

**¿QUE INDICA UN INDICADOR?  
ANÁLISIS COMPARATIVO EN LOS DESTINOS  
TURÍSTICOS.**

**Dra. Amparo Sancho Pérez**

*Amparo Sancho es responsable de investigación turística en el Instituto Internacional de Economía de la Universidad de Valencia, España. Email: amparo.sancho@uv.es. Sus líneas de investigación incluyen diferentes aspectos como indicadores en los destinos turísticos, innovación y difusión de las innovaciones en el sector turístico, calidad en turismo, y educación y enseñanza en el sector turístico.*

**Dr. Gregorio García Mesanat**

*Gregorio García Mesanat es miembro del Departamento de Análisis Económico de la Universidad de Valencia, España. Email: gregorio.garcia@uv.es. Sus líneas de investigación se centran en el turismo sostenible y en los impactos de las tecnologías de la información en el turismo.*

## ABSTRACT

*La gestión de los destinos turísticos se instrumentaliza, generalmente, con un conjunto de indicadores con fuertes componentes medioambientalistas y económico, y por el escaso protagonismo concedido a los indicadores subjetivos que encuadran las percepciones de la población local y turistas como agentes básicos en el proceso de gestión. El trabajo que se presenta realiza un estudio comparativo sobre un conjunto de destinos de sol y playa y de rutas culturales, enfrentando los resultados obtenidos a través de los indicadores objetivos (indicadores estándar normalmente utilizados), con los resultados del análisis subjetivo, y demostrando la importancia de estos indicadores para analizar el desarrollo sostenible del destino.*

## 1. INTRODUCCIÓN

El uso de indicadores ha sido y sigue siendo una práctica muy habitual en la gestión de destinos turísticos, que han basado muchas de sus decisiones en los resultados obtenidos a través de unos indicadores estándar, normalmente prefijados y que, por lo tanto, proporcionan informaciones generalistas y un tanto confusas. Pero la utilización de indicadores no es una cuestión trivial si se quiere proporcionar una información real y clara de la situación del destino y que pueda ser utilizado como una herramienta en la gestión de los destinos turísticos, así como en la valoración de las buenas prácticas realizadas por los mismos. Estos indicadores proporcionan criterios que permiten adoptar medidas correctoras o mejoras que puedan ser utilizadas en la gestión sostenible del destino.

Por otra parte la validez de los indicadores está condicionada a la correcta utilización de los mismos y para ello es necesario conocer lo que se quiere evaluar, seleccionar la información relevante (el exceso de información desinforma) y, por último, sintetizar dicha información con un criterio objetivo que proporcione una serie de medidas útiles y significativas para los responsables de la toma de decisiones y evaluar la posición competitiva del destino.

Generalmente, en los estudios sobre gestión turística se centra el análisis en un conjunto de indicadores, con fuertes componentes medioambientalistas y económicos. Dos aspectos importantes han quedado relegados en estos análisis. En primer lugar el escaso protagonismo concedido a la población local como un agente importante en el proceso de gestión turística, capaz de influir en el proceso de consolidación y éxito del desarrollo turístico de un destino (dado el impacto que la actividad turística tiene sobre sus modos y estilos de vida). En segundo lugar la demasiada importancia adjudicada a los indicadores de carácter objetivo, como estadísticas del estado en el que se encuentra el destino, obviando el papel tan importante que los componentes subjetivos y percepciones tienen en la satisfacción de los clientes internos (población local) y externos (turistas) y por lo tanto en la sostenibilidad del destino turístico.

Se considera que la respuesta que se recibe de los agentes es un modo complementario más adecuado de gestionar las actuaciones de sostenibilidad en los destinos, que la mera observación de datos o estándares objetivos. El mecanismo escogido para analizar la valoración que el ciudadano residente y el turista hace sobre la experiencia turística es la información directa proporcionada por las encuestas basadas en indicadores de carácter subjetivo, dado que el interés radica en conocer cuál es la percepción de ambos acerca de los aspectos positivos o negativos de dicha experiencia.

Es por ello que el presente trabajo plantea una propuesta de indicadores donde, junto a los indicadores más tradicionales de carácter objetivo, se introducen otros de alto componente subjetivo, buscando un método que permita compaginar la información objetiva y subjetiva, y que permita obtener comparaciones entre los destinos turísticos, sus puntos fuertes y sus debilidades en un análisis competitivo.

## 2. UN SISTEMA DE INDICADORES PARA EVALUAR LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

El proceso de gestión y auditoría de un destino turístico parte de un proceso previo de toma de decisiones que comporta una sucesión de principios establecidos sobre como debe de ser el desarrollo turístico del mismo. En la planificación establecida se parte de unos criterios sobre como debe de ser el funcionamiento futuro del destino, y para ello se establece el seguimiento de unos indicadores cuantitativos y objetivos que faciliten el proceso planificador. Es necesario destacar que no existe ningún tipo de planteamiento científico unánimemente aceptado respecto a qué es y cuáles deben ser los indicadores idóneos que ayuden a los gestores de los destinos turísticos en el logro de la sostenibilidad de los mismos. (OMT, 2004).

La primera dificultad que se presenta al definir qué se entiende por indicador sostenible Masera (1999) nace de la propia indefinición del concepto de “desarrollo sustentable o sostenible” ya que se corre el riesgo de convertir el concepto de sostenibilidad en un simple cliché que se puede usar según la conveniencia del momento. Igualmente, es conveniente no perder de vista la idea de que tanto el propio concepto de desarrollo sostenible como el de indicador sostenible tienen su origen en el campo ecológico y medioambiental (Hughes, 2002), pero que no debe de obviarse los otros dos componentes, sociocultural y económico que diseñan el modelo de gestión.

El uso de indicadores implica conocer lo que se quiere evaluar, seleccionar la información relevante (el exceso de información desinforma) y, por último, sintetizar dicha información en una serie de medidas útiles y significativas para los responsables de la toma de decisiones. La significatividad e importancia de estos indicadores dependerá del objetivo a alcanzar, en particular de los atributos de los destinos y de la relativa importancia de estos atributos en función del objetivo perseguido por lo que los indicadores podrán referirse a variables de carácter cuantitativo pero también de carácter cualitativo.

Como se desprende de lo expuesto hasta el momento, no existe una lista de indicadores universales y unánimemente aceptados (Bakkes, 1994 y Masera, 1999). Es más, y puesto que un indicador describe un proceso específico de control (a diferencia de una información exclusivamente numérica), ha de ser sensible a las percepciones de los agentes implicados en el desarrollo del mismo, buscando un sistema que haga que los resultados sean fácilmente interpretables.

Entre los indicadores aplicables a una gestión sostenible se distinguen, básicamente, aquellos que son fácilmente cuantificables, como la tasa de inflación, la inversión, etc. y aquellos otros que no son fácilmente cuantificables pero que adquieren una gran importancia en la valoración de la satisfacción de la población local por vivir en un destino turístico, o la satisfacción de la experiencia turística de los turistas.

No siempre los resultados que se obtienen en el análisis de estos dos tipos de indicadores son coincidentes, ni se llega a los mismos resultados por ello se centra este análisis en el desarrollo de estos dos tipos de indicadores analizando sus diferencias respecto a las conclusiones que difieren de sus resultados.

Partiendo de diversas fuentes (OCDE, 2001; OMT, 2004; Ministerio de Medio Ambiente, 2003) se ha llevado a cabo un proceso de depuración que permitiera tener un listado inicial de indicadores a partir de los cuales se pudiera comenzar a trabajar. Se ha considerado que los indicadores propuestos en estas adolecen de un carácter excesivamente objetivo, sin tener en cuenta la importante información que proporcionan la opinión de los colectivos que experimentan más directamente la experiencia turística, la población local y los turistas.

## **2.1. Sistema de indicadores económicos**

Un indicador económico podría ser definido como un instrumento que refleje de forma sintética, cuantitativa, significativa y legítima el estado de la realidad o ámbito económico. El problema está en delimitar qué se entiende por ámbito económico en el sector turístico, ya que muchos indicadores económicos están estrechamente relacionados con otras ramas de actividad, lo cual dificulta su delimitación precisa y concreta.

Es necesario destacar dos aspectos relevantes en el planteamiento de los indicadores objetivos en el campo económicos. En primer lugar, y previamente a la utilización de estos, se debe conocer muy bien la forma en que se emplean, los criterios de ponderación o de equilibrado de los mismos y la implicación directa del objetivo de medición con la actividad turística, ya que no se obtendrán los mismos resultados, en un caso u otro, por ejemplo, si se considera el PIB per cápita en lugar de la renta per cápita, o la población de hecho o de derecho, etc... En este apartado hay que constatar la importancia que tiene los valores de referencia de los indicadores, que dan significado al indicador.

En segundo lugar, existen algunas limitaciones y problemas que quedan encubiertos por los indicadores económicos y es la percepción que los agentes tienen sobre si las mejoras económicas en el destino pueden ser debidas o no a la propia actividad turística. Es este un aspecto muy importante ya que solo una percepción positiva de éste puede contribuir a un bienestar de la población ante los flujos turísticos y por lo tanto aceptar el desarrollo futuro del sector. Por ello junto con los tradicionales impactos económicos, se ha desarrollado un estudio de la sensibilización de la población local sobre la mejora económica que la actividad turística proporciona en su entorno.

Los indicadores así considerados quedan expuestos en la Tabla 1, donde se recogen aspectos de territorio, trabajo, capital, tecnología, equipamientos y servicios públicos, accesibilidad, precios y sector turístico.

## **2.2. Sistema de indicadores socioculturales**

En la lista de indicadores sociales propuestos por la OCDE (1985) resulta especialmente remarcable el hecho de que la originalidad del concepto de indicador social radique, precisamente, en su capacidad para ofrecer una referencia sintética para la observación de un amplio abanico de fenómenos sociales.

Por sí solo, un indicador sociocultural (o una batería de indicadores socioculturales) podrá revelar la existencia de un problema social y/o cultural, pero no precisa detalladamente su naturaleza y su vinculación implícita con la actividad turística. Utilizado aisladamente no aportará un conocimiento del problema lo bastante amplio como para elaborar, a partir de él, una política turística adecuada, pero sí permitirá tomar conciencia sobre una situación determinada.

Siguiendo el esquema sobre sostenibilidad planteado, se ha buscado información referente a indicadores socioculturales. Hay que señalar que normalmente este tipo de indicadores son incorporados de forma muy fragmentada o casi por compromiso en las evaluaciones convencionales

Del mismo modo que para los económicos, a partir de las fuentes encontradas para los indicadores socioculturales se establecen en la Tabla 2 indicadores de dotación cultural que incluirían los equipamientos educativos y culturales, indicadores de recursos patrimoniales (y su conservación), indicadores de recursos culturales (artesanales, festivos, etc.) y del asociacionismo dentro del destino turístico, indicadores de sociedad relativos a la población del destino. La combinación de indicadores objetivos sobre dotaciones, junto con los subjetivos sobre las percepciones de los clientes sobre el beneficio que el turismo proporciona a los estilos de vida, y cultura de la población local, enmarcan el modelo construido donde el peso de estos indicadores toman una importancia relevante.

### 2.3. Sistema de indicadores medioambientales

La definición de indicador medioambiental dada por la OCDE (1998) resulta muy explícita: “un indicador medioambiental es una variable que ha sido socialmente dotada de un significado añadido al derivado de su propia configuración científica, con el fin de reflejar de forma sintética una preocupación social con respecto al medio ambiente e insertarla coherentemente en el proceso de toma de decisiones”.

Es conocido el gran esfuerzo que se ha realizado desde la gestión turística a este apartado fundamental en el desarrollo turístico sostenible de un destino. Prueba de ello son los trabajos del Ministerio del Medioambiente (2003) y de la propia OMT (2004). En estos trabajos se pone de relieve, una vez más, la fuerte vinculación existente entre los indicadores medioambientales y otros ámbitos de la sostenibilidad lo que hará que un indicador medioambiental no siempre sea una variable aislada sino que podrá estar construido a partir de la consideración de un conjunto de variables.

A pesar de esto y debido a que en ecología no todo es susceptible de ser reducido a un valor numérico, ni que todos los aspectos medioambientales inciden de la misma manera en el desarrollo turístico de un destino hace que estos indicadores tienen algunas limitaciones. Algunas variables muestran comportamientos estacionales, propios de la variabilidad natural, y otras son consecuencia de la propia estacionalidad turística. Por otro lado, en algunas ocasiones falta un marco de referencia en el que situar la idoneidad del valor de un indicador ambiental para su aplicación directa en el desarrollo turístico, así como las percepciones que tanto la población local como los turistas tienen sobre los condicionantes medioambientales del destino. Solo en la confrontación de estas dos clases de indicadores puede apreciarse la verdadera situación medioambientalista del destino.

Como se aprecia en la Tabla 3 se establecen indicadores para analizar la gestión pública del medio ambiente en el destino turístico, indicadores relacionados con la sensibilización medioambiental, indicadores relativos a los residuos distinguiendo entre residuos sólidos y aguas residuales, indicadores sobre contaminación atmosférica a nivel municipal, indicadores relativos a la contaminación acústica, indicadores relacionados con el paisaje urbano (contaminación arquitectónica y lumínica), dada la importancia que su degradación tiene a la hora de promocionar un destino turístico y, por último, indicadores relativos al consumo del agua, tanto en el presente como las medidas para garantizarlo en el futuro, y a la calidad del agua.

Sobre la estructura de estos indicadores se ha dado un peso importante a los indicadores subjetivos donde, a través de una encuesta, se intenta obtener las percepciones de la población local y los turistas, sobre el impacto que el turismo genera en el entorno físico.

Como resumen se puede concluir que de los 75 indicadores económicos propuestos se han establecido 21 de carácter subjetivo (11 para medir las percepciones de la población local y 10 para la valoración de los turistas), lo que significa el 28% del total. Asimismo, de los 39 indicadores socioculturales propuestos, 18 son de carácter subjetivo (10 para la población local y 8 para los turistas), lo que representa el 46% del total. Por último, de los 97 indicadores medioambientales propuestos, 26 son de carácter subjetivo (13 para la población local y 13 para los turistas), lo que representa el 27% del total. En definitiva, se han propuesto 34 indicadores para medir las percepciones de la población local sobre los impactos económicos, socioculturales y medioambientales, y 31 indicadores para medir la valoración de los turistas sobre los aspectos económicos, socioculturales y medioambientales del destino, lo que representa el 31% de los 211 indicadores propuestos.

**Tabla 1. Indicadores económicos**

CATEGORIA	INDICADORES OBJETIVOS	INDICADORES SUBJETIVOS	
		PARA LA POBLACION LOCAL	PARA LOS TURISTAS
<b>TERRITORIO</b>	<p>ObE1. Suelo urbanizable / km<sup>2</sup> territorio municipal</p> <p>ObE2. Suelo urbanizado / km<sup>2</sup> territorio municipal</p> <p>ObE3. Suelo uso primario / suelo uso terciario</p> <p>ObE4. Suelo uso terciario / km<sup>2</sup> territorio municipal m<sup>3</sup> construidos / m<sup>3</sup> disponibles</p> <p>ObE5. Existencia de planeamiento urbanístico</p> <p>ObE6. Antigüedad inferior a 5 años (revisión en su caso)</p>	<p>PIE1. Percepción de la población local respecto a si el suelo destinado al turismo está aumentando en detrimento de otros tipos de uso (industria, agricultura).</p>	
<b>TRABAJO</b>	<p>ObE7. Población ocupada en sector primario / población en edad de trabajar</p> <p>ObE8. Población ocupada en sector secundario / población en edad de trabajar</p> <p>ObE9. Población ocupada en sector terciario / población en edad de trabajar</p> <p>ObE10. Población ocupada en sector turístico / población en edad de trabajar</p> <p>ObE11. Tasa de paro del sector turístico / tasa de paro</p> <p>ObE12. Tasa de paro en la población joven / tasa de paro</p> <p>ObE13. Tasa de paro femenina / tasa de paro</p> <p>ObE14. Titulados superiores y medios / población de derecho</p> <p>ObE15. Nivel de formación de las mujeres / nivel formación de la población total</p> <p>ObE16. Número de cursos especializados en turismo / total de cursos impartidos</p>	<p>PIE2. Percepción de la población local sobre si el turismo crea más puestos de trabajo para la comunidad local</p>	<p>TrE1. Valoración de los turistas del nivel de formación de los empleados turísticos</p>

CATEGORIA	INDICADORES OBJETIVOS	INDICADORES SUBJETIVOS	
		PARA LA POBLACION LOCAL	PARA LOS TURISTAS
<b>CAPITAL</b>	<p>ObE17. Inversión pública / habitantes de derecho</p> <p>ObE18. Inversión privada / habitantes de derecho</p> <p>ObE19. Inversión privada en el sector turístico / habitantes de hecho</p> <p>ObE20. Inversión privada en construcción / inversión privada total sector</p> <p>ObE21. Inversión privada en renovación / inversión privada total sector</p> <p>ObE22. IBI / población de derecho</p> <p>ObE23. Impuestos recaudados por tasa de basuras / total impuestos</p>	<p>PIE3. Percepción de la población local sobre la atracción de inversión por el turismo</p>	
<b>TECNOLOGIA</b>	<p>ObE24. Consumo de energía eléctrica / población de derecho</p> <p>ObE25. Energía producida por cogeneración / consumo de energía</p> <p>ObE26. Existencia de página web propia en el municipio</p>	<p>PIE4. Percepción de la población local respecto a la importancia de la página web del destino para fomentar el turismo</p>	<p>TrE2. Valoración de los turistas sobre la página web del destino turístico</p>
<b>EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS PUBLICOS</b>	<p>ObE27. Plazas de aparcamientos públicos de vehículos / vehículos de población de derecho</p> <p>ObE28. Camas de hospital (acceso inferior 30 minutos) / población de hecho</p> <p>ObE29. Médicos / población de hecho</p> <p>ObE30. Farmacias / población de hecho</p> <p>ObE31. Personal de los cuerpos de seguridad / población de hecho</p> <p>ObE32. Entidades financieras / población de hecho</p> <p>ObE33. Plazas de taxis / población de hecho</p>	<p>PIE5. Percepción de la población local respecto a si una mejora de los equipamientos públicos es consecuencia del turismo</p> <p>PIE6. Percepción de la población local respecto a si una mejora de los servicios públicos es consecuencia del turismo</p>	<p>TrE3. Valoración de los turistas de los equipamientos públicos del destino</p> <p>TrE4. Valoración de los turistas de los servicios públicos del destino</p>

CATEGORIA	INDICADORES OBJETIVOS	INDICADORES SUBJETIVOS	
		PARA LA POBLACION LOCAL	PARA LOS TURISTAS
<b>ACCESIBILIDAD</b>	<p>ObE34. Existencia de aeropuerto (acceso inferior a 60 minutos)</p> <p>ObE35. Existencia de autopista (acceso inferior a 15 minutos)</p> <p>ObE36. Existencia de salida propia de autopista</p> <p>ObE37. Existencia de carretera nacional (acceso inferior a 15 minutos)</p> <p>ObE38. Existencia de estación de ferrocarril propia (acceso inferior a 15 minutos)</p> <p>ObE39. Existencia de transporte público entre estación de tren y zona de oferta</p> <p>ObE40. Existencia de servicios transporte público en zona de oferta</p>	<p>PIE7. Percepción de la población local respecto a si una mejora de las carreteras e infraestructuras es consecuencia del turismo</p>	<p>TrE5. Valoración de los turistas de la accesibilidad al destino</p>
<b>PRECIOS</b>	<p>ObE41. Posicionamiento de precios respecto a destinos competidores</p> <p>ObE42. Tasa de inflación municipal / tasa de inflación estatal</p>	<p>PIE8. Percepción de la población local de si el incremento de precios en la zona es consecuencia del turismo</p> <p>PIE9. Percepción de la población local de si el turismo beneficia a un pequeño grupo de personas del municipio</p>	<p>TrE6. Valoración de los turistas sobre el nivel de precios en el destino turístico</p>



CATEGORIA	INDICADORES OBJETIVOS	INDICADORES SUBJETIVOS	
		PARA LA POBLACION LOCAL	PARA LOS TURISTAS
<b>SECTOR TURISTICO</b>	<p>ObE43. Plazas en establecimientos hoteleros de 1,2,3 estrellas / población de derecho</p> <p>ObE44. Plazas en establecimientos hoteleros de 4 y 5 estrellas / población de derecho</p> <p>ObE45. Plazas en apartamentos, albergues y casas rurales / población de derecho</p> <p>ObE46. Plazas en campings / población de derecho</p> <p>ObE47. Plazas en restaurantes / población de derecho</p> <p>ObE48. Plazas en cafeterías / población de derecho</p> <p>ObE49. Antigüedad media de hoteles y hostales</p> <p>ObE50. Antigüedad media de apartamentos, albergues y casas rurales</p> <p>ObE51. Antigüedad media de campings</p> <p>ObE52. Antigüedad media de restaurantes</p> <p>ObE53. Número de oficinas de turismo / visitantes</p> <p>ObE54. Señalética turística definida para el destino, no superior a 5 años</p>	<p>PIE10. Percepción de la población local respecto al desarrollo del sector turístico del destino</p> <p>PIE11. Percepción de la población local que la mejora del nivel de vida es producto del gasto de los turistas en la zona</p>	<p>TrE7. Valoración de los turistas de los alojamientos del destino</p> <p>TrE8. Valoración de los turistas de los restaurantes del destino</p> <p>TrE9. Valoración de los turistas de las oficinas de turismo del destino</p> <p>TrE10. Valoración de los turistas de la señalética turística en el destino</p>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 2. Indicadores socioculturales**

CATEGORIA	INDICADORES OBJETIVOS	INDICADORES SUBJETIVOS	
		PARA LA POBLACION LOCAL	PARA LOS TURISTAS
<b>DOTACION CULTURAL</b>	<p>ObS1. Plazas en colegios preescolar / población de derecho</p> <p>ObS2. Plazas en colegios primaria / población de derecho</p> <p>ObS3. Plazas en institutos / población de derecho</p> <p>ObS4. Plazas en bibliotecas / población de derecho</p> <p>ObS5. Plazas en cines / población de derecho</p> <p>ObS6. Plazas en teatros / población de derecho</p>	<p>PIS1. Percepción de la población local respecto a si una mejora de los medios culturales, educativos y recreativos es consecuencia del turismo</p>	<p>TrS1. Valoración de los turistas de los medios culturales en el destino (cines, teatros, bibliotecas, centros culturales, etc.)</p>
<b>RECURSOS PATRIMONIALES</b>	<p>ObS7. Número de monumentos y edificios históricos protegidos / total de edificios</p> <p>ObS8. Existencia de patrón arquitectónico propio</p> <p>ObS9. Número proyectos de rehabilitación de edificios históricos / edificios históricos</p> <p>ObS10. Inversión (pública y privada) en proyectos de rehabilitación de edificios históricos / inversión municipal</p> <p>ObS11. Existencia de formación a nivel de Escuelas Taller y Casas de Oficio</p>	<p>PIS2. Percepción de la población local acerca de si el turismo ha incentivado la restauración de edificios históricos</p>	<p>TrS2. Valoración de los turistas del patrimonio histórico del destino</p> <p>TrS3. Valoración de los turistas sobre el grado de conservación de los monumentos históricos</p>

CATEGORIA	INDICADORES OBJETIVOS	INDICADORES SUBJETIVOS	
		PARA LA POBLACION LOCAL	PARA LOS TURISTAS
<b>RECURSOS CULTURALES</b>	<p>ObS12. Artesanos locales / población ocupada</p> <p>ObS13. Número tiendas de artesanía local / total (más del 50% de los productos artesanales se producen en la zona influencia del destino turístico)</p> <p>ObS14. Número de fiestas y tradiciones locales (más de 100 años de antigüedad)</p> <p>ObS15. Número de eventos anuales de difusión cultura local</p> <p>ObS16. Número de restaurantes comida autóctona / total (más del 25% de la carta sea local)</p> <p>ObS17. Número de asociaciones socio-culturales / total de asociaciones</p>	<p>PIS3. Percepción de la población local sobre si el turismo ha contribuido a la recuperación de la artesanía tradicional</p> <p>PIS4. Percepción de la población local sobre si el turismo ha contribuido a la recuperación de las tradiciones locales</p> <p>PIS5. Percepción de la población local sobre si el turismo crea cambios en la cultura tradicional de la zona</p> <p>PIS6. Percepción de la población local sobre si el intercambio cultural con los turistas es una buena experiencia</p>	<p>TrS4. Valoración de los turistas de la artesanía autóctona del destino</p> <p>TrS5. Valoración de los turistas de la comida autóctona del destino</p> <p>TrS6. Valoración de los turistas de las fiestas y tradiciones locales del destino</p> <p>TrS7. Valoración de los turistas sobre el ambiente sociocultural del destino turístico</p>
<b>POBLACION</b>	<p>ObS18. Población residente nacida en el resto del estado / población nacida en el municipio</p> <p>ObS19. Población residente nacida en el extranjero / población nacida en el municipio</p> <p>ObS20. Población extranjera residente / población de derecho</p> <p>ObS21. Crecimiento vegetativo</p>	<p>PIS7. Percepción de la población local sobre si los turistas tienen un efecto indeseable en estilo vida de la zona</p> <p>PIS8. Percepción de la población local respecto a que el turismo contribuye a mantener la población joven en el municipio.</p> <p>PIS9. Percepción de la población local respecto a que el turismo atrae nueva población permanente no nacida en el municipio.</p> <p>PIS10. Percepción de la población local respecto a si vivir en una localidad turística produce efectos negativos en la calidad de vida</p>	<p>TrS8. Valoración de los turistas del trato recibido por la población local del destino</p>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 3. Indicadores medioambientales**

CATEGORIA	INDICADORES OBJETIVOS	INDICADORES SUBJETIVOS	
		PARA LA POBLACION LOCAL	PARA LOS TURISTAS
<b>ORGANIZACIÓN Y CONTROL</b>	<p>ObM1. Existencia de una concejalía única de medioambiente</p> <p>ObM2. Personal dedicado a tiempo completo en medioambiente</p> <p>ObM3. Existencia de un registro anual y control de quejas de medioambiente</p> <p>ObM4. Existencia de Agenda Local 21 planificada o en fase de planificación</p> <p>ObM5. Utilización de otras herramientas de gestión ambiental (E.I.A., Ecoauditorías, etc.)</p> <p>ObM6. Presupuesto de gastos municipales dedicado a medioambiente (presupuesto verde) / población de derecho</p>	<p>PIM1. Percepción de la población local sobre si los recursos destinados por la administración local al medioambiente son suficientes</p>	
<b>SENSIBILIZACION Y FOMENTO</b>	<p>ObM7. Existencia de campañas de sensibilización medioambiental organizadas por el ayuntamiento</p> <p>ObM8. Incentivación a las empresas a que introduzcan procesos de mejora medioambientales</p> <p>ObM9. Existencia de asociaciones medioambientales privadas con iniciativas propias</p> <p>ObM10. Empleo en temas medioambientales</p> <p>ObM11. Promedio anual de quejas y denuncias sobre temas medioambientales</p> <p>ObM12. Número de multas por infracciones medioambientales al año</p>	<p>PIM2. Percepción de la población local sobre si la promoción y recuperación de espacios naturales en la zona es producto del turismo</p>	<p>TrM1. Valoración de los turistas sobre el nivel de protección medioambiental del destino</p>

CATEGORIA	INDICADORES OBJETIVOS	INDICADORES SUBJETIVOS	
		PARA LA POBLACION LOCAL	PARA LOS TURISTAS
<b>PRODUCCION DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS</b>	<p>ObM13. Residuos municipales anuales / población de hecho</p> <p>ObM14. Aumento en la generación de residuos municipales per cápita en temporada alta / baja</p> <p>ObM15. Residuos municipales que se destinan a plantas de reciclado</p> <p>ObM16. Residuos municipales que se destinan a plantas de compostage</p> <p>ObM17. Residuos municipales que se destinan a plantas de incineración</p> <p>ObM18. Residuos municipales que se eliminan en vertedero</p>	<p>PIM3. Percepción de la población local sobre si los niveles de basura en las calles del municipio es producto del turismo (temporada alta)</p>	
<b>RECOGIDA Y CONTROL DE RESIDUOS SÓLIDOS</b>	<p>ObM19. Existencia de un registro municipal de datos estadísticos sobre residuos generados anualmente</p> <p>ObM20. Recogida selectiva de basura</p> <p>ObM21. Existencia de centros de recuperación, ecoparques o puntos limpios</p> <p>ObM22. Existencia de un control y planificación del destino de residuos generados en el municipio</p> <p>ObM23. Existencia de vertedero municipal: determinar si es controlado o no conforme a la normativa</p> <p>ObM24. Existencia de vertedero de residuos de alta densidad o depósitos de baterías y sustancias tóxicas</p> <p>ObM25. Recogida y tratamiento de aceites usados</p>	<p>PIM4. Percepción de la población local sobre si el número de contenedores del municipio es suficiente para atender a la población local y los turistas (temporada alta)</p> <p>PIM5. Percepción de la población local sobre si los olores desagradables aumentan con la afluencia turística (temporada alta)</p>	<p>TrM2. Valoración de los turistas sobre los olores en el destino turístico</p> <p>TrM3. Valoración de los turistas sobre la limpieza de calles y lugares públicos en el destino turístico</p> <p>TrM4. Valoración de los turistas sobre la recogida de basuras en el destino turístico</p>

CATEGORIA	INDICADORES OBJETIVOS	INDICADORES SUBJETIVOS	
		PARA LA POBLACION LOCAL	PARA LOS TURISTAS
<b>AGUAS RESIDUALES</b>	<p>ObM26. Existencia depuradora de aguas municipal o algún sistema de depuración de aguas residuales</p> <p>ObM27. Población sin tratamiento de depuración de aguas residuales</p> <p>ObM28. Antigüedad de la red de alcantarillado</p> <p>ObM29. Existencia de sistemas de reutilización del agua</p>		
<b>ORDENACIÓN Y CONTROL DE CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA</b>	<p>ObM30. Existencia de ordenanzas municipales sobre contaminación atmosférica</p> <p>ObM31. Existencia de algún control de humos y olores en el municipio</p> <p>ObM32. Control de humos y olores en hostelería</p> <p>ObM33. Registro de industrias contaminantes</p> <p>ObM34. Tratamiento específico para industrias altamente contaminantes</p> <p>ObM35. Porcentaje del parque automovilístico que no dispone de catalizador</p> <p>ObM36. Porcentaje de superficie de granjas / superficie total</p> <p>ObM37. Tratamiento de purines en granjas</p>	<p>PIM6. Percepción de la población local sobre si la congestión del tráfico en el municipio es ocasionada por el turismo(temporada alta)</p>	<p>TrM5. Valoración de los turistas de la congestión del tráfico en el destino turístico</p>

CATEGORIA	INDICADORES OBJETIVOS	INDICADORES SUBJETIVOS	
		PARA LA POBLACION LOCAL	PARA LOS TURISTAS
<b>ORDENACIÓN Y CONTROL DE CONTAMINACIÓN AÚSTICA</b>	<p>ObM38. Existencia de Ordenanzas Municipales sobre contaminación acústica</p> <p>ObM39. Regulación horaria en locales de ocio y cumplimiento efectivo</p> <p>ObM40. Protección acústica en viales cercanos a la zona residencial (apantallamiento, enterramiento, etc.)</p> <p>ObM41. ¿Se realizan mediciones de ruido ambiental en zonas problemáticas?</p> <p>ObM42. En caso afirmativo, determinar el nivel sonoro Leq (dBA) medido en dichas zonas</p> <p>ObM43. Existencia de mapa sonoro del municipio</p>	<p>PIM7. Percepción de la población local sobre si el ruido ambiental es ocasionado por los turistas en el municipio (temporada alta)</p>	<p>TrM6. Valoración de los turistas sobre el ruido en el destino turístico</p>

CATEGORIA	INDICADORES OBJETIVOS	INDICADORES SUBJETIVOS	
		PARA LA POBLACION LOCAL	PARA LOS TURISTAS
<b>ORDENACIÓN Y CONTROL DE CONTAMINACIÓN ARQUITECTÓNICA Y LUMÍNICA</b>	<p>ObM44. Existencia de normativa sobre edificación integrada en el entorno (limites en forma de construir)</p> <p>ObM45. Existencia de normativa sobre señalética pública (cultural, turística)</p> <p>ObM46. Existencia de normativa sobre señalización de publicidad y mobiliario urbano (carteles,...)</p> <p>ObM47. Existencia de normativa sobre contaminación lumínica</p> <p>ObM48. Uso de energía solar para usos municipales</p> <p>ObM49. Metros totales de zonas verdes y parques / población de derecho</p> <p>ObM50. Metros peatonales / total metros de vial del municipio</p> <p>ObM51. Metros peatonales / población de derecho</p> <p>ObM52. Metros carril bici / metros de viales del municipio</p> <p>ObM53. Plazas parking subterráneo y/o en las afueras del núcleo / total plazas aparcamiento disponibles</p>	<p>PIM8. Percepción de la población local sobre si el entorno del municipio ha empeorado con el desarrollo turístico</p>	<p>TrM7. Valoración de los turistas sobre la iluminación en el destino turístico</p> <p>TrM8. Valoración de los turistas sobre la integración del destino turístico en su entorno</p>
<b>CONSUMO Y CALIDAD DEL AGUA</b>	<p>ObM54. Problemas con el abastecimiento del agua</p> <p>ObM55. Medidas adoptadas por el Ayuntamiento para mejorar la situación</p> <p>ObM56. Capacidad de los pozos suficiente para cubrir las necesidades futuras de la población</p>	<p>PIM9. Percepción de la población local sobre si el desarrollo turístico puede provocar problemas de abastecimiento de agua</p> <p>PIM10. Percepción de la población local sobre si el desarrollo turístico ha provocado una merma en la calidad del agua</p>	<p>TrM9. Valoración de los turistas sobre la calidad del agua potable del destino turístico</p>



CATEGORIA	INDICADORES OBJETIVOS	INDICADORES SUBJETIVOS	
		PARA LA POBLACION LOCAL	PARA LOS TURISTAS
<b>ORDENACIÓN Y CONTROL DE LOS RECURSOS NATURALES</b>	<p>ObM57. Normativa municipal para la conservación del paisaje y protección de espacios naturales</p> <p>ObM58. Calificación sanitaria del agua de baño en las playas (diversos años)</p> <p>ObM59. Número de playas con Bandera Azul / total playas del municipio</p> <p>ObM60. Km. de costa urbanizada / total de Km. de costa perteneciente al municipio</p> <p>ObM61. Limitación de alturas en primera línea</p> <p>ObM62. Inversiones realizadas en materia de protección de playas y medio costero</p> <p>ObM63. Km. de costa / población de hecho</p> <p>ObM64. Ríos con buena calidad según el Índice de Calidad General</p> <p>ObM65. Especies piscícolas amenazadas o en extinción</p> <p>ObM66. Superficie arbolada / superficie urbanizada (Ha)</p> <p>ObM67. Dotación presupuestaria de las administraciones públicas para el cuidado de los montes y bosques del municipio</p> <p>ObM68. Subvenciones en reforestación y prevención de incendios</p> <p>ObM69. Dotación de bomberos (brigadas forestales y personal de vigilancia)</p> <p>ObM70. Equipamientos (avionetas apagafuegos, materiales etc.)</p> <p>ObM71. Superficie quemada (Ha/año)</p>	<p>PIM11. Percepción de la población local respecto al grado de saturación de las playas y áreas naturales del municipio</p> <p>PIM12. Percepción de la población local respecto a que el turismo ha provocado una mayor degradación de las playas y áreas naturales</p> <p>PIM13. Percepción de la población local sobre si la limitación de acceso a las áreas naturales es una medida necesaria para su conservación aunque suponga contratiempos para los residentes</p>	<p>TrM10. Valoración de los turistas sobre el cuidado y limpieza de playas</p> <p>TrM11. Valoración de los turistas sobre la limpieza del agua del mar</p> <p>TrM12. Valoración de los turistas sobre la calidad y limpieza de las aguas interiores</p> <p>TrM13. Valoración de los turistas sobre el cuidado y limpieza de las áreas naturales del destino turístico</p>

Fuente: Elaboración propia

### 3. APLICACIÓN DEL ANÁLISIS A LOS DESTINOS ESPAÑOLES.

Una vez definidos los indicadores se ha realizado una aplicación práctica centrada sobre un conjunto de destinos de dos tipologías muy marcadas: seis destinos de sol y playa (Benidorm, Peñíscola, Torremolinos, Javea, Nerja, Mojácar) y seis destinos culturales (Toledo, Ronda, Xàtiva, Villena, Morella, Campo de Criptana).

A partir de los indicadores anteriormente expuestos se ha realizado un proceso de búsqueda de información relevante. Para ello se han elaborado un conjunto de preguntas y encuestas, apropiadas a la información requerida.

Los indicadores objetivos se han obtenido de la entrevista personalizada con los agentes locales responsables de las diferentes áreas. Para los datos de carácter subjetivo se han diseñado dos encuestas específicas dirigidas a la población local y a los turistas (Sancho y García, 2006).

Del resultado de las informaciones obtenidas se han analizado dos tipos de indicadores, uno de carácter objetivo y dos con marcado carácter subjetivo, de forma independiente. Las herramientas estadísticas utilizadas han proporcionado una ordenación de los destinos, estableciendo la posición de cada uno de ellos en un ranking respecto del que pudiera ser el destino “líder”, tanto si es real o “sombra” (irreal).

El tratamiento de los datos objetivos ha sido realizado a través del método estadístico de análisis multivariante dado que el número de variables utilizadas en el análisis es muy grande. Esta técnica estadística permite reducir el número de ellas en una combinación lineal de las mismas, con la condición de minimización de la varianza. Con ello se obtiene un contenido informativo de las variables concentrado en un indicador, proporcionando, igualmente, una ponderación, peso o relevancia de cada una de las variables (vector propio) en el objetivo propuesto.

A partir de este análisis se ha establecido un primer indicador denominado “indicador de intensidad turística” y un segundo de “expectativas de desarrollo turístico”, que nos proporcionan un ranking de posicionamiento de estos destinos (véanse las Tablas 4 y 5).

El ranking para los indicadores subjetivos parte de un tratamiento econométrico donde se ha interpretado la intangibilidad de las variables, el grado de satisfacción de la actividad turística por parte de la población local y de los turistas y que quedo expuesto en el Simposio de ESADE de Barcelona (Sancho y Garcia, 2005).

Los resultados de las valoraciones del modelo han posicionado los diferentes destinos en los siguientes rankings:

**Tabla 4. Posicionamiento de los destinos de sol y playa**

INDICADORES OBJETIVOS		INDICADORES SUBJETIVOS	
Intensidad turística	Expectativas de desarrollo turístico	Población local	Turistas
Benidorm	Peñíscola	Torremolinos	Torremolinos
Peñíscola	Torremolinos	Xàbia	Peñíscola
Torremolinos	Xàbia	Peñíscola	Nerja
Xàbia	Benidorm	Nerja	Xàbia
Nerja	Nerja	Benidorm	Benidorm
Mojácar	Mojácar	Mojácar	Mojácar

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5. Posicionamiento de los destinos culturales**

INDICADORES OBJETIVOS		INDICADORES SUBJETIVOS	
Intensidad turística	Expectativas de desarrollo turístico	Población local	Turistas
Toledo	Criptana	Ronda	Morella
Ronda	Morella	Villena	Villena
Xàtiva	Toledo	Xàtiva	Ronda
Villena	Villena	Toledo	Xàtiva
Morella	Ronda	Morella	Toledo
Criptana	Xàtiva	Criptana	Criptana

Fuente: Elaboración propia

Se puede apreciar que no siempre las ordenaciones obtenidas con los datos objetivos sobre intensidad turística y expectativas de desarrollo turístico coinciden con las obtenidas con los indicadores subjetivos que muestran la satisfacción de los clientes internos (población local) y externos (turistas) sobre la situación del destino turístico.

Obteniendo un coeficiente de correlación por rangos de las ordenaciones estudiadas<sup>1</sup> y valorando las diferencias entre rangos (D), se presenta en las Tablas 6 y 7 los resultados de estos coeficientes de correlación para los indicadores objetivos (intensidad turística -IT- y expectativas de desarrollo turístico -EDT-) y subjetivos (percepciones de la población local -PL- y de los turistas -TUR-) para las dos tipologías de destinos.

**Tabla 6. Correlaciones entre los indicadores para destinos de sol y playa**

Indicadores		Objetivos		Subjetivos	
		IT	EDT	PL	TUR
Objetivos	IT	1	0,66 (1,6)	0,25 (0,53)	0,31 (0,66)
	EDT		1	0,78 (2,49)	0,79 (2,5)
Subjetivos	PL			1	0,83 (2,97)
	TUR				1

Fuente: Elaboración propia

Como primer aproximación de estos resultados para el turismo de sol y playa se aprecia las bajas correlaciones y la no significatividad de las mismas para los indicadores de intensidad turística con el de el resto de indicadores. Solo para el caso de correlación entre indicadores objetivos puede apreciarse una ligera correlación para un nivel de significatividad de 0,1 realizada a través del estadístico t de student al mismo<sup>2</sup>. Sin embargo si que se aprecia correlaciones significativas entre el

<sup>1</sup> Coeficiente de correlación por rangos de Spearman se define como  $r = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$

<sup>2</sup>  $t_{N-2} = \frac{r\sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r^2}}$

indicador “expectativas de desarrollo turístico” con los resultados de los indicadores subjetivos. Así se aprecia una relación significativamente positiva entre las expectativas de desarrollo y la mayor satisfacción de la población local y de los turistas en el desarrollo turístico del destino.

Este resultado es muy significativo ya que demuestra que la mayor satisfacción de la población local viene acompañada de una mayor creencia respecto al futuro turístico que debe tener el destino y por lo tanto consolidando su desarrollo.

Es interesante resaltar en estos resultados la correlación positiva y significativa existente entre los dos indicadores percepciones de la población local y los turistas, demostrando que no hay grandes diferencias entre ambas percepciones y que los dos agentes tienen los mismos niveles de sensibilidad ante los problemas del destino.

**Tabla 7. Correlaciones entre los indicadores para destinos culturales**

Indicadores		Objetivos		Subjetivos	
		IT	EDT	PL	TUR
Objetivos	IT	1	-0,6 (-1,5)	0,61 (1,5)	-0,086 (-0,17)
	EDT		1	-0,8 (-2,7)	-0,2 (-0,4)
Subjetivos	PL			1	0,37 (0,79)
	TUR				1

Fuente: Elaboración propia

En el caso de los destinos de interior se aprecia un mayor coeficiente, negativamente significativo, entre la intensidad turística y las expectativas de desarrollo turístico, indicando que cuando más es la intensidad es menor el deseo de desarrollo futuro de la actividad en el destino. El resto de coeficientes muestran la escasa significatividad y relación entre los ranking obtenidos y por lo tanto el poco acuerdo entre ellos.

Estos resultados ponen de manifiesto que no los destinos con mejores dotaciones para el desarrollo del turismo y por lo tanto con mejores resultados desde la óptica de los datos objetivos, proporcionan mejores resultados en la satisfacción que tanto la población local y los turistas tienen del destino.

La correlación negativa existente entre la percepción de la población local y las expectativas de desarrollo turístico manifiesta que la población local, aunque considera interesante dicho desarrollo en su destino, no acepta un mayor desarrollo futuro del mismo.

#### **4. CONCLUSIONES**

La utilización de los datos subjetivos a supuesto una mejor interpretación de la realidad vivida por los dos agentes implicados en la gestión del desarrollo turístico, poniendo de manifiesto que no es posible un desarrollo futuro equilibrado del destino sin la participación y mayor satisfacción de los ciudadanos en el mismo.

La gestión sostenible de los destinos exige una participación activa de todos los agentes implicados en el desarrollo del mismo. Sin embargo los procesos de gestión realizados en muchos destinos se han centrado demasiado en el éxito de los modelos que suponen una mayor dotación de oferta turística, valorando en exceso la información de carácter objetivo que proporcionan los informes de los municipios.

Este trabajo quiere poner de relieve la importancia que en este análisis tiene las informaciones subjetivas que valoren la satisfacción de los clientes internos (población local) y externos (turistas) del destino para realmente comprobar si este destino se está desarrollando correctamente. La combinación de los resultados obtenidos con los datos objetivos y subjetivos de unos indicadores planteados, sugiere como los resultados obtenidos en cada uno de los análisis realizados no son siempre coincidentes, mostrando, por lo tanto, una necesidad de combinar las dos fuentes de información.

## **BIBLIOGRAFIA**

Bakkes, J. A.; Van Der Born, G. J., et alia (1994). *An overview of environmental indicators: state of art and perspectives*. Nairobi: Phuma/rivm.

Hughes, G. (2002). "Environmental indicators". *Annals of Tourism Research*, 29, 457-477.

Masera, O.; Astier, M.; López-Ridaura, S. (1999). *Sustentabilidad y manejo de recursos naturales*, El marco de evaluación. MESMIS

Ministerio de Medio Ambiente (2003). *Sistema español de indicadores ambientales de turismo*. Madrid: Centro de publicaciones de la Secretaría Técnica.

OCDE (2001). "Indicators for sustainable development". In *The Statistics Newsletter*. Paris: OECD

OCDE (1998). *Environmental indicators: towards sustainable development*. Paris: OECD.

OCDE (1985). *Lista OCDE de indicadores sociales*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

OMT (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid: OMT.

Sancho, A.; García, G. (2006). "Medición de la capacidad de carga de la población local y los turistas en un destino turístico". En *Jornadas sobre técnica y métodos en investigación turística. AECIT-Fitur 2006*

Sancho, A.; García, G. (2005). "El posicionamiento de un destino turístico en un mercado globalizado y competitivo: Comparación de prácticas entre competidores y líderes". En *Simposio Internacional de Turismo y Ocio. ESADE-Fira de Barcelona*.