



Vol 5, Nº 13 (Diciembre/Dezembro 2012)

GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS E INMIGRACIÓN EN CANARIAS UTILIZANDO EL MODELO DE RASCH

José Alberto Martínez González

Universidad de La Laguna

jmartine@ull.edu.es

Resumen

Las Islas Canarias constituyen un reconocido destino turístico y también una conocida región migratoria receptora y emisora. Una gran cantidad de los inmigrantes que ha recibido Canarias, bien sean europeos o no, retornados o no, ha terminado trabajando en empresas turísticas. Precisamente la literatura reconoce que la inmigración laboral puede tener influencias positivas y también negativas en la comunidad residente, incluso en las propias empresas turísticas. En este contexto, las actitudes negativas de los residentes trabajadores pueden tener efectos positivos y negativos en el turismo en general y en los resultados de las organizaciones empresariales en particular. El presente trabajo tiene por objeto identificar las actitudes que los jóvenes residentes en Canarias poseen respecto a la inmigración, tanto la general como la laboral, en relación al destino y las empresas turísticas. Utilizando el modelo de Rasch los resultados ponen de manifiesto que los jóvenes poseen percepciones y actitudes que no son negativas pero que debieran tenerse en cuenta por los responsables de las empresas y por los gobernantes.

Palabras clave

Actitud del residente, desarrollo turístico, inmigración laboral, empresa turística

TÍTULO: Management of tourist companies and immigration in Canary Island using the model of Rasch

Abstract

Canary Island constitutes a recognized tourist destination and also a known migratory region. A lot of immigrants who came to Canary Island have been employed at tourist companies. The literature admits that the labor immigration can have positive and negative influences in the resident community and in the tourist companies too. Also the negative attitudes of the residents could generate positive and negative effects in the tourism and in the results of the managerial organizations. The aim of the present paper is to identify the attitudes that the residents in Canary Island adopt toward the general immigration and to the labor immigration in relation to the destination and to the tourist companies. Using the Rasch model the results show that the young people possess perceptions and attitudes that are not negative but must be considered by the leaders.

Keywords

Attitude of the resident, tourist development, labor immigration, tourist company

1.- Introducción

Menz (2011) sostiene que los directivos de las empresas europeas poseen una cierta apetencia por la inmigración laboral, especialmente en Inglaterra y Alemania. Parece que esto es así en el sector turístico sobre todo. En otros países, como es el caso de España, quizás exista menos intencionalidad, aunque los resultados sean similares: se contrata igualmente a inmigrantes en las empresas turísticas. Estos procesos migratorios y laborales afectan tanto a los inmigrantes con habilidades como a los que no las poseen. Y también a las formas de dirigir la organización (especialmente en el ámbito de los recursos humanos) y a las percepciones y comportamientos (al menos los asociados a la empleabilidad) de los jóvenes residentes.

En esa misma línea afirman Ortega y Polavieja (2012) que, efectivamente, numerosos países europeos han experimentado un rápido incremento de recepción de inmigrantes en la última década, además de cambios a nivel cualitativo respecto a su origen, motivos de llegada, perfil, etc. También para Kancs (2011) los procesos migratorios push y pull asociados al ámbito laboral han cambiado en los últimos años, en términos cuantitativos y cualitativos, especialmente por la crisis y por la globalización.

En cualquier caso, el sector turístico - especialmente el que está vinculado a la restauración y la hostelería - ha ocupado a un alto porcentaje de la población inmigrante y este proceso tiene repercusiones dentro de la organización turística y en la comunidad residente. Los ciudadanos europeos continúan aceptando dichos flujos y el cambio de actitudes en el futuro dependerá de los efectos socio-culturales y económico-laborales que deriven de los procesos migratorios asociados al mundo del trabajo, así como de los vinculados a la gestión de las empresas turísticas y a la comunidad residente de los destinos turísticos.

Señala Konan (2011) que, en general, cuando la economía del destino mejora los inmigrantes acuden al lugar en busca de trabajo. Pero los estándares de vida de los residentes pueden verse afectados por los procesos de movilidad laboral regional. También se puede ver afectada la vida en el seno de las organizaciones turísticas. Precisamente la competencia laboral para ocupar puestos de trabajo constituye uno de los factores que más tienen en cuenta los residentes en un destino turístico para formarse - aunque sea inconscientemente - las actitudes hacia los propios inmigrantes. Qué duda cabe de que la Educación en general y la formación empresarial en particular tienen un gran papel en la enseñanza de valores pro-inmigración, tales como la tolerancia y la solidaridad.

Respecto a Canarias, ésta constituye un reconocido destino turístico y también una conocida región de emigración e inmigración. Como destino turístico conoció su apogeo en la década de los años sesenta y setenta, con el desarrollo del turismo de masas, aunque ya anteriormente fue un lugar escogido por los turistas que amaban la naturaleza, y por los que deseaban mejorar su salud y bienestar. En la actualidad además del turismo de masas se han desarrollado en Canarias otras propuestas turísticas, como las que tienen que ver con el turismo volcánico, el turismo de aventura, etc. (Cánovas y Blanco, 2009).

Desde el punto de vista de los movimientos migratorios las Islas Canarias también han constituido una región emisora y receptora de personas de otros países, bien sea como turistas o como inmigrantes (por razones laborales principalmente), o bien como una cosa primero y como la otra después. Díaz y Delgado (2005) y Godenau y Zapata (2008) han destacado la importancia de la emigración de los canarios a América del Sur y posteriormente a Europa, en los años cincuenta, realizando actividades laborales en la restauración o la hostelería, incluso llegando algunos canarios a ser empresarios de reconocido prestigio en el sector turístico.

A partir de los años sesenta y setenta Canarias sufre un cambio de signo migratorio, recibiendo europeos (se incluye aquí la población llegada de otros lugares de España) y población rural o de otras islas para trabajar en el sector turístico, un sector en crecimiento en esa época. Recordemos que esos son los años del despegue del turismo de masas en España y en las Islas. Estos procesos migratorios y su vinculación laboral con las empresas turísticas no conllevan grandes repercusiones sociales, por diversos motivos. En primer lugar, los destinos turísticos “estaban aún por hacerse” y, en el caso de Canarias, la comunidad residente aún no era madura, no al menos laboral y turísticamente hablando. En segundo lugar, la población inmigrante que ocupaba puestos de trabajo procedía de contextos culturales similares al existente en las Islas Canarias.

Al final del milenio comienzan a llegar inmigrantes subsaharianos y de Europa, así como familiares de antiguos emigrantes que ahora retornan. Muchos de ellos trabajarán en la venta ambulante en el sector turístico (especialmente los inmigrantes procedentes de África y de Europa), en la administración de empresas turísticas o regentando restaurantes y otras actividades vinculadas al turismo. En los últimos años la inmigración ha descendido y comienza a producirse, por la crisis, un aumento de la emigración desde Canarias.

No cabe duda de que los movimientos migratorios y el desarrollo del sector turístico están íntimamente relacionados, tanto en Canarias como en otros contextos, jugando las empresas turísticas un papel relevante en esta vinculación. Y también es indudable que ambos procesos, el migratorio y el turístico, influyen en las actitudes de los residentes, muchos de los cuales trabajan o trabajarán en las empresas turísticas locales y de la región, a las que también accederán los inmigrantes ocupando puestos de trabajo. Y es que, como manifiesta Niedomyśl (2004, 2005), el turismo constituye una industria que posee, desde un punto de vista económico y laboral, un efecto llamada para la población local residente y para la población rural y los inmigrantes procedentes de otros países. Esto es así porque en el sector turístico no se exigen excesivas competencias y porque se desarrolla en él un ambiente dinámico y diverso. Estas constituyen algunas de las razones por las que algunos investigadores han propuesto la necesidad de un estudio integrado migración-turismo-mercado laboral (Williams y Hall, 2000).

Sin embargo, las actitudes, ideas y percepciones de los residentes hacia los movimientos migratorios asociados al trabajo en empresas vinculadas al turismo en Canarias han sido escasamente estudiadas. Afirman Vargas, Porrás y Plaza (2011) que es sólo a partir de los años setenta cuando los residentes comienzan a recibir atención. Investigadores como Facchini (2004), Facchini y Mayda (2008, 2009, 2012) y Mayda (2006, 2007) se preguntan si, en términos generales, la comunidad residente en un destino turístico está a favor de la inmigración laboral o en contra de ésta. Ellos han analizado el impacto de factores económicos de la inmigración en la formación de las actitudes, y entre dichos factores destacan las competencias y las habilidades de los inmigrantes, la contribución de éstos al desarrollo y al crecimiento económico de la comunidad. También los efectos de la inmigración en la distribución de la renta o en el bienestar, así como los beneficios que los propios individuos y sus contextos particulares reciben de la inmigración.

En el contexto empresarial y a nivel general señalan Simon et al. (2009) y Wang, Tsui y Xin (2011) que en la literatura se encuentran claras y abundantes referencias acerca de la relación entre las actitudes de los empleados y la satisfacción del cliente. Johnson, Davis y Albright (2009) evidencian que numerosos estudios muestran que las actitudes positivas de los empleados contribuyen al desarrollo de conductas ciudadanas en la organización. Y también existe un evidente y general consenso acerca de la correlación positiva existente entre las actitudes de los colaboradores y el logro organizacional, medido a través de la satisfacción del cliente, la productividad o los beneficios económicos y financieros (Judge et al., 2001). Para Kuo (2009) la satisfacción del cliente se traduce en beneficios para la empresa y ésta tiene mayores posibilidades de sobrevivir. Por otra parte, las actitudes positivas se tienen muy en cuenta en la selección, la formación y la motivación de los colaboradores.

Por tanto, los responsables de las organizaciones empresariales vinculadas al sector turístico deberían realizar esfuerzos por identificar y gestionar las actitudes que los colaboradores adoptan, pues dichas actitudes y percepciones influyen en los resultados de la organización, en gran medida vía satisfacciones de los clientes internos (los propios colaboradores) y los clientes de la empresa (los turistas en nuestro caso). Las actitudes que pueden adoptar los jóvenes profesionales residentes hacia la inmigración en general y la inmigración laboral en particular puede ser un asunto a tener en cuenta para desarrollar programas y actuaciones relacionadas con los procesos de reclutamiento y selección, la formación en valores, la cultura de la empresa, el trabajo en equipo, etc. la Educación en general, además de los gobernantes y otros agentes, deberían desarrollar políticas y actuaciones para favorecer la formación de las percepciones, actitudes y sentimientos adecuados.

El objetivo del presente trabajo es determinar las actitudes y percepciones que los jóvenes de 18 años tienen acerca de la inmigración y del hecho de que los inmigrantes ocupen puestos de trabajo en las empresas turísticas. Estos jóvenes muy pronto trabajarán en las empresas turísticas y, dada su edad, integran la Generación Y residente. Si las actitudes no son las adecuadas, que a nuestro juicio deberían serlo, ello podría repercutir negativamente en la convivencia y el trabajo en la empresa, afectando al cliente y a los resultados de la organización. Lo contrario también es cierto: el desarrollo de actitudes y percepciones positivas acerca de estos asuntos puede traducirse en resultados favorables para la organización y para la convivencia de sus miembros integrantes.

Quizás podamos tener esperanzas. Autores como Kwok (2012) han demostrado que en el contexto laboral la Generación Y tiende a ser más colaboradora, más altruista y receptiva. Los sujetos pertenecientes en la Generación Y valoran la libertad, la autonomía, el equilibrio entre vida laboral y personal, así como los aspectos intrínsecos del trabajo. Más que interesarse por ganar dinero, les entusiasma la idea de aportar diferencias al mundo, y no les preocupa la movilidad laboral ni tener que realizar desplazamientos a otros lugares para mejorar la calidad de vida en general y la laboral en particular. Hutchinson, Brown y Longworth (2012) destacan la flexibilidad y la capacidad de adaptación de esta generación. Islam, Cheong, Muhd y Desa, H. (2011) resaltan que se trata de una generación independiente, a favor de la diversidad y del trabajo en equipo, una generación que incluye personas sociables, positivas, educadas, curiosas y morales.

2.- Investigación

El objetivo de la presente investigación es determinar la percepción y la actitud de los jóvenes residentes en Canarias - la Generación Y - ante la inmigración en general en la región y su relación con el empleo y el desarrollo turístico. Partimos de la hipótesis de que, al menos en relación a determinadas variables o atributos, los jóvenes residentes que conforman la Generación Y en el destino turístico de Canarias adoptan actitudes y percepciones positivas hacia la inmigración y su integración laboral, dadas las características de dicha generación.

El destino turístico seleccionado es el de las Islas Canarias, una región conocida por procesos intensos de inmigración y emigración asociados al mundo del trabajo en el sector turístico. Las Islas Canarias también constituyen un posicionado destino turístico a nivel internacional. La

muestra de sujetos investigados ha estado compuesta por 190 jóvenes de 18 a 20 años, de los cuales el 70% han sido mujeres y el 30% hombres. Se ha elegido este tramo de edad porque estos jóvenes constituyen la "Generación Y".

El instrumento diseñado, que hemos denominado MIGRATUR-10 (Migración y Turismo, 10 ítems), constituye una escala tipo Likert que incluye 10 ítems que relacionan la inmigración (la general y la laboral) y el turismo en Canarias, con el objeto de determinar las percepciones y las actitudes de los jóvenes residentes de la región. Inicialmente la escala fue presentada a un grupo de 15 estudiantes pertenecientes al universo de sujetos investigados, que no formaron parte de la muestra final, con el objeto de depurar el instrumento. Los ítems fueron presentados en el mismo orden en el que figuran en la escala. Cuando se comprobó que los miembros del grupo comprendían el contenido y las instrucciones de la escala, y que no tenían dificultad para cumplimentarla, la escala se convirtió en definitiva.

El modelo utilizado en el presente trabajo es el propuesto por Rasch (1960, 1977), un modelo que está siendo ampliamente utilizado en el ámbito de la gestión empresarial (Montero y Oreja, 2010a, 2010b; Salzberger, 2009) y en el sector turístico (Montero y Oreja, 2005a, 2005b; Oreja y Yanes, 2007). El modelo de Rasch, que no posee las limitaciones de la Teoría Clásica del Test (TCT) (Bond y Fox, 2001; Embretson y Reise, 2000), posee claras ventajas: precisión (fiabilidad) y la exigencia de ajuste de los datos al modelo (validez) (Montero y Oreja, 2010a, 2010b), además de la estabilidad ante muestras pequeñas, de la posibilidad de obtener información acerca de los desajustes y de permitir un análisis individualizado, pues no se trata de una técnica – exclusivamente – centrada en el nivel grupal (García, Oreja y Yanes, 2009).

Otras ventajas del modelo de Rasch (1960, 1977) son las siguientes:

- a) Unidimensionalidad: se asume que los ítems del instrumento de medida reflejan sólo un rasgo latente subyacente.
- b) Suficiencia de la puntuación total: la puntuación total tiene toda la información estadística necesaria para determinar el parámetro del sujeto.
- c) Objetividad específica (invarianza): las posibles comparaciones entre sujetos son independientes del instrumento de medida utilizado. Del mismo modo, es posible comparar los instrumentos de medida independientemente de a qué sujetos se les aplica.
- d) Ventaja respecto al uso de muestras: las medidas del modelo de Rasch (1960, 1977) son estables aún cuando se utilicen muestras pequeñas.

En el presente trabajo se ha utilizado el software Winsteps 3,75. (<http://www.winsteps.com/index.htm>), versión actualizada de Winsteps 3,75 (Linacre, 2008).

Resultados

Las tablas 3 y 4 muestran que los estadísticos MNSQ asociados al INFIT (interno) y OUTFIT (externo), tanto para los ítems como para los sujetos, tienen un valor de 1 ó muy próximo a 1, lo que demuestra la validez de los datos y que éstos se ajustan al modelo. Este es un requisito esencial del modelo de Rasch (1960, 1977) para poder afirmar que los datos obtenidos a través de la escala utilizada presenten las mismas características que el modelo. La validez queda corroborada por los valores obtenidos para el estadístico ZSTD (se encuentran en el intervalo +/- 1), tanto para el caso INFIT como OUTFIT, y son consistentes con los valores de MNSQ mencionados anteriormente.

	Row score	Count	Medida	Model error	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
Media	569,8	190,0	,00	,07	1,01	,0	1,01	,0
Desv. St.	93,7	,0	,51	,00	,19	2,1	,19	2,1
Fiabilidad real: ,98					Fiabilidad del modelo: ,98			
Correlación IRSTM: - 1,00								

Tabla 3: Datos básicos de los ítems (Fuente: elaboración propia)

	Row score	Count	Medida	Model error	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
Media	30,0	10,0	-,01	,33	1,00	0	1,01	0
Desv. St.	3,7	,0	,40	,01	,59	1,5	,59	1,5
Fiabilidad real: ,81					Fiabilidad del modelo: ,82			
Correlación IRSTM: - 1,00								

Tabla 4: Datos básicos de los sujetos (Fuente: elaboración propia)

Los niveles de fiabilidad también son aceptables, pues son superiores al 80% en ambos casos, ítems y sujetos (Montero y Oreja, 2010a). Ello implica que la separación existente es aceptable y la medición precisa. No obstante, se podría obtener una mayor fiabilidad de los ítems mediante la utilización de un cuestionario con un amplio rango de dificultad de los ítems, o utilizando una muestra más amplia de sujetos.

La tabla 5 contiene los resultados de la calibración de los ítems. No se observa correlación negativa de ningún ítem, siendo aceptables los valores de ajuste o validez. En general la escala es válida, se ajusta al modelo. Como se observa en la tabla 5 los ítems menos posicionados (menos puntuados) son el ítem 3 (“Los inmigrantes poseen más habilidades laborales para trabajar en turismo que los residentes”), el ítem 4 (“La Administración pública gestiona correctamente la inmigración en Canarias en zonas turísticas”) y el ítem 10 (“La combinación de desarrollo turístico e inmigración afecta negativamente al medioambiente”). En el otro extremo, los ítems mejor posicionados son el ítem 7 (“Es positiva la mezcla de valores y culturas entre residentes canarios, turistas e inmigrantes”), el ítem 6 (“El crecimiento del turismo favorece la inmigración en Canarias por razones de trabajo”) y el ítem 9 (“Se debe pedir la opinión a los residentes canarios respecto a la gestión de la inmigración y el turismo en la región”). Realizado el análisis del escalograma de Guttman se confirma que los ítems se pueden ordenar, de mayor a menor puntuación, de la siguiente manera: ítems 7, 6, 9, 2, 1, 5, 8, 10, 3, 4.

Los resultados en ZSTD de los ítems 8 y 9 indican cierta dependencia de los datos (desajuste) y un pequeño margen de error en los resultados, respectivamente, lo que podría sugerir la eliminación del ítem 7, algo que nosotros no hemos tenido en cuenta, pues sólo se trata de un ítem e intentamos analizar dicho desajuste.

Item	Measure	Model S.E.	IINFIT		OUTFIT		PTMEA CORR.	Aproximación al contenido del ítem
			MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD		
3	,61	,08	1,10	1,1	1,11	1,2	,19	Los inmigrantes poseen más habilidades
4	,61	,08	,86	-1,6	,87	-1,4	,23	Gestión correcta de la inmigración por AP
10	,60	,08	1,19	2,0	1,17	1,8	,55	Inmigración en turismo afecta – al medio
8	,30	,07	,77	-2,7	,76	-2,8	,56	La inmigración frena bienestar residentes
5	,20	,07	,83	-2,01	,82	-2,0	,53	La inmigración frena seguridad y orden
1	-,05	,07	,92	-,9	,93	-,8	,21	La inmigración favorece dlo. Del turismo
2	-,41	,07	1,03	,3	1,01	,2	,57	Los inmigrantes ocupan puestos de residentes
9	-,52	,08	1,40	3,9	1,39	3,8	,33	Se debería pedir opinión a residentes
6	-,53	,08	,81	-2,1	,81	-2,1	,33	El crecimiento del turismo favorece inmigración
7	-,81	,08	1,17	1,7	1,21	2,1	,32	Es + mezcla de valores inmigrantes/residentes
MEAN	,00	,07	1,01	,0	1,01	,0	---	-----
S. D.	,51	,00	,17	2,1	,19	2,1	---	-----

Tabla 5: Calibración de los ítems (Fuente: elaboración propia)

Respecto al desajuste de los ítems, se observa en la tabla 6 que sólo dos ítems presentan desajustes: el ítem 7 y el ítem 9. En general podemos afirmar que ha existido la tendencia a que los sujetos investigados puntúen dos o tres puntos por debajo de lo que el modelo sugiere (el 90% de los sujetos que han ocasionado desajuste), y sólo dos sujetos (10% de los sujetos que han ocasionado desajuste) han puntuado por encima de lo que propone el modelo.

Ítem 7: "Es positiva la mezcla de valores y culturas entre residentes canarios, turistas e inmigrantes"									
Sujeto	7	9	28	43	102	104	123	138	
Puntuación	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Desajuste	-3	-2	-2	-2	-3	-2	-2	-2	-2

Ítem 9: "Se debería pedir la opinión a los residentes canarios respecto a la gestión de la inmigración y el turismo en la región"												
Sujeto	12	13	24	35	46	49	62	107	108	119	130	157
Puntuación	1	5	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1
Desajuste	-2	2	-2	-2	-3	-2	-2	-2	2	-2	-2	-2

Tabla 6: Desajustes de los ítems (Fuente: elaboración propia)

La figura 1 recoge el mapa conjunto de posicionamiento de sujetos/ítems. Podemos observar que casi todos los sujetos (excepto 6 de ellos = 4%) han puntuado el ítem 7: "Es positiva la mezcla de valores y culturas entre residentes canarios, turistas e inmigrantes". El 92% de los sujetos investigados también consideran que "El crecimiento del turismo favorece la inmigración en Canarias por razones de trabajo" (ítem 6), y que "Se debería pedir la opinión de los residentes canarios respecto a la gestión de la inmigración y el turismo en la región" (ítem 9). En la parte alta del gráfico se recogen los ítems que menos puntuación han obtenido. Sólo el 8% de los sujetos investigados consideran que "La combinación de desarrollo turístico e inmigración en las zonas turísticas de Canarias afecta negativamente al medioambiente" (ítem 10), que "Los inmigrantes poseen más habilidades laborales para trabajar en el turismo que los residentes canarios" (ítem 3) y que "La Administración pública gestiona correctamente la inmigración en Canarias en las zonas turísticas" (ítem 4).

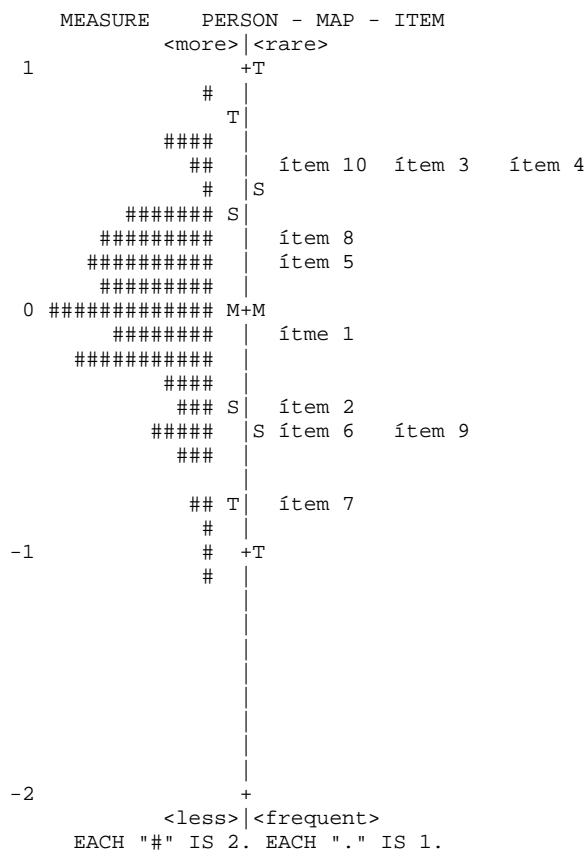


Gráfico 1: Mapa conjunto de sujetos/ítems
(Fuente: elaboración propia)

Conclusiones

Nuestra primera conclusión constituye una síntesis de la introducción del presente trabajo, y de la revisión bibliográfica en ella incluida. En este sentido creemos que los responsables de la gestión de las empresas turísticas deben realizar un esfuerzo por conseguir que, en relación a las actitudes de los colaboradores y los futuros profesionales hacia la inmigración en general y la laboral en particular, las ideas y las percepciones sean positivas y hagan posible una mejor integración laboral de todos los colectivos. Dicho esfuerzo se debe traducir en mayor satisfacción de los turistas y mejores resultados organizacionales. Desde la dirección de las empresas turísticas están asociados a la cultura de la empresa, la comunicación, la formación o los procesos de selección y desarrollo de los colaboradores. Creemos que este proceso se enmarca en un desarrollo de la responsabilidad social corporativa.

Por otra parte, los agentes gubernamentales y otros agentes sociales externamente debieran favorecer la formación de actitudes y percepciones positivas hacia la inmigración laboral en el destino turístico, a través de la Educación y de programas y actuaciones específicos que, en todo caso, debieran desarrollarse contando con la opinión y la participación de los propios residentes y los inmigrantes, entre otros agentes. Estos procesos deberían estar enmarcados en otros que tengan por objeto el desarrollo y la integración socio-cultural de las comunidades del destino turístico y el desarrollo del propio turístico del destino.

La siguiente conclusión, en relación a la investigación llevada a cabo, hace referencia a la escala utilizada. Podemos concluir que el instrumento nos ha permitido medir lo que pretendíamos medir, con una más que aceptable validez y fiabilidad. Recordemos que nuestro objetivo en el presente trabajo NO era el diseño de un instrumento, sino obtener información sobre las percepciones y actitudes de los jóvenes residentes en el destino turístico de "Islas Canarias" en relación a la inmigración general, la asociada al trabajo y el turismo.

La tercera conclusión hace referencia a las actitudes de los jóvenes respecto a la solicitud de opinión sobre la inmigración laboral en el destino turístico. La mayor parte de los jóvenes consideran que se debería pedir la opinión a los residentes sobre estos asuntos, algo que nos parece acorde con las características socio-participativas y colaborativas de la Generación Y, además de muy necesario para favorecer un desarrollo social, cultural y empresarial sostenible del turismo. Hemos podido apreciar cómo en la calibración de los ítems de la escala los jóvenes incluso puntuaron este aspecto por debajo de lo propuesto por el modelo. En realidad la literatura científica sobre turismo y la propia OMT actualmente destacan esta necesidad de colaboración entre todos los stakeholders respecto al desarrollo sostenible del turismo. Quizás sea este el momento de destacar el hecho de que los jóvenes residentes y los inmigrantes (los laborales al menos) han sido obviados y olvidados en estos procesos.

Concluimos también que la mayor parte de los jóvenes de la muestra investigada consideran que el crecimiento del turismo favorece la inmigración, dato este que pone de manifiesto que los jóvenes son conscientes de un hecho que ha sido contrastado científicamente, tal y como pusimos de manifiesto en la introducción del presente trabajo. Sin embargo, esta percepción de los jóvenes no constituye una actitud negativa, sino un mero reconocimiento de un suceso real. De este modo es más sencillo, teniendo en cuenta lo que dijimos en el párrafo anterior, integrar a los jóvenes y contar con su colaboración en la gestión conjunta del desarrollo turístico y la inmigración laboral.

En la introducción del presente trabajo pudimos constatar, según la literatura existente, que la Generación Y se caracteriza por su aceptación de la diversidad. Los resultados de la presente investigación ponen de manifiesto que la mayor parte de los sujetos estudiados consideran que la mezcla de valores y culturas de inmigrantes, residentes canarios y turistas es positiva. Esta actitud favorece los procesos de inclusión social y laboral de los inmigrantes, así como la convivencia en el destino turístico y en las empresas turísticas.

Las siguientes conclusiones se refieren a los ítems que la mayor parte de los sujetos a los que se les ha aplicado la escala han otorgado escaso valor. Los jóvenes residentes en Canarias no creen que los inmigrantes posean más habilidades que ellos, lo cual denota, en principio, una postura segura y de autoestima muy útil en el mercado de trabajo y en las organizaciones turísticas. Sin embargo, y en contraste, existe la muy aceptada creencia de que los inmigrantes ocupan los puestos de trabajo de los residentes en las empresas turísticas, aún no teniendo dichos inmigrantes menores habilidades, lo cual puede generar frustración en los residentes, especialmente los que se están formando para después conseguir un empleo en el sector turístico. Ahora bien, todo hay que decirlo, la Generación Y no tiene problema para, ante unas circunstancias dadas, cambiar de contexto laboral.

Unido a lo anteriormente comentado hemos de añadir que los jóvenes residentes, en su mayoría, consideran que así como la inmigración laboral en el marco turístico no afecta al medio, la Administración pública no gestiona correctamente la inmigración laboral en el contexto turístico de Canarias. Ello parece implicar que, más que las empresas turísticas, los propios inmigrantes o los jóvenes residentes, son los gobernantes los que deben generar un marco adecuado para la inmigración laboral en el destino turístico.

Por último, menos de la mitad de los jóvenes que han formado parte de la muestra consideran que la inmigración laboral frene el bienestar, la seguridad y el orden de los residentes, y más de la mitad considera que la inmigración favorece el desarrollo turístico.

ANEXO

Migratur-10

Responde cada ítem escribiendo una X en las casillas según estés:

Totalmente de acuerdo (5)
Bastante de acuerdo (4)
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)
No muy de acuerdo (2)
En total desacuerdo (1)

Nº	Ítem	1	2	3	4	5
1	La inmigración en Canarias favorece de manera positiva el desarrollo del turismo de la región					
2	Los inmigrantes ocupan puestos de trabajo en el turismo que podrían ocupar los residentes					
3	Los inmigrantes poseen más habilidades laborales para trabajar en el turismo que los residentes canarios					
4	La Administración Pública gestiona correctamente la inmigración en Canarias en las zonas turísticas					
5	La inmigración hace más difícil mantener y gestionar el orden público y la seguridad en zonas turísticas					
6	El crecimiento del turismo favorece la inmigración en Canarias por razones de trabajo					
7	Es positiva la mezcla de valores y culturas entre residentes canarios, turistas e inmigrantes					
8	La inmigración en zonas turísticas frena el bienestar de los residentes en dichas zonas					
9	Se debería pedir la opinión a los residentes canarios respecto a la gestión de la inmigración y el turismo en la región					
10	La combinación de desarrollo turístico e inmigración en las zonas turísticas afecta negativamente al medioambiente					

Gracias por la colaboración

NOTA: este cuestionario NO pretende herir sensibilidades NI parte de una postura determinada ante la inmigración y el turismo

Bibliografía

Bond, T. G.; Fox, C. M. (2001). *Applying the Rasch model: fundamental measurement in the human science*. Mahwah, NJ: LEA.

Cánoves, G. y Blanco, A. (2009). Turismo, mercado e inmigración en España: un análisis de la situación en las comunidades de Murcia, Canarias, Valencia y Andalucía. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 50, 259-280.

Díaz, M. C. y Delgado, C. R. (2005). Mercado laboral y nuevos perfiles de la inmigración extranjera en Canarias. *Scripta nova*, 9, 181-204.

Embretson, S. E. y Reise, S. P. (2000). *Item response theory for psychologists*. Mahwah, NJ: LEA.

Facchini, G. (2004). The political economy of international trade and factor mobility: A survey. *Journal of economic surveys*, 18, 1-31.

Facchini, G. y Mayda, A. M. (2008). From individual attitudes toward migrants to migration policy outcomes: Theory and evidence. *Economic policy*, 23(56), 651-713.

Facchini, G. y Mayda, A. M. (2009). Individual attitudes towards immigrants: Welfare state determinants across countries. *Review of economics and statistics*, 91(2), 291-314.

Facchini, G. y Mayda, A. M. (2012). Individual attitudes toward skilled migration: an empirical analysis across countries. *World economy*, 35(2), 183-196.

García, A. M., Oreja, J. R. y Yanes, V. (2009). Las percepciones del dinamismo del entorno de la cadena de suministros agroalimentaria. Un análisis utilizando el modelo de Rasch. *Revista española de estudios agro-sociales y pesqueros*, 222, 125-154.

Godenau, D. y Zapata, V. M. (2008). Canarias: inmigración en una región fronteriza del Sur de la Unión Europea. *Política y sociedad*, 54(1), 61-84.

Hutchinson, D., Brown, J. y Longworth, K. (2012). Attracting and maintaining the Y Generation in nursing: a literature review. *Journal of nursing management*, 20, 444-450.

Islam, M., Cheong, T. W., Muhd, D. H. y Desa, H. (2011). A study on "Generation Y" behaviours at workplace in Penang. *Australian journal of basic and applied sciences*, 5(11), 1802-1812.

Johnson, D. E., Davis, S. B. y Albright, T. L. (2009). Examining the relationship between employee attitudes and firm's financial performance: A theoretical framework and causal investigation. *Journal of managerial issues*, 21(3), 367-382.

Judge, T., Thoresen, C., Bono, J. y Patton, G. (2001). The job satisfaction-job performance relationship: a qualitative and quantitative review. *Psychological bulletin*, 127, 376-407.

Kancs, D. (2011). The economic geography of labour migration: Competition, competitiveness and development. *Applied geography*, 31(1), 191-200.

Konan, S. E. (2011). Limits to growth: Tourism and regional labor migration. *Economic modeling*, 28(1-2), 473-481.

Kuo, C. M. (2009). The dimensions of international hotel employee service attitude and their managerial implications. *Service industries journal*, 29(9), 1.199-1.214.

Kwok, H. (2012). The Generation Y's working encounter: A comparative study of Hong Kong and other chinese cities. Original paper. *J. Fam Iss*, 33, 231-249.

- Linacre, M. J. (2008): *Winsteps. Rasch measurement computer program*. Chicago: www.winsteps.com.
- Mayda, A. M. (2006). Who is against immigration? A cross-country investigation of individual attitudes toward immigrants. *Review of economics and statistics*, 88, 510–530.
- Mayda, A. M. (2007). Why are people more pro-trade than pro-migration? IZA Working Paper nº 2855.
- Menz, G. (2011). Employer preferences for labour migration: Exploring varieties of capitalism-based contextual conditionality in Germany and the United Kingdom. *British journal of politics and international relations*, 13(4), 534-550.
- Montero, I. y Oreja, J. R. (2005a). Diseño de un instrumento de medida para el análisis comparativo de los recursos culturales tangibles. *Pasos*, 3(2), 245-255.
- Montero, I. y Oreja, J. R. (2005b). La disponibilidad de los recursos tangibles de la oferta de productos de turismo cultural de las Islas Canarias. Aplicación del modelo probabilístico de Rasch. *Cuadernos de turismo*, 16, 135-151.
- Montero, I. y Oreja, J. R. (2010a). Benchmarking interno en una central de compras de agencias de viajes. *Cuadernos de turismo*, 26, 177-199.
- Montero, I. y Oreja, J. R. (2010b). Acciones de mejora del posicionamiento en recursos culturales tangibles de los municipios canarios. *Pasos*, 8(1), 1-12.
- Niedomysl, T. (2004). Evaluating the effects of place marketing campaigns on interregional migration in Sweden. *Environment and Planning*, 36(11), 1991-2009.
- Niedomysl, T. (2005). Tourism and Interregional Migration in Sweden: an Explorative Approach. *Population, space and place*, 11(3), 187-204.
- Oreja, J. R. y Yanes, V. (2007). Perceived environmental uncertainty in tourism: a new approach using the Rasch model. *Tourism management*, 28, 1.450-1.463.
- Ortega, F. y Polavieja, J. G. (2012). Labor-market/exposure as a determinant of attitudes toward immigration. *Labour economics*, 19(3), 298-311.
- Rasch, G. (1960). *Probabilistic models for some intelligence and attainment tests*. Copenhagen: Danish Institute for Educational Research.
- Rasch, G. (1977). On specific objectivity: An attempt at formalizing the request for generality and validity of scientific statements. En M. Giegvad (Eds.): *The Danish yearbook of philosophy* (pp. 59-94). Copenhagen: Munksgarrd.
- Salzberger, T. (2009). *Measurement in marketing research*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Simon, D. H., Gómez, M. I. y McLaughlin, E. W. (2009). Employee attitudes, customer satisfaction and sales performance: Assessing linkages in US grocery stores. *Managerial and decision economics*, 30(1), 27-41.
- Vargas, A., Porras, N. y Plaza M. D. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible? *Annals of tourism research*, 38(2), 460-480.
- Wang, H., Tsui, A. S. y Xin, K. R. (2011). CEO leadership behaviors, organizational performance and employees' attitudes. *Leadership quarterly*, 22(1), 92-105.
- Williams A. M. y Hall, C. M. (2000). Tourism and migration: new relationships between production and consumption. *Tourism geographies*, 2, 5-27.