

**Sistema de Indicadores Territoriales  
para un destino turístico**  
Taller 1: Presentación Andalucía

**Inmaculada Gallego Galán**

*Jefa de la Unidad de Análisis y Estadística del Turismo en Andalucía - SAETA*  
*Departamento de Sistemas de Información y*  
*Tecnologías de la Información y Comunicaciones*  
*Empresa Pública Turismo Andaluz, S.A*  
*Consejería de Turismo, Comercio y Deporte*  
*Junta de Andalucía*  
*C/ Compañía, 40*  
*29008. Malaga*  
[igg@andalucia.org](mailto:igg@andalucia.org)

**Ana Moniche Bermejo**

*Técnico de la Unidad de Análisis y Estadística del Turismo en Andalucía - SAETA*  
*Departamento de Sistemas de Información y*  
*Tecnologías de la Información y Comunicaciones*  
*Empresa Pública Turismo Andaluz, S.A*  
*Consejería de Turismo, Comercio y Deporte*  
*Junta de Andalucía*  
*C/ Compañía, 40*  
*29008. Malaga*  
[anamb@andalucia.org](mailto:anamb@andalucia.org)

## **1. SISTEMA DE INDICADORES TERRITORIALES PARA UN DESTINO TURÍSTICO.**

En Andalucía todos los agentes del sector parecen haberse puesto de acuerdo en trabajar en la línea de alejarse del modelo que basa su oferta esencialmente en la cantidad de turistas y en abrir nuevas áreas al turismo, conscientes de que la confianza en el crecimiento ilimitado no es el camino a seguir y que se debe ser protagonista del propio desarrollo. El diseño del turismo en Andalucía como un sector viable a medio y largo plazo hace necesario dar una serie de pasos para los que contar con la información adecuada parece un requisito imprescindible.

## **2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

Si se quiere avanzar hacia otro modelo turístico, es necesario contar con nuevos indicadores que permitan evaluar la calidad, entendida de manera integral, de los destinos turísticos, asimismo, es también imprescindible incluir la figura de las administraciones locales ya que juegan un papel definitivo en la configuración de los destinos turísticos.

El sector turístico andaluz presenta una elevada concentración territorial y es la zona del litoral andaluz la que recibe una mayor presión, aunque no sólo por parte del turismo. Los municipios de la costa en Andalucía abarcan una extensión de 7.942 km<sup>2</sup>, lo que supone el 9% de la extensión total de Andalucía, acogiendo al 34% de la población andaluza. Esta proporción ya demuestra la mayor densidad de población existente en los municipios costeros, pero el sector turístico incide aún más dado que el 75% del total de pernoctaciones hoteleras de Andalucía han tenido lugar en el 9% del territorio que representa los municipios del litoral andaluz. Lógicamente, la oferta de alojamientos también presenta una elevada agrupación en la costa, en concreto, del total de plazas de alojamiento reglado que ofrece la Comunidad Autónoma andaluza, más del 70% se encuentran en el litoral.

Todos estos indicadores actúan como una señal de alerta para que se plantee la necesidad de un conocimiento más profundo de la relación del turismo con el territorio, el medio ambiente, la planificación, la rentabilidad de la actividad turística para la economía local, etc. Se pretende plantear un sistema de indicadores aplicable en el ámbito de destino turístico, pero teniendo en cuenta las especiales características del territorio.

El litoral se plantea como el activo turístico prioritario y, a su vez, el que presenta mayores riesgos debido a su intensiva utilización. Este activo turístico presenta una especial relevancia debido a que es utilizado tanto por la población turística como por la residente, además, es a su vez un delicado ecosistema muy sensible a la sobreexplotación. La implicación de todos los agentes se debe fundamentar en el hecho de que la fuente principal de ingresos de los municipios del litoral se basa en el turismo, asimismo, el desarrollo del sistema de indicadores ayudará a la planificación futura del sector, teniendo en mente un planteamiento a largo plazo del destino turístico.

### 3. DESARROLLO DEL PROYECTO

Para el desarrollo de un Sistema de Indicadores que permita evaluar la incidencia de la actividad turística en el medio ambiente, en el territorio y en la población local se plantearon en un principio una lista de posibles indicadores que se fueron analizando y perfilando a medida que se avanzaba en el proyecto.

La disponibilidad de datos estadísticos y de fuentes de información ha condicionado inevitablemente el diseño final de los indicadores, aunque no los temas clave que desde un primer momento se vieron necesarios. No obstante, debido a la restricción de disponibilidad de fuentes de información en algunos casos se procederá a realizar estimaciones con los datos existentes, en otros se incorporarán variables que puedan ser indicativas de la situación y en otros casos ha sido necesario montar una operación específica para obtener una información inexistente por otros medios. Esta primera aproximación a la elaboración y cálculo de los indicadores identificará la falta de información que es necesaria solventar para ir perfeccionando el sistema.

Para obtener una visión de conjunto se integran tres áreas clave: el de sostenibilidad, el de calidad turística integral y el de gobierno local. Con estos tres aspectos se intenta evaluar la realidad turística en su conjunto y su relación con el entorno natural y social.

Los temas clave que se van a incluir en el área clave de sostenibilidad son:

1. Presión humana, entendida como la densidad de la población, incluyendo la presencia de los turistas. Se entiende que un aumento de la presión humana ejerce un impacto negativo sobre los ecosistemas, el territorio y el medio ambiente en general. Esta afirmación hay que entenderla de una manera unidireccional, ya que los efectos positivos de esa presión humana son tenidos en cuenta en otros indicadores.
2. Población turística equivalente para conocer en qué porcentaje se incrementa la población residente en Andalucía con los flujos turísticos.
3. Nivel socioeconómico, es decir, la rentabilidad económica de la actividad turística en el territorio.
4. Presión potencial sobre el patrimonio cultural, entendida como el número de turistas que, potencialmente pueden por cada unidad patrimonial.
5. Consumo de agua, incluyendo tanto la población residente como la turística. Esta variable es fundamental para evaluar la sostenibilidad, tanto del turismo como de cualquier otra actividad.
6. Emisiones de CO<sub>2</sub>, al igual que el punto anterior es una variable fuertemente relacionada con la gestión medioambiental, no existe una fuente que proporcione

específicamente, pero es susceptible de estimarse a partir de otras informaciones. En este tema clave se incorporan indicadores que diferencian el comportamiento de un turista residencial y de aquellos que se alojan en establecimientos reglados.

7. Generación de residuos, tanto por la población residente como por la población turística. Al igual que el consumo de agua, resulta una variable básica para este sistema.
8. Preservación del sistema natural/rural: cuantificación de la superficie de suelo no ocupada.
9. Preservación del sistema litoral: valoración de la calidad de los espacios litorales y de la presión humana potencial sobre los mismos.

Para evaluar la calidad turística integral se incluyen los siguientes temas clave:

1. Entorno urbano: valoración del mismo por parte de los turistas.
2. Servicios y productos turísticos: valoración de los mismos por parte de los turistas, así como por cuantificación de la calidad de los alojamientos y playas.
3. Diversificación: valorar positivamente la utilización de diversos recursos del territorio distintos al sol y la playa, ya que esto beneficia la redistribución de la presión y de los beneficios generados por el turismo en el territorio.
4. Estacionalidad: cuantificación de la concentración temporal de la demanda turística.
5. Innovación: análisis del grado de incorporación de las nuevas tecnologías y el comercio electrónico a la promoción y comercialización de la oferta turística de un destino.
6. Rentabilidad: estimación del beneficio económico de la actividad turística sobre el territorio.
7. Seguridad: valorar la seguridad del destino turístico. Se realiza mediante medición de la cantidad de recursos humanos de los que dispone el municipio para la seguridad de la población, así como la medición del grado de seguridad real y de su percepción.
8. Vulnerabilidad de oferta y mercados: se pretende presentar la dependencia de Andalucía de agentes no andaluces. Una mayor dependencia de intermediarios en la organización del viaje por los turistas implica una menor repercusión económica en el destino. Asimismo determinadas decisiones de estas organizaciones están basadas, como cualquier empresa privada, en el margen de beneficio, y no en el bien del destino.

9. Satisfacción turística: valoración de la opinión de los turistas sobre la imagen percibida en general del destino turístico. Se incluyen aspectos generales del destino, los servicios y productos turísticos así como las actividades complementarias (ocio, cultura, golf y náutica).

#### **4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

En este artículo se presenta una aproximación a la aplicación práctica de este modelo, acometiendo la elaboración de estos indicadores para el ámbito de un destino turístico medio del litoral andaluz, muy representativo del conjunto de los destinos turísticos andaluces del litoral. En esta fase del proyecto, no se pretende plantear un sistema de indicadores cerrado y plenamente definido, sino presentar una imagen lo más exacta posible de la situación actual del destino turístico, contando con la información estadística disponible. Este esfuerzo, por lo tanto, está encaminado a:

1. Presentar un instrumento que sirva de soporte y ayuda a la hora de establecer las políticas de planificación, promoción y fomento del sector.
2. Establecer las carencias del sistema estadístico actual para la consecución de un Sistema de Indicadores Territoriales lo más perfecto posible.
3. Recoger todas las opiniones que se recojan en un foro especializado con el fin de perfeccionar el sistema.

Este Sistema de Indicadores pretende ser un mero instrumento técnico para la toma de decisiones, por ello, en ningún caso se proponen umbrales máximos o mínimos ni se identifican límites potenciales del destino turístico. Sí se han incorporado, para aquellos casos en los que existen, los valores estándar establecidos por organismos competentes para ello. Asimismo, en otros casos se presentan también los valores medios de la Comunidad Autónoma con el fin de ofrecer una medida de comparación.

En esta primera aproximación se presentan dos áreas clave: sostenibilidad y calidad turística integral. Con esto se intenta obtener una primera visión de conjunto de la realidad turística y su relación con el entorno natural y social.

**ÁREA CLAVE: SOSTENIBILIDAD**

**Indicador:** Presión humana máxima

**Descripción y objetivos:** Densidad de la población, incluyendo la presencia de los turistas. Se entiende que un aumento de la presión humana ejerce un impacto negativo sobre los ecosistemas, el territorio y el medio ambiente en general. Esta afirmación hay que entenderla de una manera unidireccional, ya que los efectos positivos de esta presión humana son tenidos en cuenta en otros indicadores.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** m<sup>2</sup> playa / n<sup>o</sup> personas

**Metodología de cálculo:** Población Total = población residente + población turística máxima

$$\text{Presión humana máx.} = \frac{m^2 \text{ playas}}{\text{Población Total}}$$

**Valor estándar/medio:** 6 m<sup>2</sup> (estándar U.E.)

**Valor destino turístico:** 0,88 m<sup>2</sup> / persona

**Interpretación del valor:** Teniendo en cuenta el máximo posible de personas que puede acaparar el destino turístico, población residente y 100% de ocupación en alojamientos turísticos reglados y segundas residencias, cada persona dispondría de 0,88 m<sup>2</sup> de playa.

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Instituto Nacional de Estadística, Encuesta a la demanda turística del destino, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Ministerio de Medio Ambiente, Gobierno local.

**Indicador:** Presión humana media

**Descripción y objetivos:** Densidad de la población, incluyendo la presencia de los turistas. Se entiende que un aumento de la presión humana ejerce un impacto negativo sobre los ecosistemas, el territorio y el medio ambiente en general. Esta afirmación hay que entenderla de una manera unidireccional, ya que los efectos positivos de esta presión humana son tenidos en cuenta más adelante en otros indicadores.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** M<sup>2</sup> playas / n<sup>o</sup> personas

**Metodología de cálculo:** Población Media = población residente + población turística media

$$\text{Presión humana media} = \frac{m^2 \text{ playas}}{\text{Población Media}}$$

**Valor estándar/medio:** 6 m<sup>2</sup> (estándar U.E.)

**Valor destino turístico:** 1,64 m<sup>2</sup> / persona

**Interpretación del valor:** Teniendo en cuenta, el número de personas que como media pueden estar en el destino turístico, población residente y una ocupación media en alojamiento turístico reglado y segundas residencias, cada persona dispondría de 1,64 m<sup>2</sup> de playa.

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Instituto Nacional de Estadística, Encuesta a la demanda turística del destino. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Ministerio de Medio Ambiente, Gobierno local.

<b>Indicador:</b> Población Turística Asistida (PTA)
--

**Descripción y objetivos:** La PTA debe entenderse como población equivalente, es decir, la población residente que equivaldría al flujo turístico que se recibe en un periodo de tiempo determinado para conocer en qué porcentaje se incrementa la población residente de un destino con los flujos turísticos.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Porcentaje (PTA/Población residente) \*100

**Metodología de cálculo:**

$$PTA = \frac{n^{\circ} \text{ pernoctaciones alojamiento turístico reglado}}{365} + \frac{n^{\circ} \text{ pernoctaciones 2}^{\text{a}} \text{ residencia}}{365}$$

Nº de pernoctaciones 2ª residencia = nº viviendas \* plazas/vivienda \* grado ocupación

**Valor estándar/medio:** A determinar

**Valor destino turístico:** 49,65%

**Interpretación del valor:** La población residente en el destino turístico llega a aumentar el 50% con la población turística

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Instituto Nacional de Estadística, Encuesta a la demanda turística del destino, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Gobierno local.

<b>Indicador:</b> Nivel de empleo turístico
---

**Descripción y objetivos:** La rentabilidad económica de la actividad turística en el territorio

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Porcentaje (%)

**Metodología de cálculo:**

$$\text{Nivel socioeconómico} = \frac{\text{Población ocupada sector hostelería}}{\text{Total población ocupada}} * 100$$

**Valor estándar/medio:** 6,64% (Andalucía)

**Valor destino turístico:** 22,34%

**Interpretación del valor:** Cada 100 ocupados, algo más de 22 personas están en el sector hostelería, siendo esta actividad económica la que mayor número de ocupados registra en el destino turístico.

**Año de referencia:** 2001

**Fuente:** Instituto de Estadística de Andalucía.

**Indicador:** Presión sobre el patrimonio cultural

**Descripción y objetivos:** Número de visitantes, turistas y excursionistas, que potencialmente podrían visitar cada unidad patrimonial. En este caso, como para el impacto de la presión humana, se entiende que un aumento de esta presión potencial ejerce un impacto negativo.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Personas diarias / unidad patrimonial

**Metodología de cálculo:**

$$\text{Presión patrimonio cultural} = \frac{\frac{n^{\circ} \text{ de visitantes}}{365}}{n^{\circ} \text{ de unidades patrimoniales}}$$

**Valor estándar/medio:** A determinar

**Valor destino turístico:** 80,2 visitantes / unidad patrimonial

**Interpretación del valor:** A cada unidad de patrimonio cultural del destino turístico como media soportaría una afluencia turística de 80,2 personas diarias

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Estimaciones Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Encuesta a la demanda turística del destino. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Gobierno local.

**Observaciones:** Se consideran unidades patrimoniales aquellas especificadas por el gobierno local como susceptibles de visitar: monumentos, museos y restos arqueológicos.

**Indicador:** Consumo de agua

**Descripción y objetivos:** m<sup>3</sup> de agua consumido por persona y día.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** litros

**Metodología de cálculo:**

$$\text{Consumo de agua} = \frac{\frac{\text{Volumen de agua potable consumida}}{365}}{\text{Población media}}$$

**Valor estándar:** a determinar

**Valor destino turístico:** 438 litros por persona y día.

**Interpretación del valor:** Cada persona consume como media 438 litros diarios, incluyendo la población turista.

**Año de referencia:** 2002

**Fuentes:** Gobierno local

**Observaciones:** Este consumo no solo incluye el consumo doméstico o de hoteles, sino también el agrícola, industrial, otros servicios, construcción, etc.

<b>Indicador:</b> Emisiones de CO <sub>2</sub> debido a la actividad turística en alojamientos reglados
---

**Descripción y objetivos:** Cuantificar la cantidad media de CO<sub>2</sub> emitido por un turista que se aloja en un establecimiento reglado al día.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** CO<sub>2</sub> por persona y día

**Metodología de cálculo:** Se estima la emisión de CO<sub>2</sub> debido al consumo de energía del sector hostelería en el destino y se calcula por turista y día.

**Valor estándar:** A determinar

**Valor destino turístico:** 0,35 kg por turista y día.

**Interpretación del valor:** Un turista que se aloja en un establecimiento reglado genera una emisión diaria de CO<sub>2</sub> de 0,35 kg exclusivamente por la actividad de alojamiento y restauración.

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** M<sup>o</sup> de Industria, Turismo y Comercio. DG de política energética y minas, INE, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

**Observaciones:** Este indicador se ha realizado a partir de estimaciones, ya que no existe información de consumo de energía relativa a municipios.

<b>Indicador:</b> Emisiones de CO <sub>2</sub> debido a la actividad turística en segundas residencias
--

**Descripción y objetivos:** Cuantificar la cantidad media de CO<sub>2</sub> emitido por un turista que se aloja en una segunda residencia al día.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** CO<sub>2</sub> por persona y día

**Metodología de cálculo:** Se estima la emisión de CO<sub>2</sub> debido al consumo de energía de la actividad turística en segunda residencia y se calcula por turista y día.

**Valor estándar:** A determinar

**Valor destino turístico:** 2,20 kg de CO<sub>2</sub> por turista y día.

**Interpretación del valor:** Un turista que se aloja en segunda residencia genera una emisión diaria de CO<sub>2</sub> de 2,20 kg exclusivamente por la actividad de alojamiento y restauración.

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** M<sup>o</sup> de Industria, Turismo y Comercio. DG de política energética y minas, INE, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

**Observaciones:** Este indicador se ha realizado a partir de estimaciones, ya que no existe información de consumo de energía relativa a municipios.

**Indicador:** Generación de residuos

**Descripción y objetivos:** Cuantificación de la cantidad de residuos generados por la población total, tanto residentes como turistas.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Kg/persona/día

**Metodología de cálculo:** Teniendo en cuenta la población residente y la población turística equivalente, se calcula la generación diaria de residuos por persona y día.

**Valor estándar:** Media de la UE 1,3 kg por persona y día

**Valor destino turístico:** 1,9 kg por persona y día

**Interpretación del valor:** Cada persona genera al día 1,9 kg

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol, INE.

**Indicador:** Preservación del sistema natural/rural

**Descripción y objetivos:** Cuantificación de la superficie de espacio no construido.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Porcentaje(%)

**Metodología de cálculo:** Mediante la información proporcionada por el Catastro se ha calculado la superficie construida del municipio y se ha comparado por la superficie total del municipio.

**Valor estándar:** A determinar

**Valor destino turístico:** 44%

**Interpretación del valor:** El 44% de la superficie del municipio es suelo construido.

**Año de referencia:** 2003

**Fuentes:** Dirección General del Catastro. Ministerio de Economía y Hacienda. Subdirección General de Estudios y Sistemas de Información.

**Indicador:** Preservación del sistema litoral

**Descripción y objetivos:** Valoración de la calidad de los espacios litorales y de la presión humana potencial sobre los mismos.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Porcentaje de suelo no construido en primera línea de playa.

**Metodología de cálculo:** Cuantificación de la superficie de espacio no construido mediante la información procedente del catálogo de playas.

**Valor estándar:** A determinar

**Valor destino turístico:** 24%

**Interpretación del valor:** El 24% del suelo de este destino turístico en primera línea de playa no está construido.

**Año de referencia:** 2003

**Fuentes:** Dirección General del Catastro. Ministerio de Economía y Hacienda. Subdirección General de Estudios y Sistemas de Información. Catálogo de Playas. Ministerio de Medio Ambiente.

**Observaciones:** Este indicador se ha realizado a partir de estimaciones.

<b>ÁREA CLAVE: CALIDAD TURÍSTICA</b>
--------------------------------------

<b>Indicador:</b> Percepción del entorno Urbano
---

**Descripción y objetivos:** Cuantificar la opinión de los turistas sobre el entorno urbano que presenta el destino turístico

**Tipo de indicador:** Cualitativo

**Unidad de medida:** Puntuación de 1 a 10

**Metodología de cálculo:** Promedio de la opinión ofrecida por una muestra representativa de los turistas en el destino turístico.

**Valor estándar/medio:** 7,2 puntos (Andalucía)

**Valor destino turístico:** 7,86 puntos

**Interpretación del valor:** El registrar un valor cercano a 10 puntos indica que los turistas realizan una valoración muy positiva sobre el entorno urbano del destino turístico.

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Encuesta a la demanda turística del destino. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

**Observaciones:** La calificación del entorno urbano se ha basado en los rasgos esenciales que definen una ciudad (calles, plazas, parques, edificios, centro, zonas comerciales, etc.).

<b>Indicador:</b> Percepción de los servicios y productos turísticos
--

**Descripción y objetivos:** Cuantificar la opinión de los turistas sobre la oferta turística que ofrece el destino.

**Tipo de indicador:** Cualitativo

**Unidad de medida:** Puntuación de 1 a 10

**Metodología de cálculo:** Promedio de la opinión ofrecida por una muestra representativa de los turistas en el destino turístico.

**Valor estándar/medio:** A determinar

**Valor destino turístico:** 7,79 puntos

**Interpretación del valor:** El registrar un valor cercano a 10 puntos indica que los turistas realizan una valoración es muy positiva sobre los productos y servicios turísticos que ofrece el destino

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Encuesta a la demanda turística del destino. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

**Observaciones:** Los conceptos valorados han sido la calidad del alojamiento y la restauración así como la señalización e información turística

**Indicador:** Calidad de la oferta de alojamiento reglado

**Descripción y objetivos:** Cuantificar la calidad de la oferta turística de alojamiento reglado según las categorías de los establecimientos ubicados en el destino.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Porcentaje (%)

**Metodología de cálculo**

$$\text{Servicios y productos turísticos 2} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de plazas en establecimientos de alta categoría}}{\text{N}^\circ \text{ total de plazas}} * 100$$

**Valor estándar/medio:** 53,01% (Andalucía)

**Valor destino turístico:** 59,05%

**Interpretación del valor:** Aproximadamente 6 de cada 10 establecimientos de alojamiento reglado son de alta categoría

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Registro de Turismo de Andalucía. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

**Observaciones:** Se ha considerado como alta categoría los establecimientos hoteleros de cinco y cuatro estrellas así como los apartamentos de cuatro y tres llaves. El resto de la oferta de alojamiento reglado no tiene presencia en el destino estudiado.

**Indicador:** Calidad de playas

**Descripción y objetivos:** Cuantificar la calidad de uno de los recursos turísticos y naturales más importantes del municipio como son las playas a través de la concesión de banderas azules.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Porcentaje (%)

**Metodología de cálculo:**

$$\text{Servicios y productos turísticos 3} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de playas con bandera azul}}{\text{N}^\circ \text{ total de playas}} * 100$$

**Valor estándar/medio:** 16,94% (Andalucía)

**Valor destino turístico:** 21,43%

**Interpretación del valor:** De las 14 playas que tiene el destino turístico, 3 tienen concedida la denominación de banderas azules

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Fundación Europea de Educación Ambiental (FEEE)

**Observaciones:** La Fundación Europea de Educación Ambiental (FEEE) apoyada por la Comisión Europea concede a principios de junio las banderas azules atendiendo a la solicitud que realizan las autoridades locales interesadas en obtener la insignia. La bandera azul ofrece a los usuarios la seguridad de que la playa es óptima para el baño, sus aguas están limpias y son analizadas con regularidad, existe un sistema de recogida de basuras y limpieza de arena, personal de vigilancia y socorrismo, que cuenta con agua potable, accesos fáciles y seguros para personas con escasa movilidad, duchas y servicios, y señalizaciones adecuadas.

**Indicador:** Rentabilidad

**Descripción y objetivos:** Estimación del beneficio económico de la actividad turística sobre el territorio

**Tipo de indicador** Cuantitativo

**Unidad de medida** Persona/km<sup>2</sup>

**Metodología de cálculo**

$$Rentabilidad = \frac{n^{\circ} \text{ de ocupados en el sector hostelería}}{\text{Superficie construida}}$$

**Valor estándar/medio:** 97,78 ocupados/km<sup>2</sup> (Andalucía)

**Valor destino turístico:** 242,32 ocupados/km<sup>2</sup>

**Interpretación del valor:** Existen 242 personas ocupadas en el sector hostelería por cada kilómetro cuadrado construido en el destino

**Año de referencia:** 2003

**Fuentes:** Instituto Nacional de Estadística, Instituto de Estadística de Andalucía, Ministerio de Economía y Hacienda.

**Indicador:** Diversificación de recursos turísticos

**Descripción y objetivos:** Valorar positivamente la utilización de diversos recursos del territorio distintos al sol y la playa, ya que esto beneficia la redistribución de la presión y de los beneficios generados por el turismo en el territorio.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Porcentaje (%)

**Metodología de cálculo:**

$$Diversificación = \frac{n^{\circ} \text{ de turistas que no utilizan de la playa}}{N^{\circ} \text{ total de turistas}} * 100$$

**Valor estándar/medio:** A determinar

**Valor destino turístico:** 24,25%

**Interpretación del valor:** Se trata de un destino donde tan solo el 24,25% de los turistas no han realizado actividades relacionadas con el uso y disfrute de la playa. Este porcentaje se traduce en una gran dependencia de la actividad turística al recurso natural.

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Encuesta a la demanda turística del destino. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

<b>Indicador:</b> Índice de Gini
----------------------------------

**Descripción y objetivos:** Cuantificación de la concentración temporal de la demanda turística.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Índice de Gini: Escala 0 - 1

**Metodología de cálculo**

$$I_G = \frac{\sum_{i=1}^{K-1} (p_i - q_i)}{\sum_{i=1}^{K-1} p_i}$$

$p_i$  = porcentajes acumulados de las observaciones mensuales  
 $q_i$  = porcentajes acumulados de las pernoctaciones  
 $k = 12$

**Valor estándar/medio:** 0,17 (Andalucía)

**Valor destino turístico:** 0,16

**Interpretación del valor:** Un valor del índice próximo a cero implicaría que las pernoctaciones se distribuyen uniformemente a lo largo del año y, por lo tanto no hay estacionalidad. En el extremo opuesto, un valor próximo a la unidad indicaría que las pernoctaciones se concentrarían en un solo mes.

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Instituto Nacional de Estadística

**Observaciones:** Se ha realizado sobre las pernoctaciones mensuales registradas en la oferta de alojamiento reglado.

<b>Indicador:</b> Concentración máxima y mínima
---

**Descripción y objetivos:** Cuantificación de la concentración temporal de la demanda turística.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Porcentaje (%)

**Metodología de cálculo:**

$$\text{Concentración máx.} = \frac{n^\circ \text{ de pernoctaciones máximas mensuales}}{n^\circ \text{ total de pernoctaciones anuales}} * 100$$

$$\text{Concentración mín.} = \frac{\text{n}^\circ \text{ de pernoctaciones mínimas mensuales}}{\text{n}^\circ \text{ total de pernoctaciones anuales}} * 100$$

**Valor estándar/medio:** Concentración máx.= 13,79% y Concentración mín.=4,56% (Andalucía)

**Valor destino turístico:** Concentración máx. = 13,26% y Concentración mín. = 5,36%

**Interpretación del valor:** El mes de mayor concentración de demanda es Agosto que acapara el 13,26% de las pernoctaciones del total del año mientras que en el otro extremo se encuentra el mes de Diciembre que supone el 5,36% del total.

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Instituto Nacional de Estadística

**Observaciones:** Se ha realizado sobre las pernoctaciones mensuales registradas en la oferta de alojamiento reglado

<b>Indicador:</b> páginas web disponibles
---

**Descripción y objetivos:** Analizar el grado de incorporación de las nuevas tecnologías y el comercio electrónico a la promoción y comercialización de la oferta turística de un destino

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Porcentaje (%)

**Metodología de cálculo**

$$\text{Oferta con web} = \frac{\text{Establecimientos con página web}}{\text{Total establecimientos}} * 100$$

**Valor estándar/medio:** 75,21% (Andalucía)

**Valor destino turístico:** 74,51%

**Interpretación del valor:** Casi las tres cuartas partes del total de establecimientos de alojamiento disponen de Internet

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Encuesta sobre la Situación Tecnológica de la Oferta Turística Andaluza. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

**Observaciones:** La oferta considerada comprende los alojamientos colectivos de Hoteles, Pensiones, Apartamentos, Camping y Casas Rurales. Al no disponer de datos para el destino turístico se ha aproximado al resultado obtenido por la oferta del litoral de la zona donde se encuentra ubicado.

**Indicador:** Grado de utilización del comercio electrónico

**Descripción y objetivos:** Analizar el grado de incorporación de las nuevas tecnologías y el comercio electrónico a la promoción y comercialización de la oferta turística de un destino.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Porcentaje (%)

**Metodología de cálculo**

$$\text{Grado utilización e-comercio} = \frac{\text{Establecimientos que utilizan el comercio electrónico}}{\text{Total establecimientos}} * 100$$

**Valor estándar/medio:** 37,09% (Andalucía)

**Valor destino turístico:** 42,79 %

**Interpretación del valor:** Cuatro de cada 10 establecimientos de alojamiento utilizan el comercio electrónico como herramienta en la comercialización de sus productos

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Encuesta sobre la Situación Tecnológica de la Oferta Turística Andaluza. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

**Observaciones:** La oferta considerada comprende los alojamientos colectivos de Hoteles, Pensiones, Apartamentos, Camping y Casas Rurales. Al no disponer de datos para el destino turístico se ha aproximado al resultado obtenido por la oferta del litoral de la zona donde se encuentra ubicado.

**Indicador:** Grado de facturación a través de comercio electrónico

**Descripción y objetivos:** Analizar el grado de incorporación de las nuevas tecnologías y el comercio electrónico a la promoción y comercialización de la oferta turística de un destino

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Porcentaje (%)

**Metodología de cálculo:**

$$\text{Grado facturación e-comercio} = \frac{\text{Establecimientos que facturan a través de comercio electrónico}}{\text{Total establecimientos}} * 100$$

**Valor estándar/medio:** 26,5% (Andalucía)

**Valor destino turístico:** 32,75 %

**Interpretación del valor:** El 32,75% de los establecimientos llegan a facturar a través del comercio electrónico.

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Encuesta sobre la Situación Tecnológica de la Oferta Turística Andaluza. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

**Observaciones:** La oferta considerada comprende los alojamientos colectivos de Hoteles, Pensiones, Apartamentos, Camping y Casas Rurales. Al no disponer de datos para el destino turístico se ha aproximado al resultado obtenido por la oferta del litoral de la zona donde se encuentra ubicado.

**Indicador:** Dotación de medios para la Seguridad Ciudadana

**Descripción y objetivos:** Se trata de medir la cantidad de medios humanos de los que dispone el destino para la seguridad de la población media, incluyendo el flujo turístico

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Personas / policía

**Metodología de cálculo:**

$$\text{Dotación medios seguridad} = \frac{\text{Población residente} + \text{Población turística asistida (PTA)}}{\text{Nº de policías locales}}$$

**Valor estándar/medio:** A determinar

**Valor destino turístico:** 538,18 personas/policía

**Interpretación del valor:** Existe un policía local por cada 538 personas, considerando residentes y turistas

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Instituto Nacional de Estadística, Encuesta a la demanda turística del destino, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Gobierno local.

**Indicador:** Seguridad ciudadana

**Descripción y objetivos:** Se trata de medir el grado de seguridad que ofrece el destino turístico a la población residente y turística

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Nº de delitos / persona

**Metodología de cálculo:**

$$\text{Seguridad ciudadana} = \frac{\text{Nº de delitos}}{\text{Población residente} + \text{Población turística asistida (PTA)}}$$

**Valor estándar/medio:** A determinar

**Valor destino turístico:** 0,08

**Interpretación del valor:** Por cada persona, residente y turista, se producen 0,08 delitos

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Instituto Nacional de Estadística, Encuesta a la demanda turística del destino, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Gobierno local.

**Observaciones:** Se han considerado los delitos contra la seguridad ciudadana del código penal, de interés policial, intervenciones con menores, drogas, armas y desorden público.

**Indicador:** Percepción de la seguridad ciudadana

**Descripción y objetivos:** Cuantificar la opinión de los turistas sobre la seguridad ciudadana percibida en el destino turístico

**Tipo de indicador:** Cualitativo

**Unidad de medida:** Puntuación de 1 a 10

**Metodología de cálculo:** Promedio de la opinión ofrecida por una muestra representativa de los turistas en el destino turístico.

**Valor estándar/medio:** 7,2 puntos (Andalucía)

**Valor destino turístico:** 7,77 puntos

**Interpretación del valor:** Un valor cercano a 10 puntos indica que los turistas realizan una valoración es muy positiva sobre la seguridad que ofrece destino turístico.

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Encuesta a la demanda turística del destino. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

**Indicador:** Dependencia de intermediarios

**Descripción y objetivos:** Una mayor dependencia de intermediarios en la organización del viaje por los turistas implica una menor repercusión económica en el destino. Asimismo determinadas decisiones de estas organizaciones están basadas, como cualquier empresa privada, en el margen de beneficio, y no en el bien del destino.

**Tipo de indicador:** Cuantitativo

**Unidad de medida:** Porcentaje (%)

**Metodología de cálculo**

$$\text{Dependencia intermediarios} = \frac{N^{\circ} \text{ de turistas que organizan su viaje a través de intermediarios}}{N^{\circ} \text{ total de turistas}} * 100$$

**Valor estándar/medio:** 23,7% (Andalucía)

**Valor destino turístico:** 61,05%

**Interpretación del valor:** 6 de cada 10 turistas que visitaron el destino organizaron su viaje a través de intermediarios, ya sean agencias de viajes o asociaciones, clubes, etc.

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Encuesta a la demanda turística del destino. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

<b>Indicador:</b> Satisfacción turística
--

**Descripción y objetivos:** Cuantificar la opinión de los turistas sobre la imagen percibida en general del destino turístico

**Tipo de indicador:** Cualitativo

**Unidad de medida:** Puntuación de 1 a 10

**Metodología de cálculo:** Promedio de la opinión ofrecida por una muestra representativa de los turistas en el destino turístico.

**Valor estándar/medio:** 7,7 puntos (Andalucía)

**Valor destino turístico:** 7,72 puntos

**Interpretación del valor:** El registrar un valor cercano a 10 puntos indica que los turistas realizan una valoración muy positiva sobre el destino turístico.

**Año de referencia:** 2004

**Fuentes:** Encuesta a la demanda turística del destino. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

**Observaciones:** Se incluyen aspectos generales del destino, los servicios y productos turísticos así como las actividades complementarias (ocio, cultura, golf y náutica)