posibles razones de las actitudes de los residentes de una ciudad mediana hacia el turismo en el marco de la celebración de un evento religioso. Más específicamente, se ocupa del caso de la ciudad de Cartagena y la percepción de la actividad turística y, en especial, de la interacción entre residentes y turistas durante la Semana Santa.

El resto del estudio se organiza como sigue. La sección 2 recoge información sobre la encuesta que sirvió para la recopilación de los datos y presenta la descripción estadística del perfil de los encuestados. En la sección 3 se revisa la distribución de las respuestas obtenidas para valorar las diferentes dimensiones de la relación entre residentes y turistas que se incluyeron en el cuestionario. La sección 4 está dedicada a examinar la influencia del perfil personal de los residentes sobre su percepción de los turistas durante la Semana Santa. Por último, la sección 5 incluye las principales conclusiones y reflexiones finales.

## **2. Instrumentos y estadísticos descriptivos**

Los datos para la elaboración de este informe fueron recopilados a través de una encuesta realizada a residentes en la ciudad de Cartagena en abril de 2022, coincidiendo con la celebración de la Semana Santa. Los cuestionarios fueron completados mediante entrevistas personales realizadas en localizaciones previamente seleccionadas del centro de la ciudad. El cuestionario estaba estructurado en tres bloques. El primero incluía preguntas destinadas a recoger información sobre el perfil sociodemográfico de los entrevistados, junto a otros aspectos que permiten identificar su grado de participación en la Semana Santa, así como su vinculación profesional con el turismo. El segundo bloque del cuestionario se ocupaba de la percepción del impacto de la Semana Santa sobre la economía local a través del turismo, sobre el entorno de la ciudad y sobre la comunidad local. El tercer bloque comprendía preguntas relativas a la interacción entre residentes y turistas que visitan Cartagena durante la celebración de la Semana Santa. Las diferentes cuestiones se diseñaron siguiendo un esquema de tipo Likert, con ítems agrupados para cada una de las dimensiones analizadas. En cada ítem, el cuestionario propone una escala con siete categorías que van desde el “muy en desacuerdo” o “no me gusta nada” hasta el “muy de acuerdo” o “me gusta mucho”. El formato elegido es ampliamente utilizado en la literatura y es un instrumento confiable para recopilar datos.

El cuestionario fue completado por 408 residentes. El tamaño de la muestra obtenida es significativo dado el universo analizado (la población residente en Cartagena) y, considerando la fórmula para estimar proporciones de poblaciones finitas, el margen de error (con  $p$  y  $q$  iguales al 50%) es del 4,85%. En la TABLA 1 se recogen las características sociodemográficas de los residentes que completaron la muestra. La muestra incluye un mayor número de mujeres que de hombres. En cuanto a la edad media de los entrevistados, se sitúa en aproximadamente 41 años, mientras que el rango de edades va desde los 18 hasta los 73 años. La mayoría de los entrevistados residen en la ciudad desde hace al menos 10 años (la media se sitúa en 36 años). Por nivel de estudios, predominan los entrevistados con estudios secundarios (38%), aunque en la muestra están representados los residentes con estudios primarios (31%) o superiores (31%). En relación con el grado de implicación de los residentes en la celebración de la Semana Santa, el 26% declara ser miembro de alguna de las cofradías. Finalmente, un 10% de los entrevistados desempeña una actividad profesional relacionada con el sector turístico.

### **3. Percepción de la Semana Santa por los residentes en la ciudad de Cartagena**

Analizamos a continuación la distribución de las respuestas obtenidas para cada uno de los bloques en que se estructuró el cuestionario (GRÁFICO 1).

#### Impacto sociocultural

En este apartado del cuestionario se incluyen preguntas que hacen referencia a la capacidad de la Semana Santa para potenciar la identidad local de los residentes en la ciudad. Las respuestas recabadas señalan que este evento religioso efectivamente contribuye a que los propios residentes sean más conscientes del valor del patrimonio cultural que la ciudad pone a disposición de los visitantes. En este sentido, aproximadamente el 64% de los entrevistados expresan total acuerdo con la idea de que el patrimonio local es un factor clave para atraer visitantes y, de hecho, más del 60% consideran que la Semana Santa puede entenderse como un producto turístico bien estructurado. Destaca por otra parte, el amplio acuerdo que se detecta entre los residentes a la hora de entender la Semana Santa como un evento que mejora la vida de la comunidad local y el reconocimiento explícito de que este evento es una expresión de la identidad local que, además, la potencia.

#### Impacto ambiental

En el segundo bloque del cuestionario se preguntaba a los residentes acerca de su percepción sobre los eventuales cambios en el entorno de la ciudad atribuibles a la celebración de la Semana Santa. Aquí, aunque hay una coincidencia general a la hora de

señalar que la ciudad se muestra más cuidada y limpia durante la Semana Santa, se detecta una cierta variabilidad en las respuestas. Así, por ejemplo, si bien el 54% está totalmente de acuerdo en la percepción de un entorno de la ciudad (incluyendo limpieza) bien cuidado, el porcentaje cae hasta el 42% cuando se refiere la percepción de una ciudad limpia y cuidada. Como veremos más adelante en este mismo informe, esta variabilidad en las respuestas a los ítems de este bloque plantea algunas dudas sobre la capacidad del cuestionario para captar la percepción de los residentes sobre esta dimensión de un modo satisfactorio. En consecuencia, aunque prevalece una percepción en general positiva sobre el impacto de la Semana Santa sobre el entorno local, no debemos asignar a esta conclusión el mismo nivel de confianza que al resto.

### Impacto económico

Las preguntas incluidas en este bloque consideran el papel de la Semana Santa de Cartagena como un factor de dinamización de la economía local, en especial, por su capacidad para atraer a visitantes a la ciudad. En general, los residentes coinciden en valorar positivamente este tipo de impactos y, en especial, la contribución a la creación de empleo en el sector turístico. Igualmente es reseñable, que los ítems con una valoración menos positiva por parte de los residentes son los que se refieren a la capacidad de un evento como la Semana Santa para impulsar la mejora de las infraestructuras de acceso a la ciudad tanto para los turistas como para los propios residentes.

### Confianza hacia el turista

El objetivo de este bloque de ítems es evaluar en qué medida los residentes perciben a los turistas como un elemento que obstaculiza o interfiere de alguna manera en el modo en que la comunidad local disfruta de la Semana Santa. Las respuestas recabadas en la muestra sugieren que, en conjunto, la presencia de turistas durante la Semana Santa no conlleva un impacto negativo en el desarrollo del evento. Pese a ello, se infiere la existencia de ciertas barreras entre turistas y residentes motivadas tanto por las diferencias de idioma como culturales, que dificultan la participación de los visitantes en las celebraciones ajustándose a los códigos y normas que definen la idiosincrasia propia del evento.

Las respuestas obtenidas para esta dimensión sugieren la necesidad de intensificar los esfuerzos para garantizar que las diferencias idiomáticas y culturales no actúan como una barrera infranqueable para que los visitantes puedan entender correctamente y sean conscientes de las múltiples facetas que caracterizan la celebración de la Semana Santa.

### Percepción sobre los turistas

El siguiente bloque del cuestionario está formado por ítems que tienen como objetivo captar cómo los residentes valoran la experiencia de los turistas que visitan la ciudad durante la Semana Santa. En este caso, las menores valoraciones se registran en aquellas cuestiones referidas a lo que podemos considerar la parte intangible de la Semana Santa. Los residentes entienden que los turistas no son plenamente conscientes del valor cultural y patrimonial de la celebración y, por tanto, su experiencia en la visita posiblemente no sea del todo satisfactoria. Como contrapartida, desde el punto de vista de los residentes, para los turistas es más fácil reconocer las ventajas de la ciudad como destino. Lo anterior incluye aspectos como una buena relación calidad/precio en la oferta de servicios, la oportunidad de conocer un rico patrimonio, etc.

### Interacción residente-turista

Finalmente, las cuestiones relativas a la interacción con los turistas, de nuevo sugiere una alta valoración de esta por parte de los residentes. En general, se aprecia un elevado grado de acuerdo con enunciados que sugieren que los turistas contribuyen a mejorar el conocimiento de la propia ciudad por los residentes, o a mejorar la vida local, entre otros. Conjuntamente, las respuestas a este bloque indican que la presencia de turistas durante la Semana Santa son un elemento que influye positivamente sobre la autoestima de los residentes y de la comunidad local.

## **4. Perfil del residente y percepción del turismo durante la Semana Santa**

Aunque el análisis de los diferentes ítems incluidos en el cuestionario para cada bloque permite obtener conclusiones interesantes, es importante disponer también de una medida sintética de la percepción de cada una de las dimensiones analizadas por parte de los residentes.

Para confirmar que las cuestiones incluidas para recabar la percepción sobre cada dimensión se refieren efectivamente a la misma, calculamos el coeficiente  $\alpha$  de Cronbach. En todos los casos obtenemos valores por encima de 0,90, indicativos de un alto grado de consistencia interna (dado que el valor mínimo aceptable se sitúa en 0,70). Adicionalmente, evaluamos la validez de las escalas mediante un análisis factorial. La idea es reducir la información contenida en las cuestiones a unas pocas variables subyacentes (factores) utilizando las correlaciones entre las respuestas obtenidas. Estos factores deberían estar asociados a cada una de las dimensiones que se pretende analizar en el cuestionario. El objetivo es entonces comprobar si las preguntas que tratan de medir una determinada dimensión realmente lo hacen en la práctica y para ello se

examina si las respuestas a una cuestión están explicadas exclusivamente por el factor correspondiente. A efectos prácticos, un ítem debe exhibir una carga factorial de al menos 0,5 con el factor asociado para considerarlo significativo. En la muestra obtenida, esta condición se verifica para la mayor parte de las cuestiones del cuestionario, con la excepción de los incluidos en el bloque sobre impacto ambiental. En este último caso, el análisis factorial sugiere que solo dos de las preguntas formuladas recogen la percepción de los residentes sobre una misma dimensión (TABLA 2).

Una vez examinada la validez y consistencia de la muestra, llevamos a cabo un análisis factorial para extraer la información común subyacente en las respuestas para cada uno de los bloques del cuestionario. De este modo, la percepción sobre cada dimensión puede estimarse por el valor del factor que subyace en las respuestas de cada grupo de ítems.<sup>2</sup> Para facilitar la interpretación, los indicadores se han escalado entre 0 y 10, donde 0 corresponde a una percepción o valoración totalmente negativa y 10 está asociado a una valoración totalmente positiva.

Con los indicadores definidos es posible obtener una visión sintética de las actitudes de los residentes sobre el impacto de la Semana Santa y del turismo generado por su celebración examinando su distribución. En esta línea, se analizaron las distribuciones en términos de media, mediana, curtosis (para evaluar el grado de concentración o dispersión de los valores) y asimetría (que mide si la distribución tiene valores en las colas y en qué dirección). La TABLA 3 muestra estos indicadores para cada uno de los constructos definidos.

En términos generales, las valoraciones son más elevadas cuando se refieren al impacto social y económico de la afluencia de visitantes atraídos por la Semana Santa, con valores promedio de 8,31 y 8,63, respectivamente. La distribución para estas mismas dimensiones sugiere además que las valoraciones de los residentes están muy concentradas en valoraciones elevadas (con coeficientes de curtosis de 2,14 para el impacto social y de 2,57 para el económico), mientras que solo una pequeña parte de los residentes tienen una percepción más bien negativa (los coeficientes de asimetría son -1,57 y -1,79). Para los factores que recogen la confianza hacia el turista, percepción del turista e interacción residente-turista, los valores medios son algo menos elevados, con promedios de 7,40, 7,55 y 6,75 respectivamente. Además, no se detecta una

---

<sup>2</sup> Para garantizar que cada factor efectivamente mide la valoración de la dimensión correspondiente, en su estimación hemos considerado solo aquellos ítems con una carga factorial significativa (ver TABLA 2).

concentración de las distribuciones tan acentuada como hemos visto para el impacto social y el impacto económico.

Como se ha señalado, hasta aquí solo se ha descrito la distribución de la percepción de los residentes sobre diferentes dimensiones de la relación entre residentes y turistas en el marco de la celebración de la Semana Santa. A continuación, examinaremos la relación entre estas distribuciones y las características sociodemográficas de los residentes. Dado que el objetivo es medir el efecto de variables categóricas (edad, nivel de estudios, etc.) sobre variables continuas (los constructos para cada dimensión), se ha optado por usar el coeficiente  $\eta^2$ , que mide el tamaño del efecto como parte de la metodología ANOVA. El coeficiente  $\eta^2$  se calcula como la proporción de la variabilidad de cada factor que puede ser explicado en términos de cada característica sociodemográfica de los residentes. El valor de este coeficiente varía entre 0 y 1, donde los valores más próximos a 1 son indicativos de una mayor intensidad del efecto y 0 representa ausencia de efecto.<sup>3</sup>

En la TABLA 4 se presentan los coeficientes  $\eta^2$  calculados para los factores asociados a las dimensiones contempladas en el estudio. En general, los efectos no resultan especialmente destacables para ninguna de las características que definen el perfil de los residentes, lo que puede interpretarse como síntoma de un elevado grado de homogeneidad en las respuestas sobre el impacto del turismo que recibe la ciudad de Cartagena durante la Semana Santa y las relaciones entre población local y visitantes.

A pesar de la reducida variabilidad detectada en las respuestas recabadas, todavía pueden destacarse algunas conclusiones relevantes. Con esta finalidad, en el GRÁFICO 2 se representan los valores promedio de los factores subyacentes calculados para cada posible valor de las variables que definen el perfil de los entrevistados, es decir, género, edad, nivel de estudios, etc. En primer lugar, variables como el género o los años de residencia en la ciudad no influyen sobre las valoraciones recogidas en el estudio sobre las diferentes dimensiones consideradas. En un segundo grupo, la edad de los residentes, la entidad local donde viven, el nivel de estudios o, incluso, la pertenencia a una cofradía, ejercen un efecto más bien modesto sobre las respuestas obtenidas para una parte de las dimensiones examinadas en la encuesta. Finalmente, el desarrollo de una actividad profesional vinculada al turismo aparece como la característica con una mayor influencia en las valoraciones que realizan los residentes. De hecho, para esta

---

<sup>3</sup> No obstante, la práctica habitual es interpretar los valores del coeficiente  $\eta^2$  tomando como referencia la siguiente escala: 0,01-0,06 tamaño de efecto pequeño; 0,06-0,14 tamaño de efecto medio; >0,14 gran tamaño del efecto.

variable obtenemos los efectos más relevantes, especialmente para las dimensiones que hacen referencia a confianza, percepción e interacción con los turistas.

## 5. Conclusiones

Este trabajo examina la percepción de la relación entre turistas y residentes desde el punto de vista de estos últimos en el contexto de la celebración de un evento religioso. En concreto, el análisis se concentra en la Semana Santa de Cartagena, que proporcionó un contexto general para la recopilación de información a través de una encuesta dirigida a la población residente. La Semana Santa es uno de los elementos clave para dotar a la ciudad de capacidad para atraer flujos turísticos que no respondan a la motivación basada en el tradicional *“sol y playa”*.

La naturaleza de eventos como la Semana Santa requiere, no obstante, prestar una especial atención a las relaciones que se establecen entre visitantes y residentes. En este sentido, la celebración religiosa es una destacada muestra de la identidad local donde la confluencia de residentes y turistas puede generar un efecto de distinto signo, positivo o negativo, especialmente desde el punto de vista sociocultural. Por una parte, la presencia de turistas atraídos por el evento puede ayudar a reforzar el sentido de autoestima de la población, mejorando la propia percepción que los residentes tienen de su patrimonio sociocultural. Sin embargo, el turista es por regla general desconocedor de códigos y tradiciones asumidos por la comunidad local, que puede ser percibido como un factor extraño que afecta y pone en riesgo la propia experiencia de los residentes durante el evento. En el extremo, lo anterior puede desembocar en un rechazo al turista e incluso poner en cuestión la sostenibilidad de la actividad turística en el destino desde el punto de vista de su impacto social.

Los resultados presentados en este estudio sugieren que, en el caso de Cartagena, los residentes muestran una percepción muy positiva del turismo que recibe la ciudad durante la Semana Santa. La realización de una encuesta dirigida a la población local permitió valorar diferentes aspectos que definen la relación entre visitantes y residentes, incluyendo el impacto sociocultural del turismo, sus efectos sobre la economía local y sobre el entorno de la ciudad, además de la confianza hacia los turistas, la percepción sobre los visitantes, o la valoración que la interacción con ellos. Para cada una de estas dimensiones, la visión de los residentes es, como hemos indicado, muy positiva y se detecta un elevado grado de uniformidad en las respuestas. En este sentido, variables que caracterizan el perfil personal de los entrevistados como la edad, género, nivel de estudios, zona de residencia en la ciudad, etc. apenas inducen alguna diferencia significativa en las respuestas registradas.

Desde una perspectiva más amplia, los resultados presentados en este trabajo no revelan indicios de que la percepción o las actitudes de los residentes hacia el turismo puedan transformarse en un obstáculo para el desarrollo turístico basado en la diversificación de la oferta. En este punto, un evento como la celebración de la Semana Santa constituye un recurso de excepcional valor desde varios puntos de vista. Primero, porque la afluencia de visitantes no muestra síntomas de ser un factor de interrupción de la experiencia de los propios residentes; por el contrario, incluso contribuye a reforzar la autoestima de la comunidad y el reconocimiento del patrimonio cultural locales. Por otra parte, el propio evento introduce un elemento clave de diferenciación de la oferta turística del municipio, donde además sirve para complementar y reforzar el atractivo del resto de sus componentes.

## 6. Referencias Bibliográficas

Hair, J. F., Black, W. C., & Babin, B. J. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

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

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Vogt, C. A., & Knopf, R. C. (2007). A cross-cultural analysis of tourism and quality of life perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 483-502.

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

Tovar, C., & Lockwood, M. (2008). Social impacts of tourism: An Australian regional case study. *International Journal of Tourism Research*, 10(4), 365-378.

## Tablas y Gráficos

**TABLA 1. Características sociodemográficas de la muestra.**

Variable	N	Frecuencia (%)
<b>Género</b>		
Hombre	193	47,3%
Mujer	215	52,7%
<b>Años de residencia en Cartagena</b>		
Años de residencia en Cartagena		
1-5	22	5,4%
6-10	23	5,6%
11 o más	363	89,0%
<b>Entidad colectiva donde reside</b>		
Centro ciudad	153	37,5%
San Antonio Abad	64	15,7%
Los Dolores	64	15,7%
San Félix	64	15,7%
Santa Lucía	63	15,4%
<b>Edad</b>		
Edad		
18-30	105	25,7%
31-40	105	25,7%
41-50	83	20,3%
51-60	75	18,4%
61 o más	40	9,8%
<b>Nivel de estudios</b>		
Primaria	126	30,9%
Secundaria	155	38,0%
Universidad	127	31,1%
<b>Profesión relacionada con turismo</b>		
Sí	42	10,3%
No	366	89,7%
<b>Pertenece a Cofradía</b>		
Sí	107	26,2%
No	301	73,8%

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 2. Análisis factorial de consistencia de la muestra.**

Dimensión	Ítem	Factores					
		F1	F2	F3	F4	F5	F6
Impacto sociocultural	X0801	<b>0,58</b>	0,13	0,22	0,13	0,03	0,01
	X0802	<b>0,56</b>	-0,02	0,32	0,17	0,02	-0,04
	X0803	<b>0,65</b>	-0,01	0,25	0,04	0,00	0,07
	X0804	<b>0,73</b>	0,03	0,24	0,06	-0,02	-0,06
	X0805	<b>0,59</b>	0,05	0,15	0,15	0,08	-0,02
	X0806	<b>0,60</b>	0,26	0,24	-0,29	0,05	0,06
	X0807	<b>0,50</b>	0,17	0,15	-0,01	0,19	0,04
	X0808	<b>0,51</b>	0,24	0,25	-0,05	0,04	0,04
	X0809	<b>0,69</b>	-0,01	0,21	0,13	-0,03	-0,02
	X0810	<b>0,69</b>	-0,06	0,24	0,09	0,04	-0,07
Impacto ambiental	X0901	0,11	0,31	0,38	0,08	0,20	0,04
	X0902	0,22	0,11	<b>0,55</b>	0,01	0,07	0,11
	X0903	0,09	<b>0,72</b>	0,01	0,07	0,07	0,03
	X0904	0,03	<b>0,82</b>	-0,05	0,15	-0,01	0,01
	X0905	0,18	0,36	<b>0,57</b>	0,06	-0,08	-0,03
	X0906	0,01	0,24	<b>0,61</b>	0,06	-0,08	0,15
Impacto económico	X1001	0,11	-0,02	<b>0,88</b>	0,03	-0,01	-0,03
	X1002	-0,07	-0,11	<b>1,03</b>	-0,04	0,11	-0,08
	X1003	0,05	-0,11	<b>0,89</b>	0,03	0,09	-0,10
	X1004	0,02	-0,01	<b>0,89</b>	-0,01	0,04	0,05
	X1005	0,03	-0,05	<b>0,85</b>	0,07	0,11	-0,08
	X1006	0,01	-0,10	<b>0,93</b>	0,08	0,02	-0,08
	X1007	-0,07	0,07	<b>0,99</b>	-0,03	-0,07	0,03
	X1008	-0,14	0,05	<b>0,88</b>	0,03	0,07	0,03

(continúa)

**TABLA 2 (cont.). Análisis factorial de consistencia de la muestra.**

Dimensión	Ítem	Factores					
		F1	F2	F3	F4	F5	F6
Confianza hacia el turista	X1101	-0,10	0,14	-0,07	<b>0,90</b>	-0,11	0,16
	X1102	-0,08	0,06	0,16	<b>0,73</b>	-0,02	0,08
	X1103	0,15	-0,10	-0,02	<b>0,85</b>	-0,16	0,11
	X1104	0,00	0,04	-0,02	<b>0,86</b>	-0,07	0,11
	X1105	-0,04	0,06	0,07	<b>0,87</b>	0,07	-0,07
	X1106	-0,02	0,06	0,13	<b>0,83</b>	0,00	-0,04
	X1107	0,08	0,03	0,13	<b>0,78</b>	0,03	-0,09
	X1108	0,19	-0,12	-0,02	<b>0,67</b>	0,11	-0,02
	X1109	0,03	-0,14	0,40	<b>0,52</b>	0,10	-0,09
	X1110	-0,05	0,09	0,06	<b>0,77</b>	0,02	0,07
	X1111	-0,04	0,13	0,07	<b>0,67</b>	0,13	-0,01
	X1112	-0,08	0,22	-0,11	<b>0,63</b>	0,31	-0,09
Percepción sobre los turistas	X1201	-0,13	0,11	0,03	-0,10	<b>0,96</b>	0,06
	X1202	-0,09	0,03	0,19	-0,12	<b>0,86</b>	0,05
	X1203	0,07	0,07	-0,11	-0,12	<b>0,96</b>	0,01
	X1204	0,00	0,02	-0,14	0,10	<b>0,92</b>	-0,05
	X1205	-0,04	0,09	0,17	-0,03	<b>0,80</b>	-0,02
	X1206	-0,05	0,04	0,16	-0,05	<b>0,87</b>	-0,06
	X1207	-0,04	-0,01	0,16	0,15	<b>0,63</b>	0,03
	X1208	0,10	-0,07	0,18	0,24	0,48	-0,07
	X1209	0,18	-0,09	0,10	0,15	<b>0,56</b>	0,01
	X1210	0,12	-0,07	0,10	0,16	<b>0,57</b>	0,05
	X1211	0,03	-0,08	0,06	0,29	<b>0,51</b>	0,07
	X1212	0,18	-0,15	0,13	0,09	<b>0,52</b>	0,13
	X1213	0,16	-0,20	0,13	0,17	<b>0,53</b>	0,04
Interacción residente-turista	X1301	-0,12	0,02	-0,01	0,09	0,37	<b>0,56</b>
	X1302	-0,12	0,03	0,04	0,05	0,12	<b>0,78</b>
	X1303	-0,04	0,05	0,01	0,00	-0,03	<b>0,88</b>
	X1304	-0,14	0,04	0,04	-0,02	0,03	<b>0,92</b>
	X1305	-0,06	0,04	0,04	0,02	-0,14	<b>0,93</b>
	X1306	0,05	0,08	-0,15	-0,10	0,06	<b>0,94</b>
	X1307	0,12	0,02	-0,10	-0,06	-0,09	<b>0,97</b>
	X1308	0,11	-0,10	-0,07	0,07	-0,04	<b>0,83</b>
	X1309	0,07	0,03	-0,10	-0,01	0,00	<b>0,85</b>
	X1310	-0,08	-0,01	0,07	0,06	0,02	<b>0,84</b>
	X1401	0,07	-0,18	0,15	0,11	0,04	<b>0,61</b>
	X1402	0,09	-0,15	0,32	0,21	0,08	0,31
	X1403	0,13	-0,13	0,20	0,16	0,10	0,39

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 3. Distribución de los factores asociados a cada dimensión.**

Dimensión	mean	sd	median	skew	kurtosis
Impacto social	8.31	2.08	9.06	-1.57	2.14
Impacto ambiental	6.79	2.29	6.69	-0.50	-0.27
Impacto económico	8.63	2.13	9.87	-1.79	2.57
Confianza hacia el turista	7.40	2.04	7.54	-0.90	0.58
Percepción sobre los turistas	7.55	2.06	7.58	-0.87	0.46
Interacción turista-residente	6.75	1.96	6.82	-0.45	0.14

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 4. Efecto de características sociodemográficas sobre la percepción de los residentes (coeficiente  $\eta^2$ ).**

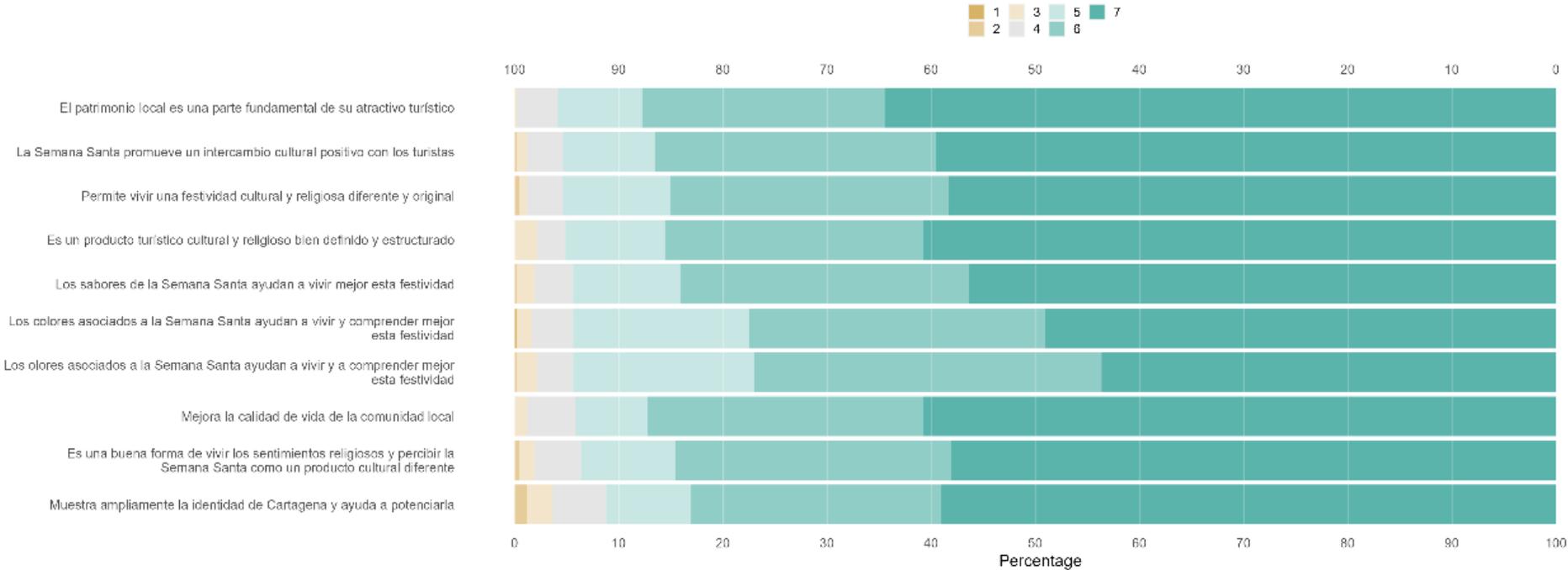
Dimensión	Perfil sociodemográfico						
	Género	Edad	Residencia	Entidad	Estudios	Profesión en turismo	En cofradía
Impacto social	0,0013	0,0307	0,0046	0,0041	0,0215	0,0663	0,0578
Impacto ambiental	0,0008	0,0081	0,0081	0,0044	0,0384	0,0085	0,0060
Impacto económico	0,0016	0,0189	0,0065	0,0207	0,0256	0,0411	0,0303
Confianza hacia el turista	0,0031	0,0237	0,0053	0,0112	0,0209	0,1237	0,0264
Percepción sobre los turistas	0,0022	0,0240	0,0023	0,0146	0,0066	0,1200	0,0258
Interacción turista-residente	0,0048	0,0100	0,0199	0,0101	0,0098	0,2130	0,0164

Fuente: Elaboración propia

**GRÁFICO 1. Distribución de las respuestas sobre percepción de la Semana Santa de Cartagena**

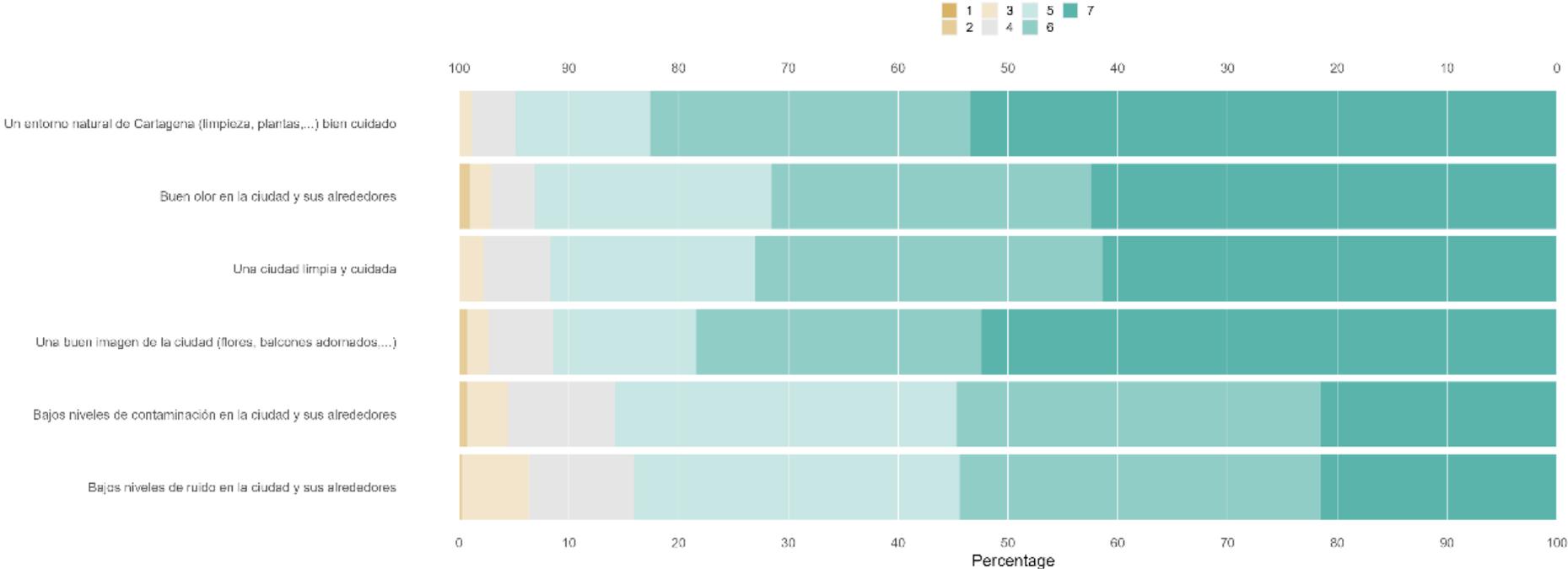
**A. Impacto sociocultural:**

Respecto a la Semana Santa de Cartagena, indique si está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes cuestiones:



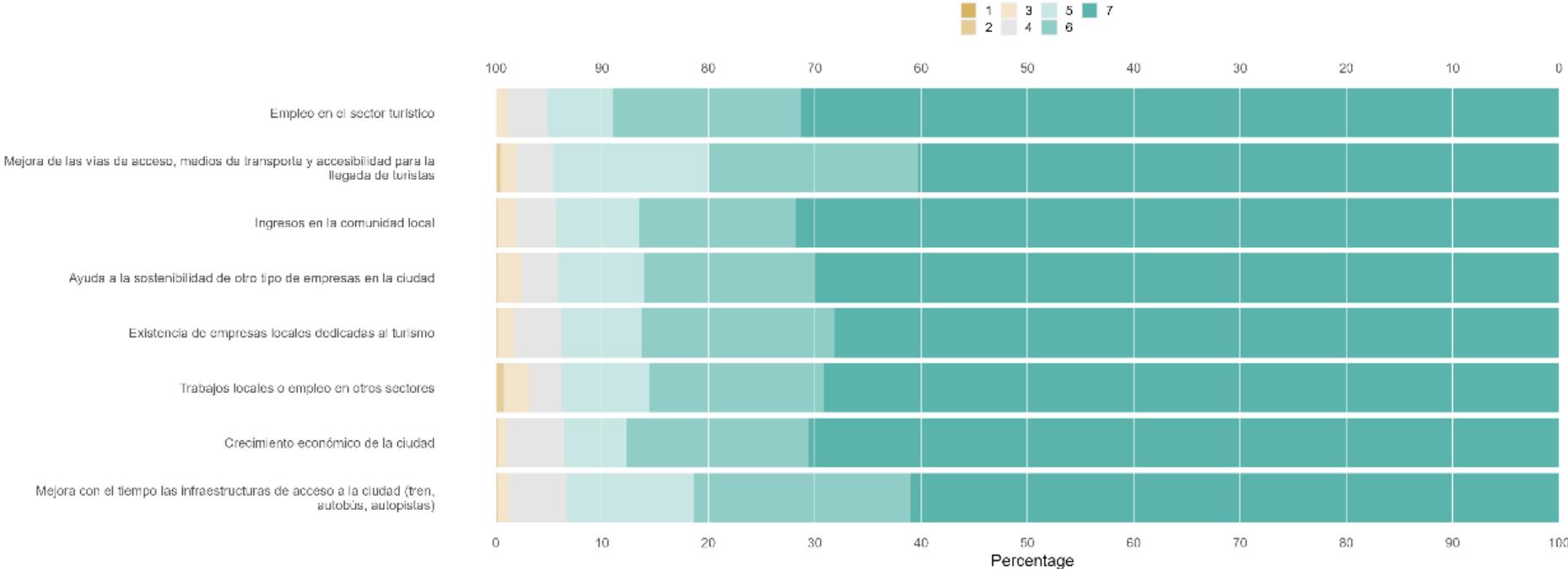
**B. Impacto ambiental:**

La Semana Santa de Cartagena me hace percibir:



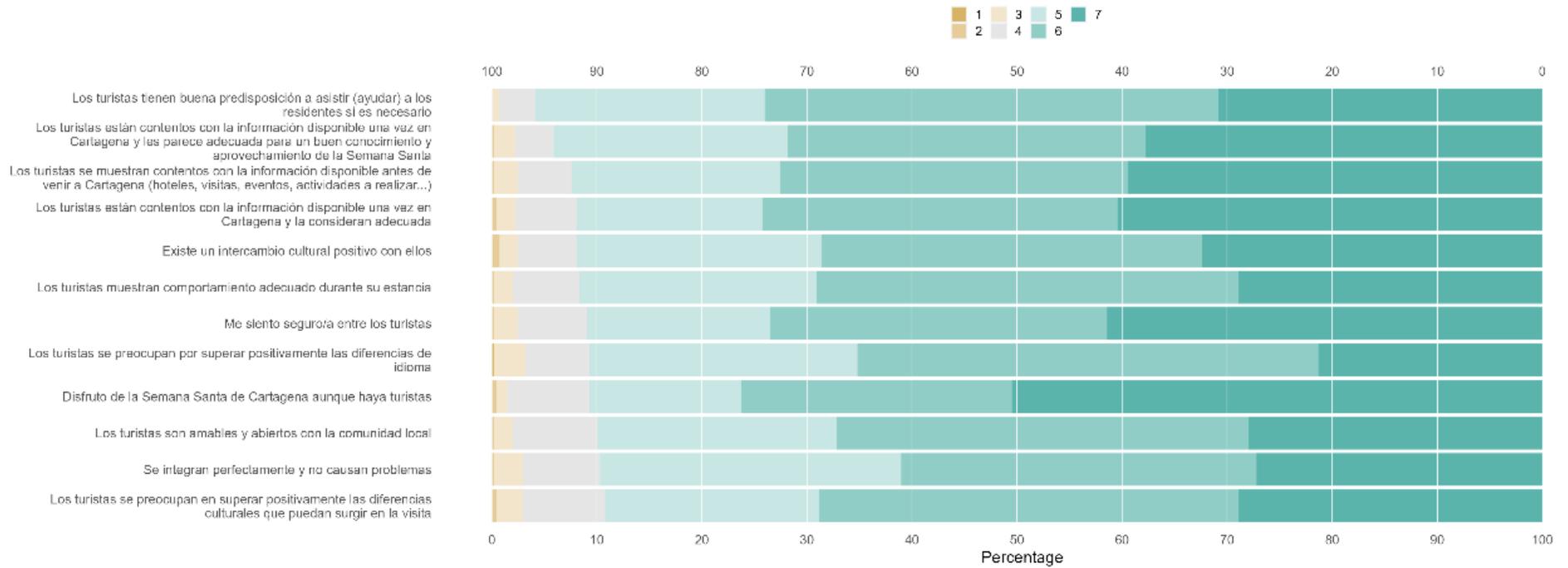
**C. Impacto económico:**

Como residente creo que el turismo en la Semana Santa de Cartagena genera:



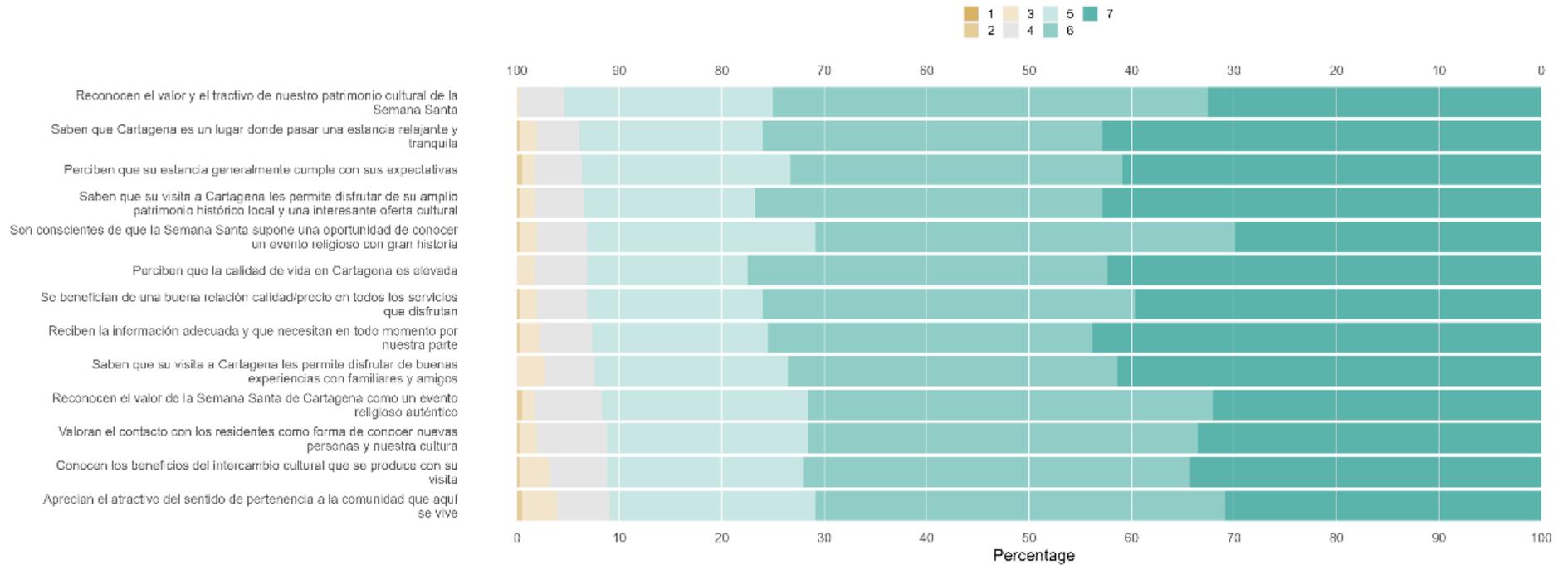
#### D. Confianza hacia el turista:

Indique en qué medida se muestra de acuerdo o en desacuerdo EN RELACIÓN CON SU CONFIANZA hacia el TURISTA en las siguientes afirmaciones:



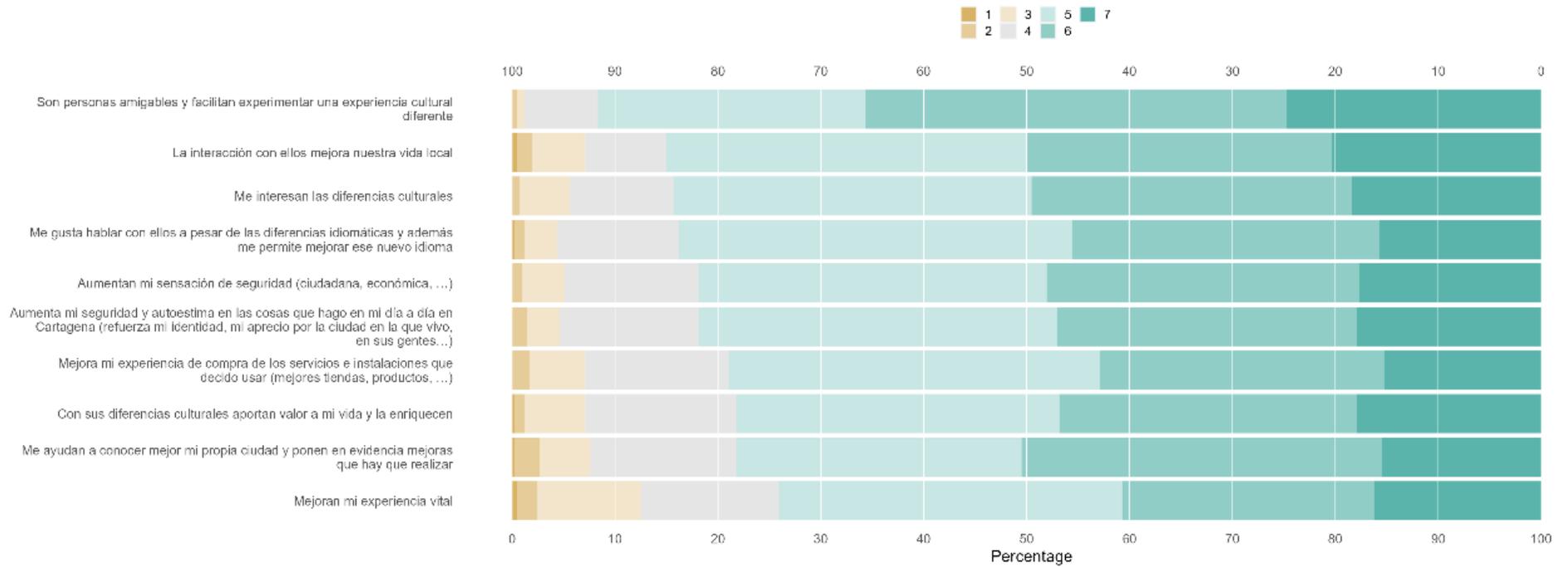
**E. Percepción sobre los turistas:**

Indique en qué medida se muestra de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a su percepción sobre LOS TURISTAS en la SEMANA SANTA de Cartagena:

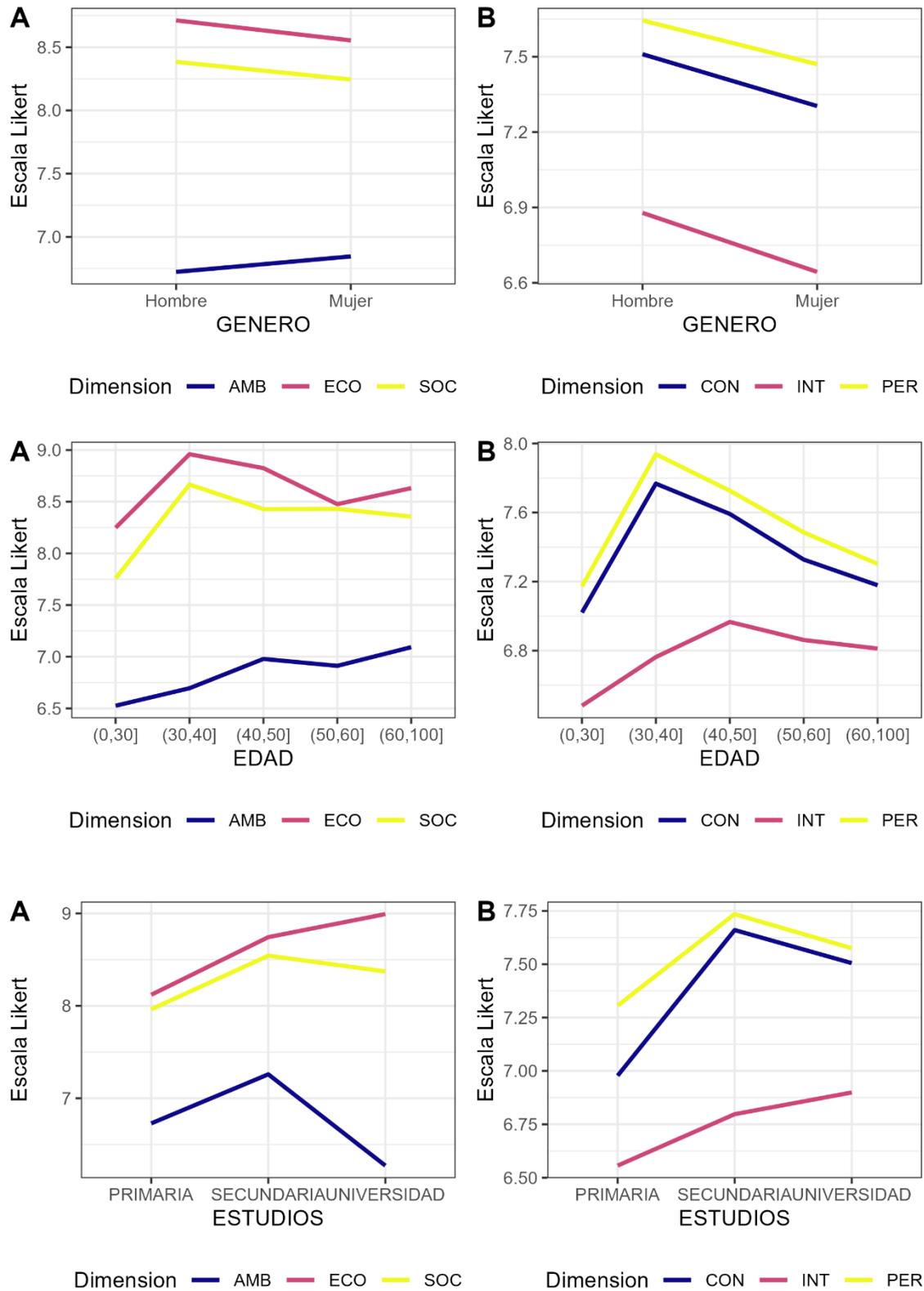


## F. Interacción residente-turista:

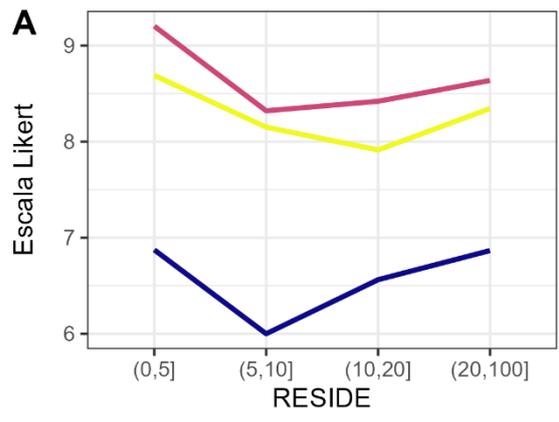
Me gusta interactuar con LOS TURISTAS porque:



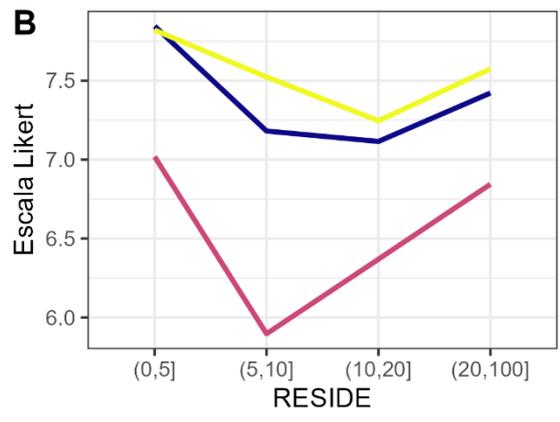
**GRÁFICO 2. Perfil sociodemográfico y percepción del turismo en la Semana Santa**



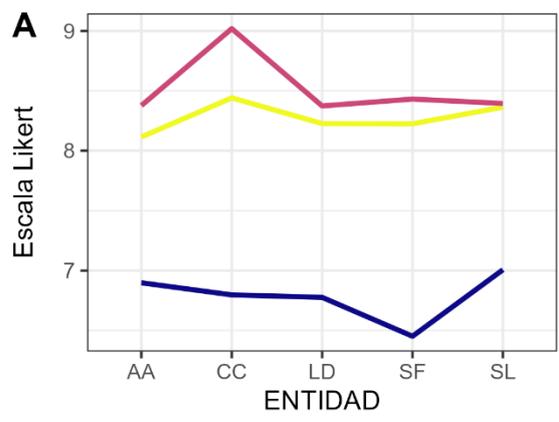
Dimensiones: AMB (Impacto Ambiental), ECO (Imp. Económico), SOC (Imp. Social).  
 CON (Confianza), INT (Interacción), PER (Percepción).



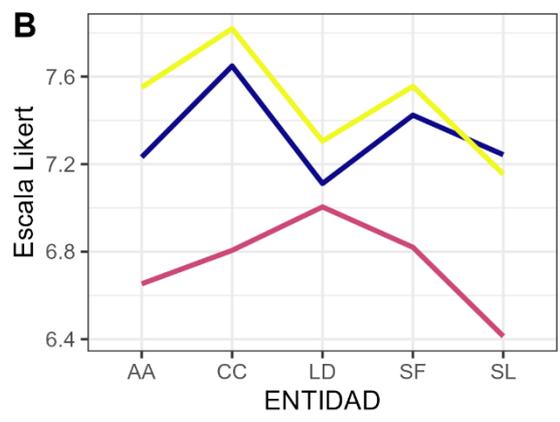
Dimension **AMB** **ECO** **SOC**



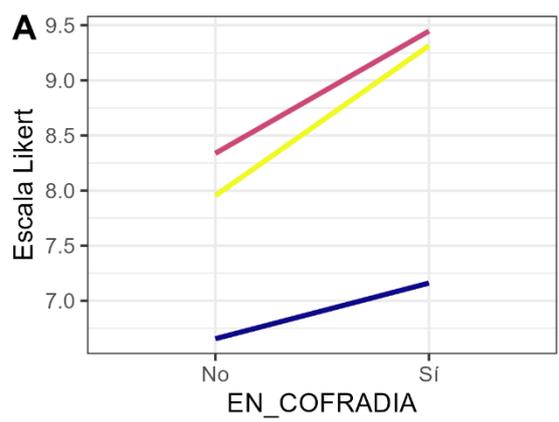
Dimension **CON** **INT** **PER**



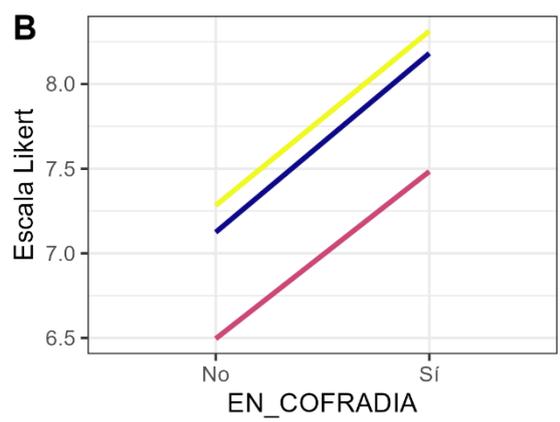
Dimension **AMB** **ECO** **SOC**



Dimension **CON** **INT** **PER**

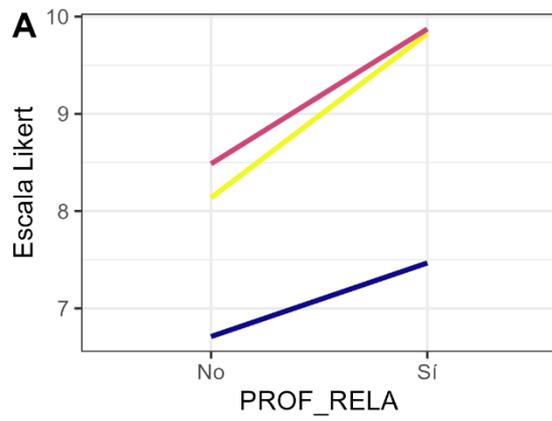


Dimension **AMB** **ECO** **SOC**

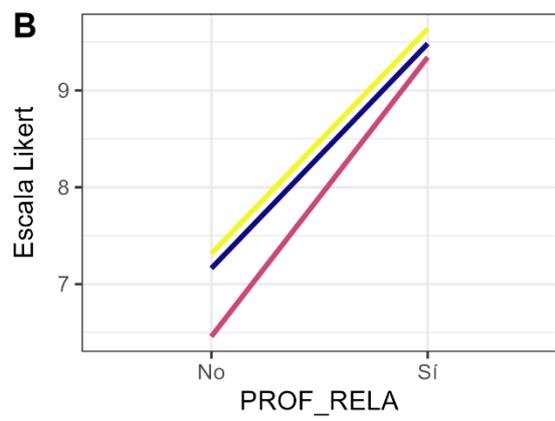


Dimension **CON** **INT** **PER**

Dimensiones: AMB (Impacto Ambiental), ECO (Imp. Económico), SOC (Imp. Social).  
 CON (Confianza), INT (Interacción), PER (Percepción).



Dimension — AMB — ECO — SOC



Dimension — CON — INT — PER

Dimensiones: AMB (Impacto Ambiental), ECO (Imp. Económico), SOC (Imp. Social).  
 CON (Confianza), INT (Interacción), PER (Percepción).