

ARTÍCULOS

SISTEMA DE INDICADORES PARA LA GESTIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO (1)

Inmaculada Gallego Galán*, Pilar Alarcón Urbistondo** y Ana Belén Tineo Esteban***

Resumen: Resulta imprescindible entender que la gestión de un destino turístico debe estar bajo el prisma de la sostenibilidad y que, para ello, los responsables o gestores deben contar con instrumentos que les permitan valorar el grado de sostenibilidad turística y les proporcionen la información necesaria para controlar, evaluar y reorientar, si fuera necesario, las políticas turísticas.

En este trabajo se propone como instrumento de medición un Sistema de Indicadores, siendo prioridad en todo su desarrollo que resulte práctico, ágil y operativo, antes que desarrollar un modelo teórico ideal que finalmente sea inoperante. Este Sistema es testado por un panel de expertos y probado empíricamente en destinos de litoral maduros, donde el concepto de sostenibilidad alcanza su grado más complejo. Ambas revisiones resultaron satisfactorias, y permitieron mejorar el Sistema inicialmente planteado, con una exhaustiva revisión de los indicadores, incorporando nuevos, adaptando otros a la información existente, realizando cambios de formulación e incluso permitió valorar carencias de información, identificando aspectos relevantes para la gestión de un destino turístico para los que no se dispone de información. Finalmente se analiza el sistema en cuatro destinos andaluces (Benalmádena, Fuengirola, Marbella y Torremolinos) y se interpretan los resultados obtenidos.

Palabras clave: Investigación turística, temáticas, tópicos, TESEO, tesis doctorales.

Abstract: Tourism destination management must be inevitably driven by sustainability principles. For this purpose managers need to use tools allowing them to assess the effects on sustainability of different tourism policies as well as to redirect them if necessary. In this paper we propose a measurement tool composed of a System of Indicators, stressing the focus on its usability, dynamicity and applicability trying to avoid the construction of a theoretical model difficult to implement in the real world. A panel of experts has tested this system and has also already been implemented for mature LITORAL destinations, where sustainability reaches a higher complexity. Both tests have been passed successfully allowing as well a revision in depth of the different indicators included in the system. This revision has meant in some cases the inclusion of some indicators or the adaptation of others to the existing information. In addition, it has been also possible to identify lack of information for some important issues for tourism destination management.

Finally, we analyse the system for the case of four andalusian tourism destination (Benalmádena, Fuengirola, Marbella and Torremolinos) including an interpretation of the results.

Key words: Indicators, sustainability, management, tourism policy, vulnerability, quality, specialization, profitability and governance.

I. OBJETIVOS Y ÁMBITO DEL PROYECTO

Mejorar la competitividad de los destinos supone actuar y entender los atractivos

de su oferta de una manera más integral, donde mejorar la experiencia del turista y superar sus expectativas depende cada vez más de un más amplio y complejo conjunto de factores, por una parte, los servicios

* Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales y postgrado en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Málaga. Jefe de Área de Estadística e Investigación de Mercados en la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía y profesora asociada del Departamento de Economía y Administración de Empresas de la Universidad de Málaga. igallego@uma.es

** Doctora en Economía y Administración de Empresas y Catedrática de Escuela Universitaria en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad de Málaga. pilar.alarcon@uma.es

*** Doctora por la Universidad de Málaga y coordinadora en el Consorcio para el Desarrollo y el Turismo de la Costa del Sol Occidental (Consorcio Qualifica). abtineo@qualifica.org

más básicos y tradicionales (alojamiento y actividades de ocio) y, por otra, los atributos territoriales, ambientales y paisajísticos y la estructura y dinamismo de la población local que configura el destino.

Pero, previamente, para el diseño de esta apuesta el destino debe tener información de su situación real (oferta, demanda turística, etc.). De ahí, que con frecuencia la literatura turística hable de “indicadores” como herramientas imprescindibles para la planificación y el posicionamiento de los destinos.

Cualquier destino, independientemente de su grado de consolidación en turismo, debería dotarse de sistemas de indicadores actuales, dinámicos e interrelacionados que consigan una visión global del destino, debido a que las políticas turísticas no son actuaciones estáticas, sino que éstas requieren de su justificación, control y, muy especialmente, evaluación, y reorientación continua, si fuera necesario.

Sin embargo, aunque la bibliografía científica sobre indicadores turísticos sea abundante, una revisión de la misma lleva a detectar tres cuestiones: se trata de propuestas parciales, no existe mucho consenso y son muy teóricas, pocos son los autores que se plantean su desarrollo real.

Por otro lado, quizás por la aparente complejidad de los indicadores, los responsables turísticos, no se han visto muy interesados en la utilización de los mismos en su quehacer diario. Es decir, se observa un divorcio entre el interés científico y social en este aspecto.

La prioridad del trabajo ha sido crear un Sistema que resulte práctico, ágil y operativo, antes que desarrollar un modelo teórico ideal que finalmente resulte inoperante, esto ha implicado un aprovechamiento máximo la información estadística y documental oficial actualmente existente.

Es relevante apuntar que este Sistema debe entenderse como un proceso en continua evolución, ya que cualquier avance en definiciones, metodologías o herramientas estadísticas y/o documentales deberá integrarse para su perfeccionamiento. De hecho, el éxito de este proyecto no está solo en el resultado final sino en su propio desarrollo, ya que permitirá al destino dotarse de un sistema de información adecuado para la toma de decisiones.

Teniendo en cuenta lo expuesto, el objetivo genérico de este trabajo ha sido crear un instrumento desde una visión integral y sostenible de un destino para detectar situaciones de conflicto o desequilibrios y evitar situaciones de pérdida de atractivo y competitividad turística, convirtiéndose en un **instrumento útil para la evaluación y orientación en la toma de decisiones de los responsables para la gestión de un destino turístico.**

Aunque la definición de “destino turístico” debería tener una clara orientación a la demanda, es difícil su aplicación práctica, debido a la división administrativa de los territorios que definen las políticas turísticas y la recopilación de datos estadísticos, lo que obliga a los sistemas de indicadores a adaptarse a esta demarcación.

Esto obviamente supone una limitación, que debe tenerse en cuenta para la definición de estrategias, principalmente de marketing, donde es el turista el que marca el territorio turístico y no los límites administrativos. Pero desde el objetivo último de este Sistema, instrumento útil para los gestores (Administraciones Públicas), hace más razonable una limitación de destino desde esta perspectiva.

Este protagonismo de la dimensión territorio tiene presencia en el Sistema en la escala local, pero sin invalidar la opción de agregaciones territoriales superiores (zonas, comarcas, regiones, etc.), debido, por un lado, a las importantes interrelaciones entre la actividad turística y el desarrollo sostenible siendo más precisos los diagnósticos en este ámbito (Vera, 2001; Sánchez, Pulido, 2008) y por otro, la elevada relevancia de las políticas turísticas locales en la definición de los destinos turísticos.

II. METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO

Un sistema de indicadores que pretenda evaluar un destino turístico debería conse-

guir mostrar una visión global de destino desde la perspectiva de la sostenibilidad (Organización Mundial del Turismo, 2008), por ello cualquier Sistema debería incluir los tres pilares (Bramwell, 1996; Butler, 1993; Hunter, 1997; Vera, 20013) que sostienen este concepto: eficiencia económica, equilibrio social y conservación medioambiental.

Dada la complejidad de la realidad a medir, en el desarrollo del Sistema se presentan niveles, es decir su estructura es jerárquica (ver figura 1). Se recomiendan **tres niveles de análisis**, el más global que viene determinado por las áreas claves que ofrecen una visión integral del destino, dentro de estas áreas se seleccionan los temas claves que permiten aproximarse a la realidad de las mismas y por último, se definen y seleccionan los indicadores que permitan conocer el estado de los temas claves.

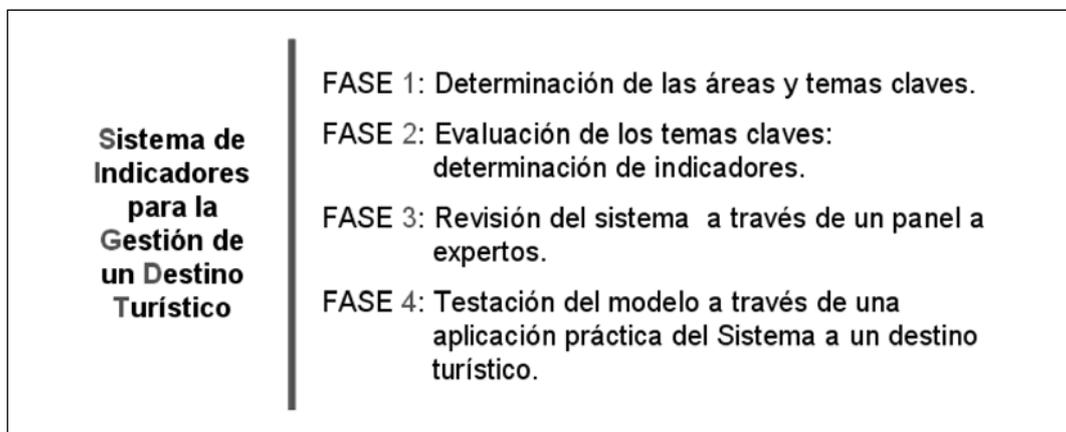
El desarrollo de este Sistema se ha llevado a cabo en **cuatro etapas o fases** (ver figura 2).

Figura 1
Arquitectura del Sistema de Indicadores



FUENTE: Elaboración propia

Figura 2
Fases en el diseño del Sistema de Indicadores



FUENTE: Elaboración propia

FASE 1: Establecer las áreas y temas claves que conforman el Sistema (ver figura 3)

Las áreas claves definidas y que recogen una visión global de destino desde la perspectiva de la sostenibilidad, son tres:

TERRITORIO. Se determina tanto por su relevancia como base física donde se desarrollan las actividades turísticas, como por ser un recurso no renovable y por ello, su utilización debe ser planificada para evitar o aminorar los posibles impactos no deseados que la actividad turística pueda generar. Aquí se recogen temas claves como la presión sobre el territorio de la actividad turística, preservación del espacio, densidad urbanística o gestión de recursos.

En el área de **TURISMO** debido a la diversidad de temas claves, para su mejor interpretación se agrupa en las siguiente sub-áreas:

- Vulnerabilidad. Recoge información con el objetivo de medir el grado de dependencia de un destino a intermediarios turísticos, mercados emisores, segmentos o productos turísticos concretos, a un tipo de alojamiento predominante o un medio de transporte de llegada de turistas, así como su vulnerabilidad como destino por la dependencia de oferta no local, la estacionalidad de su actividad turística o el grado de dependencia de su economía del sector turístico.
- Rentabilidad. Es imprescindible entender el turismo como un sector económico rentable, que genere beneficio empresarial, empleo y el efecto arrastre sobre otros subsectores de la economía del destino.
- Especialización. En esta sub-área se pretende recoger la posición del destino en la amplia gama de productos existentes para valorar su grado de diversificación

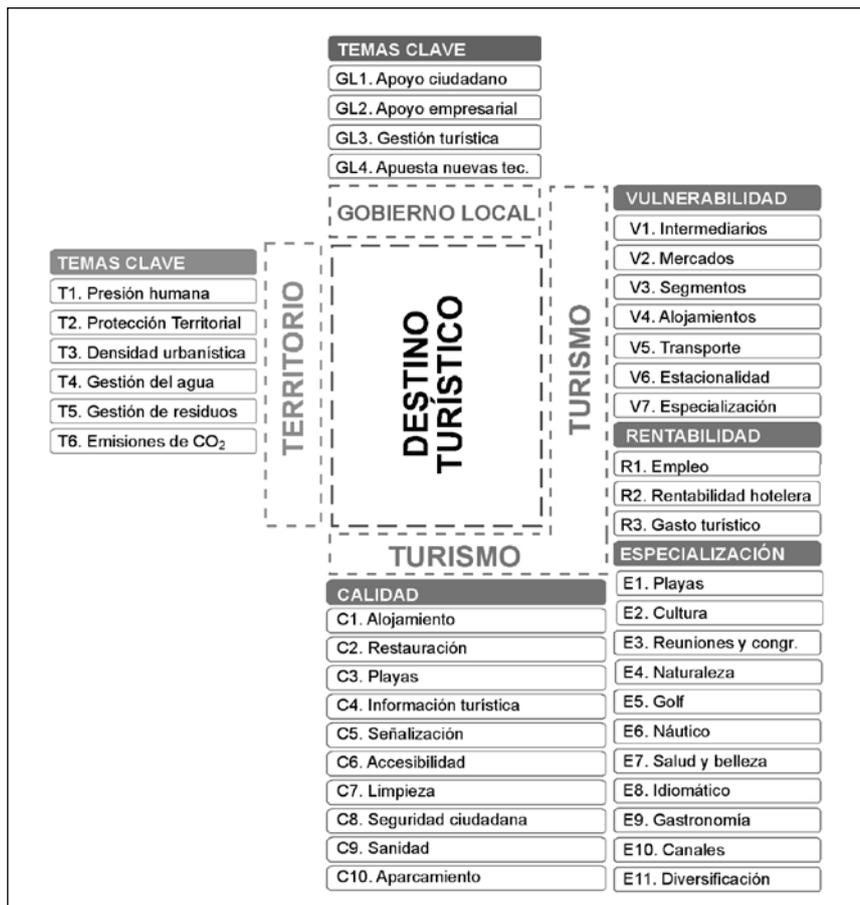
y especialización (Sol y playa, cultura, naturaleza, reuniones y congresos, golf, náutico, salud y belleza, idiomático y gastronómico) así como la diversificación en los canales de comercialización y promoción de la oferta turística del destino.

- En Calidad se incluyen aquellos temas claves que puedan permitirnos identificar estrategias que apuesten por el fomento

de la calidad como factor diferenciador. Se valora, desde la perspectiva de la demanda y la oferta, las diferentes actividades y recursos (alojamiento, restauración, playas, etc.), como los servicios básicos (limpieza, seguridad ciudadana, sanidad, etc.).

Finalmente, el desarrollo de un destino turístico depende en gran medida de su gestión a través de medidas o políticas de pla-

Figura 3
Sistema de Indicadores para la Gestión de un Destino Turístico



FUENTE: Elaboración propia

nificación y promoción que pueden llegar a orientar o cambiar el modelo turístico. Por ello se hace necesario incorporar un área en el Sistema que mida la gestión turística del **GOBIERNO LOCAL**. Aquí se incluyen temas claves como la cooperación público – privada, la percepción de la población local de los impactos del turismo o la apuesta por las nuevas tecnologías.

FASE 2: Valorar que indicadores pueden ser útiles para mostrar la realidad del aspecto analizado

Aunque un modelo práctico, ágil y operativo no debería excederse en el número de indicadores, tampoco sería lógico abarcar todos los aspectos de un destino turístico con sólo unos cuantos indicadores, ya que sería irrealista. El Sistema desarrollado en este trabajo se forma con un total de 114 indicadores.

Esta no limitación se debe a que no existen indicadores que muestren de manera directa y total una realidad sino que cada indicador por separado permite conocer un aspecto concreto del turismo, pero a través del Sistema planteado se maximiza el potencial de análisis para interpretar la realidad compleja del turismo.

Estos indicadores se seleccionan teniendo en cuenta que cumplan el mayor número de las características que de un “indicador ideal” (Horn R, 1993): ser fácil de comprender o interpretar, ser fácil de obtener, y a un coste razonable, que sea comparable y agre-

gable, veraces, verificables y creíbles.

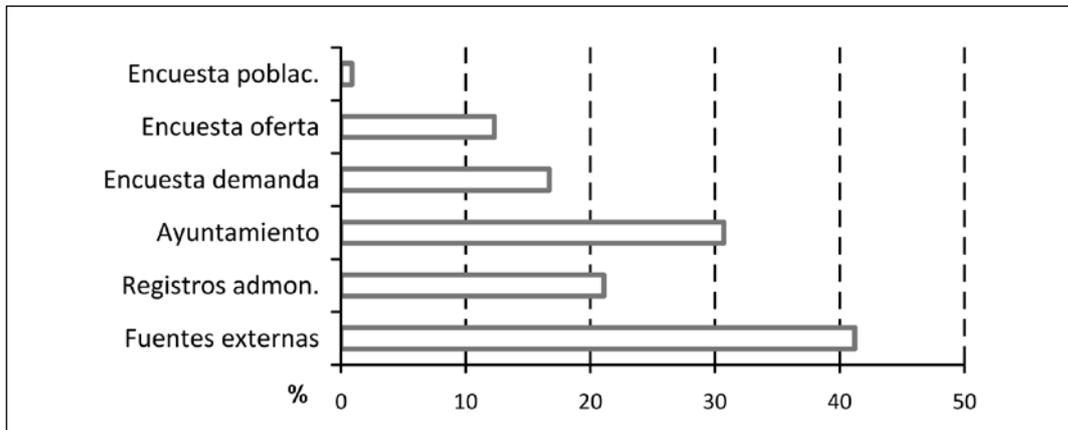
Para que el modelo sea viable debería dotarse de unas herramientas básicas para la obtención de datos. Por un lado, debe realizarse un máximo aprovechamiento de las estadísticas existentes, así como de toda la información administrativa, y por otro lado, se requiere tres tipos de encuestación: a la demanda, a la oferta y a la población local.

En el desarrollo de un Sistema de indicadores debe primar la no duplicidad de esfuerzos personales y presupuestarios, aprovechando al máximo todas las estadísticas y registros administrativos oficiales existentes. No obstante, dependiendo del grado de desarrollo turístico del destino, la cantidad de información disponible varía, siendo menor en destinos emergentes o con reducido peso de la actividad turística. Esto implicaría poner en marcha determinadas operaciones, que en todo caso deberían tomar como referencias metodológicas las fuentes oficiales, creando así un sistema de información coherente y comparable.

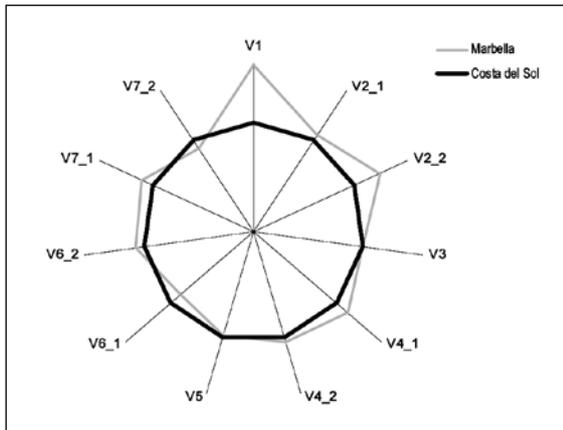
Para mejorar la interpretación de los indicadores y la comparabilidad entre destinos la mayoría de los indicadores se presentan como datos porcentuales, escala, índices o ratios relativos en función de tres variables básicas: demanda (población total o su desglose entre residentes y turistas), oferta (plazas totales o su desglose entre segunda residencia o plazas turísticas regladas) o territorio (superficie en metros cuadrados).

Igualmente, se utilizan gráficos de tela de araña donde en cada vértice se sitúan los in-

Gráfico 1
Indicadores del Sistema según fuentes de información
utilizadas en su cálculo (%)



FUENTE: Elaboración propia



dicadores, previamente normalizados, comparando el resultado de cada destino con el valor de la zona que toma el valor unitario. Esto permite observar inmediatamente la situación del destino turístico, sus fortalezas y debilidades respecto a otros destinos y a la media de la zona, lo que mejora su interpretación y uso final por parte de los gestores.

FASES 3 y 4: Testar el Sistema a través de un panel de expertos y la aplicación práctica del mismo a destinos turísticos

El modelo teórico inicial, planteado en las Fases 1 y 2 del trabajo, fue testado a través de un **panel de expertos** procedentes de diferentes ámbitos (administración pública, investigadores, consultores especializados, académicos y sector privado). En total 18 expertos que se agruparon según su experiencia en cada área o sub-área del Sistema.

Cabe destacar que el panel de expertos constató que la propuesta era solvente ya que el 90,6% de los indicadores alcanzaron una nota media igual o superior a 6 puntos (en una escala de 1 a 10), destacando que casi la mitad (48%) son valorados con puntuaciones iguales o superiores a 8 puntos en

la aportación al tema clave en el que se encontraban enmarcados.

Por otro lado, se realiza una **aplicación práctica del área de Turismo** en los municipios de Benalmádena, Fuengirola, Marbella y Torremolinos y la zona Costa del Sol, como agrupación de estos. Estos son un excelente ejemplo de destinos de litoral maduros, donde el concepto de sostenibilidad alcanza su grado más complejo. Además, su elección se ha basado también en criterios puramente prácticos, ya que al ser los municipios más relevantes de la Costa del Sol Occidental cuenta con información estadística representativa por las fuentes oficiales y no requiere operaciones a medida.

De los 78 indicadores finalmente planteados en el área de turismo y con la información existente se logran calcular 66 de ellos, lo que supone un elevado grado de cobertura (85%).

La mayoría de los indicadores no realizados se deben principalmente a que la información de base no es de difusión pública (indicadores relacionados con datos internos de los Ayuntamientos como temas presupuestarios o relativos a la seguridad ciudadana), o requieren explotaciones específicas porque las fuentes oficiales ofrecen información agregada por sectores o territorialmente (por ejemplo, se puede conocer el porcentaje de plazas contratadas por touroperadores para Andalucía pero no se difunden desagregaciones territoriales inferiores), o también, aunque en el menor de los casos, porque requiere una investigación

propia, como sería el conocimiento del uso de Internet como vía de comercialización por las empresas turísticas del destino.

El modelo teórico inicial se vio modificado y adaptado tanto por los resultados obtenidos en el panel de expertos como por su desarrollo práctico. En el anexo de este artículo se recoge los indicadores finalmente aplicados del área de turismo.

Concretamente se detectó:

- **La necesidad de adaptar los indicadores a la información estadística disponible**, con el objeto de cubrir el requisito planteado de coste mínimo y máximo aprovechamiento de las fuentes oficiales existentes. Esto ha supuesto que algunos de los indicadores planteados se hayan revisado y se aproximen a través de estimaciones o de variables indicativas de la situación.

Aunque la disponibilidad de datos estadísticos y de fuentes de información condicionalmente inevitablemente el diseño final de los indicadores, siempre ha prevalecido que ello no implicará la modificación de las áreas y temas claves que conforman inicialmente el Sistema.

- **A relativizar los datos respecto al indicador de base más adecuado.** Es necesario buscar indicadores de referencia que muestren la información de forma relativa y la sitúen dentro de un contexto. Por ello es de especial relevancia elegir una u otra variable y uno u otro desglose según el indicador, tal es el caso de considerar la oferta

turística total cuando se habla de turismo de golf, debido a la importancia tanto del alojamiento reglado como de la segunda residencia en este segmento mientras que para el turismo de salud y belleza tiene mayor sentido si se relaciona solo con hoteles, principal ofertante de esta tipología turística.

- **A invertir el ratio con el fin de que sus resultados fueran más fácilmente interpretables.** Se detectó que era más operativo a la hora de interpretar el indicador por parte de los gestores turísticos, mostrar números enteros y no datos decimales a cinco o seis dígitos. Decisión que no afecta a la interpretación final del indicador, solo a su lectura y mejora considerablemente su uso.

Sirva de ejemplo el indicador inicial de 0,0000542 oficinas turísticas por plaza turística para Benalmádena frente al resultado una vez invertido el ratio, donde cada oficina turística atiende a un total de 18.449 plazas turística. No solo es más fácil de interpretar sino que mejora la comparabilidad con otros destinos, en este mismo ejemplo Marbella alcanza un ratio menos elevado (5.882 plazas turística por cada oficina de información) lo que deduce una mejor calidad en la accesibilidad a al información turística frente a Benalmádena.

- O incluso a **modificar su definición y/o formulación.** Este ha sido el caso de la incorrecta definición del grado de cualificación del empleo turístico medido en función de los contratos con estudios postsecundarios o la consideración de ampliar las certificaciones de calidad para medir esta sub-área.

- También el desarrollo práctico y el uso de las fuentes de datos, implicó la **incorporación de nuevos indicadores que mejoran o complementan el diagnóstico y enriquecen el análisis.** Este ha sido el caso del indicador incorporado en la sub-área de vulnerabilidad como el medir la dependencia de mercados de un destino no solo a través de la cuota del máximo emisor sino también a través del número de procedencias que constituyen la mayor parte de su demanda, o los indicadores de la sub-área de rentabilidad incorporando el grado de ocupación como medida que complementa el RevPar en rentabilidad hotelera o en el gasto turístico la incorporación del indicador de gasto por estancia que complementa el inicial de gasto medio diario.

III. ANALISIS Y RESULTADOS

El análisis de los resultados permite realizar un diagnóstico de los destinos y realizar un análisis comparativo entre ellos detectando sus fortalezas y debilidades. Las principales conclusiones por destinos se presentan a continuación:

Marbella: En el global del conjunto de los indicadores, Marbella se sitúa por encima de la media de la Costa del Sol, situándose como el destino más competitivo de los analizados.

Destacan por positivos sus resultados en cuanto a la baja vulnerabilidad debido a su reducida dependencia a intermediarios turísticos y su mayor diversidad de mercados.

También destaca por ser un destino donde, pese a ser relevante la actividad turística, se presentan una mayor diversidad de actividades empresariales y profesionales.

También destaca por la variedad y calidad de su oferta turística así como por la rentabilidad económica de esta actividad. En este sentido, Marbella supera con creces la media de la Costa del Sol en cuanto a gasto del turista en destino, tanto diario como por el total de la estancia y sobre todo en el mayor ingreso medio por habitación disponible.

En cuanto a los puntos a mejorar, podríamos centrarnos en la estacionalidad de la demanda turística en alojamiento reglado, el grado de ocupación y la percepción de calidad por parte de los turistas.

La baja intensidad en el uso de las playas, respecto a la media de la Costa del Sol deja una puerta abierta a la posibilidad de aprovechar más este recurso de forma sostenible.

Torremolinos: Es el destino más vulnerable de los analizados, por ser mayor su dependencia a intermediarios turísticos, a un mercado, a un tipo de alojamiento, al segmento sol y playa, a cadenas hoteleras, además de presentar la mayor dependencia al turismo tanto en su relación con la población residente como en su actividad empresarial y profesional.

En cuanto al resto de indicadores y teniendo en cuenta la oferta turística existente,

que no incluye los segmentos náuticos, golf e idiomático, podemos situar a Torremolinos en torno a la media de la Costa del Sol.

Destacan de forma positiva algunos aspectos como las plazas hoteleras ocupadas como media en el año, la intensidad potencial de uso de sus recursos culturales y el número de turistas que disfrutaban de sus espacios naturales. Además, la calidad percibida por los turistas sitúa a Torremolinos en la mejor posición de los destinos analizados.

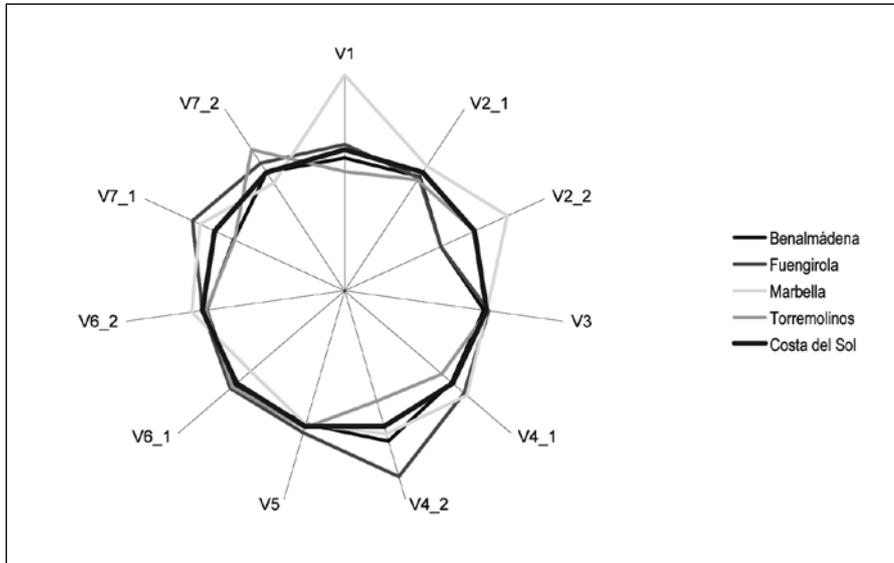
Benalmádena: Según la información obtenida a partir del sistema de indicadores podemos concluir que este destino se sitúa en una posición cercana a la media de la Costa del Sol pero un poco por debajo de la misma.

Destaca sobre el resto en cuanto a su oferta turística de espacios de ocio y recreo pero se queda por debajo de la media en lo que se refiere a rentabilidad turística debido al menor gasto realizado por los turistas. En el conjunto de indicadores de vulnerabilidad este destino se sitúa ligeramente por debajo de la media de la Costa del Sol Occidental, lo que lo hace un poco más vulnerable.

Fuengirola: En este caso, el destino se sitúa en una posición similar a Benalmádena, también cercana a la media de la Costa del Sol pero podríamos decir que en el conjunto de indicadores, quedaría un poco por encima.

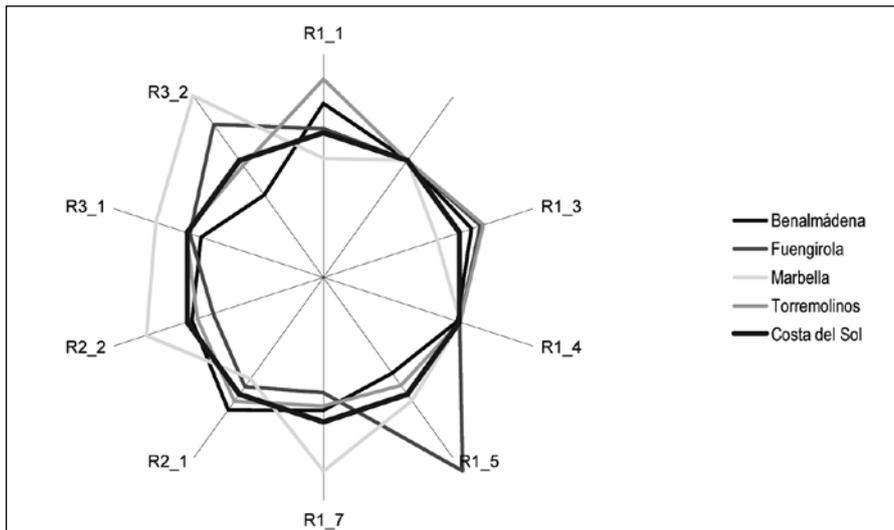
Según los datos obtenidos, podemos decir que Fuengirola es un poco menos vul-

Gráfico 2
Resultados área Turismo: Vulnerabilidad



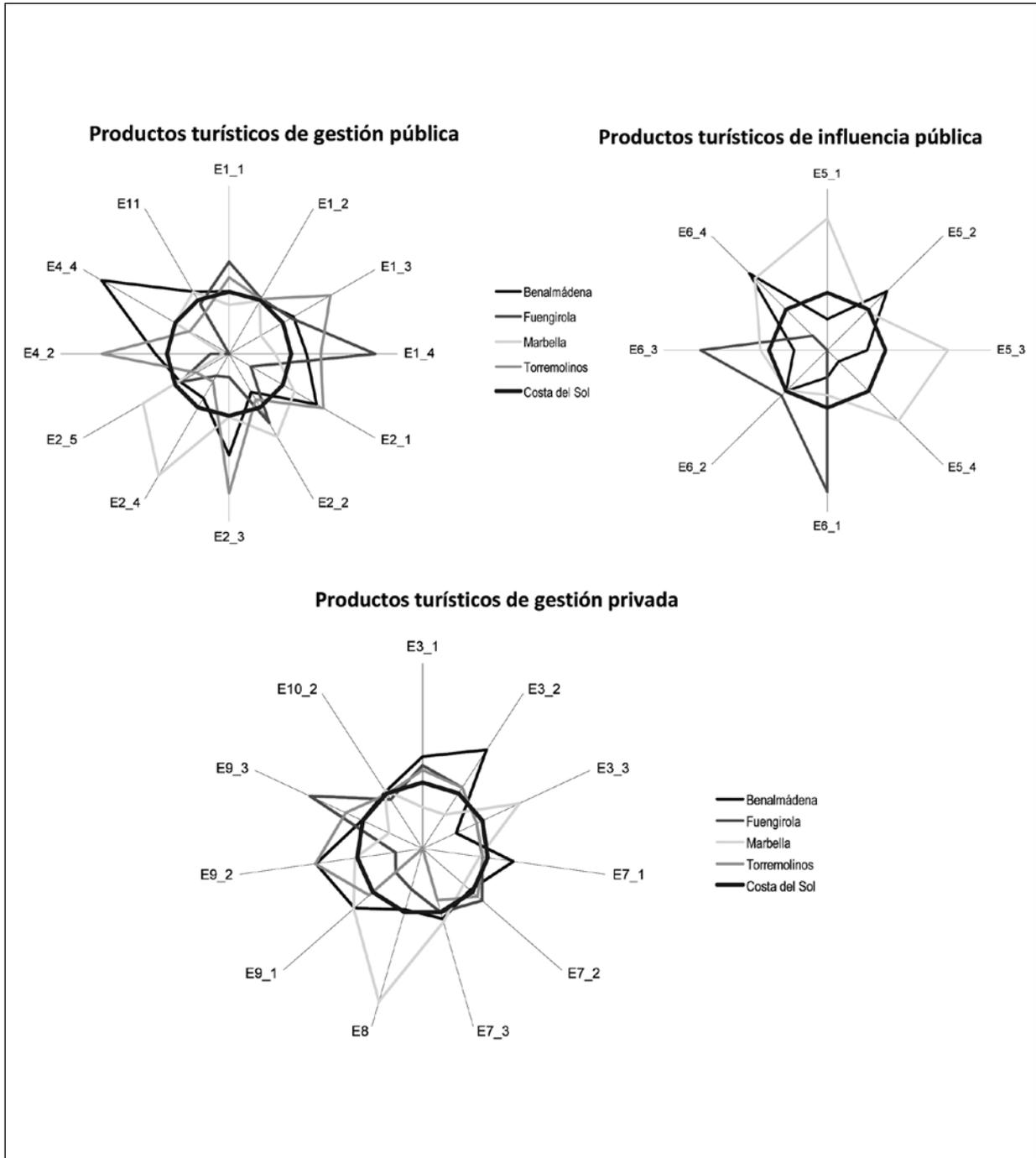
FUENTE: Elaboración propia

Gráfico 3
Resultados área Turismo: Rentabilidad



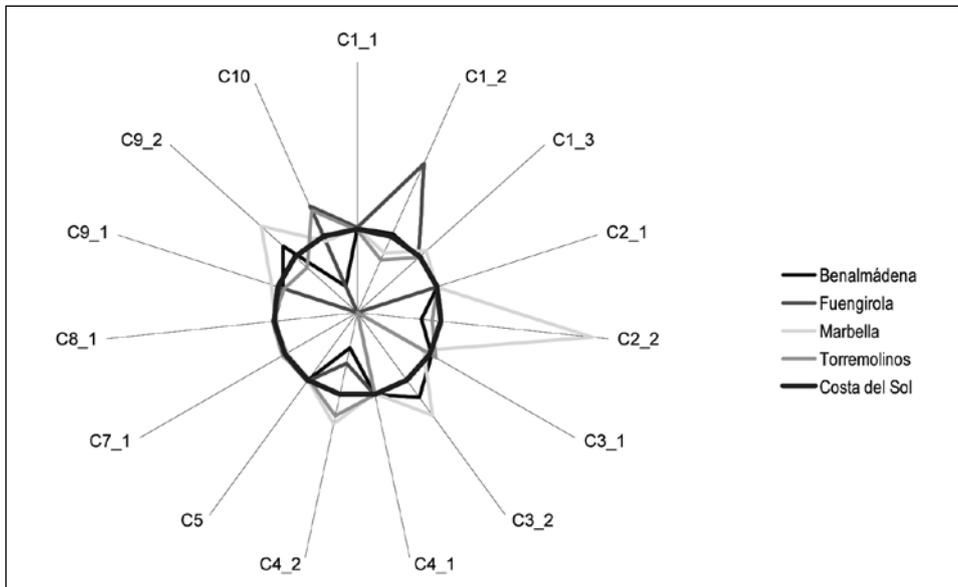
FUENTE: Elaboración propia

Gráfico 4
Resultados área Turismo: Especialización



FUENTE: Elaboración propia

Gráfico 5
Resultados área Turismo: Calidad



FUENTE: Elaboración propia

nerable que la media de la Costa del Sol Occidental, sobre todo debido a las plazas turísticas pertenecientes a cadenas hoteleras. Destaca principalmente por tener la menor estacionalidad en el empleo hotelero, ya que el Índice de Gini alcanza el valor más próximo a 0.

En este destino también hay que resaltar el elevado gasto por estancia de sus turistas, sin embargo, a diferencia de Marbella, es solo por su elevada estancia media ya que el gasto diario se sitúa incluso algo por debajo de la media registrada en Costa del Sol. Los indicadores que señalan una peor situación son principalmente los relativos a la actividad hotelera ya que reflejan una elevada concentración de plazas hoteleras por empleado y tanto el grado de ocupación como

el RevPar están por debajo de la media, destacando sobre todo este último indicador que alcanza el valor más bajo de todos los destinos analizados.

Fuengirola basa su oferta turística principalmente en el segmento sol y playa, situándose en el resto de indicadores de especialización sobre la media de la Costa del Sol.

Debido a la amplitud de indicadores que recoge la sub-área de especialización, para su mejor uso e interpretación se decide dividir el análisis en tres bloques, según el tipo de gestor (público o privado) responsable de los recursos sobre los que se sustentan los productos o segmentos turísticos incluidos. Este criterio se adopta con el objetivo de mejorar la utilidad del Sistema para las

diferentes tipologías de gestores que intervienen en un destino turístico.

IV. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

Este trabajo demuestra la viabilidad de un Sistema de Indicadores para la gestión de un destino turístico, cubriendo algunos aspectos de los que adolecen experiencias anteriores:

- Visión completa e integrada del concepto de sostenibilidad en sus tres dimensiones: social, económica y ambiental.
- Aplicación a destinos maduros, donde el concepto de sostenibilidad alcanza su grado más complejo.
- Protagonismo de la dimensión territorial, orientando el Sistema a escala local, pero sin invalidar la opción de agregaciones territoriales superiores (zonas, comarcas, regiones, etc.).
- Generar un Sistema útil, intuitivo y de fácil comprensión para los gestores de destinos turísticos que les permita visualizar los aspectos sobre los que es necesario actuar en beneficio de la sostenibilidad.

Desde su inicio, se ha entendido como un **proceso en continua evolución**, por lo que cualquier avance en definiciones, metodologías o herramientas estadísticas y/o documentales debería ir integrándose continuamente para su perfeccionamiento. Concretamente se deberá:

- Completar la investigación empírica con el resto de las áreas (Territorio y Gobierno Local) para disponer de una visión integrada y completa, objetivo último del Sistema de Indicadores.
- Mejorar y perfeccionar el sistema de información turística que nutre el Sistema de indicadores con el objetivo de cubrir todos los aspectos que son relevantes para la gestión de un destino turístico, y para los que o no se dispone de información o si existe no es suficientemente rica.
- Concienciar a los responsables o gestores de los destinos turísticos de la utilidad de esta herramienta para la toma de decisiones y para realizar el seguimiento, evaluación y reorientación de políticas.

Otras aplicaciones posibles que permite el Sistema son:

- Realizar otras comparaciones, estableciendo umbrales máximos o mínimos e identificando límites potenciales del destino turístico. Estos podrían venir determinados en función de los objetivos a alcanzar según las estrategias a adoptar por el destino.
- Mostrar una evolución o tendencia de los destinos a través de su actualización continua, que será de especial interés cuando este instrumento sea utilizado para el seguimiento de acciones o estrategias puestas en marcha.
- Simular escenarios, para analizar situaciones alternativas posibles que limitan

el grado de incertidumbre facilitando la previsión y orientación de la política a medio y largo plazo.

- Adaptar el Sistema a otros destinos, con diferentes grado de madurez o con diferentes especializaciones (destinos culturales, de naturaleza, esquí, etc.).
- Creación de indicadores sintéticos para facilitar la utilización práctica.

Como novedad, cabe destacar que en el desarrollo del futuro “Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2014 – 2020” de la Consejería de Turismo y Comercio de la Junta de Andalucía, se contempla una adaptación de este trabajo al ámbito regional, lo que va a suponer una mejora en la gestión y evaluación entre la planificación y la consecución de los objetivos, permitiendo valorar las desviaciones y cumplimientos de los objetivos y estrategias previamente definidas.

Además, la aplicación “real” de este trabajo, permitirá mejorar la arquitectura y metodología, así como el desarrollo de algunos de los aspectos que se recogen en este apartado y por supuesto, ayudará a poner en valor estos Sistemas como instrumentos eficaces para la gestión de un destino turístico.

BIBLIOGRAFÍA

ÁVILA R Y BARRADO D.A. (2005): “Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión”, Cuadernos de Turismo 2005; pp. 27-43.

BLANCAS, F.J, “Indicadores sintéticos de turismo sostenible: una aplicación para los destinos turísticos de Andalucía”, PhD. Thesis (Universidad Pablo de Olavide, 2009).

BLANCAS, F.J, GONZALEZ, M., LOZANO-OYOLA, M. Y PÉREZ, F. (2010): “The assessment of sustainable tourism: Application to Spanish coastal Destinations” *Ecol Indic*, 10 , pp. 484–492.

BRAMWELL, B. et al., (ed.) (1996): *Sustainable Tourism Management: Principles and Practice*, Tilburg: Tilburg University Press.

BUTLER, R. (1993): ‘Tourism-An Evolutionary Perspective’, in Nelson, G.C, et al. (ed.) *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*, University of Waterloo, 27-43.

CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE. JUNTA DE ANDALUCÍA (2007): Programa de recualificación de destinos de la Costa del Sol Occidental de Andalucía. Plan Qualifica.

CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE. JUNTA DE ANDALUCÍA (2007). Plan General de Turismo Sostenible 2008 – 2011.

EXCELTUR (2012): Monitor de competitividad turística relativa de las Comunidades Autónomas Españolas. 2011.

GALLEGO, I. Y MONICHE, A., “Sistema de indicadores territoriales para un destino turístico” en Conferencia de la OMT Iguazú, Argentina/Brasil/Paraguay, 3-6 de octubre de 2005: La Cuenta Satélite de Turismo (CST): Comprender el Turismo y Diseñar Estrategias.

GOOGLE ANALYTICS. Glosario. Recuperado: 2012, 18 de Marzo, Disponible en: <https://developers.google.com/analytics/devguides/reporting/core/dimsmets>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2011). Código de Buenas Prácticas de las Estadísticas Europeas. Recuperado: 2012, 29 de Junio, Disponible en: http://www.ine.es/ine/see/see_compromiso.htm

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE GEOGRAFÍA. Universidad de Alicante. Nº1, 2011. ‘Planificación y gestión

del desarrollo turístico sostenible: propuesta para la creación de un sistema de indicadores'. Proyecto METASIG. Referencia 1FD97-0403.

MARTÍN ROSA, M.A. Y PRATS, F. (2003): *Life Lanzarote 2001 – 2004. Evolución de indicadores insulares*". Cabildo de Lanzarote, Observatorio de la Reserva de Biosfera'.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (2007) 'Plan del Turismo Español Horizonte 2020'.

NAVARRO JURADO, E. "Profile of Sustainability in some Mediterranean tourism destinations. Case study of Torremolinos in Spain (Andalucía)". *Plan Bleu*, 2011.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (2008): *Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo*.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA (2010): 'Test to implement tourist indicators in EDEN Destinations' Tender nº ENTR/2009/58. European Commission – DG Enterprise and Industry / Tourism Unit.

VERA, J.F. (dir.) (2001): "Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: Propuestas para la

creación de un sistema de indicadores", Alicante: Instituto Universitario de Geografía.

SÁNCHEZ RIVERO, M. Y PULIDO FERNÁNDEZ, J.I. (2008): "Medida de la sostenibilidad turística. Propuesta de un índice sintético". Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, FITUR 2008.

SISTEMA INTEGRAL DE CALIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS (SICTED): Recuperado: 2012, 10 de Mayo, Disponible en: www.calidadendestino.es

THIEL ELLUL, DANIELA FERNANDA (2011): *Los impactos turísticos en la Costa del Sol: valoración del desarrollo turístico de Torremolinos a través de un sistema de indicadores de sostenibilidad*; dirigido por Navarro Jurado, E. Málaga: [s.n.], 2011.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2004): 'Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook'.

NOTA

(1) Trabajo Fin del Master de Dirección y Planificación del Turismo. Facultad de Turismo. Universidad de Málaga, premiado con una mención extraordinaria por la Redintur (Red Interuniversitaria de Posgrado de Turismo) en el marco del II Forum RedIntur. Ourense. Noviembre 2012.

ANEXO

INDICADORES

Área Turismo: VULNERABILIDAD

| | | |
|------------------------------------|--|--------------------------------|
| TEMA CLAVE: Intermediarios | | TURISMO: VULNERABILIDAD |
| V1 | Dependencia de intermediarios | |
| Descripción | Cuantificar la dependencia del destino de intermediarios turísticos | |
| Metodología | % de turistas que organizan su viaje a través de intermediarios | |
| TEMA CLAVE: Mercados | | TURISMO: VULNERABILIDAD |
| V2_1 | Dependencia de mercados I | |
| Descripción | Cuantificar la concentración de los turistas según procedencias para conocer la dependencia del destino de un mercado concreto | |
| Metodología | Máx % de pernoctaciones (agrupados por procedencias) | |
| V2_2 | Dependencia de mercados II | |
| Descripción | Cuantificar el reparto de cuota por mercados | |
| Metodología | Nº de mercados con los que se alcanza más del 60% de la demanda | |
| TEMA CLAVE: Segmentos | | TURISMO: VULNERABILIDAD |
| V3 | Dependencia de segmentos turísticos | |
| Descripción | Cuantificar la concentración de los turistas según motivaciones de visita | |
| Metodología | Máx % de turistas (agrupados por segmentos turísticos) | |
| TEMA CLAVE: Alojamiento | | TURISMO: VULNERABILIDAD |
| V4_1 | Dependencia a un tipo de alojamiento | |
| Descripción | Cuantificar la concentración de los turistas según tipología de alojamiento | |
| Metodología | Máx % de turistas (agrupados por tipos de alojamiento) | |
| V4_2 | Dependencia de cadenas hoteleras | |
| Descripción | Cuantificar la dependencia del destino a cadenas hoteleras | |
| Metodología | % plazas turísticas hoteleras pertenecientes a cadenas | |
| TEMA CLAVE: Transporte | | TURISMO: VULNERABILIDAD |
| V5 | Dependencia a los medio de transporte | |
| Descripción | Cuantificar la dependencia de un medio de transporte como acceso al destino | |
| Metodología | Máx % de turistas (agrupados por medios de transporte) | |
| TEMA CLAVE: Estacionalidad | | TURISMO: VULNERABILIDAD |
| V6_1 | Índice de Gini | |
| Descripción | Concentración temporal de la demanda turística en alojamiento reglado | |
| Metodología | Índice de Gini | |
| V6_2 | Concentración mensual | |
| Descripción | Concentración mensual de la demanda turística en alojamiento reglado | |
| Metodología | $(\text{Pernoctaciones máx mensuales} / \text{Total pernoctaciones anuales}) * 100$ | |
| TEMA CLAVE: Especialización | | TURISMO: VULNERABILIDAD |
| V7_1 | Por población | |
| Descripción | Cuantificar la dependencia del destino del turismo según población | |
| Metodología | $(\text{Turistas} / \text{Población residente}) * 100$ | |
| V7_2 | Por empresas turísticas | |
| Descripción | Cuantificar la dependencia del destino del sector turístico | |
| Metodología | $\frac{\text{Actividad empresarial y profesional división 6}}{\text{total actividad empresarial y profesional}} * 100$ | |

Área Turismo: RENTABILIDAD

| TEMA CLAVE: Empleo | | TURISMO: RENTABILIDAD |
|-----------------------------------|--|-----------------------|
| R1_1 | El turismo como generador de empleo | |
| Descripción | Importancia económica de la actividad turística en el territorio según empleo | |
| Metodología | $(\text{Empleo turístico} / \text{Empleo total}) * 100$ | |
| R1_2 | Población parada sector hostelería | |
| Descripción | Cuantificar la importancia económica de la actividad turística en el territorio según desempleo | |
| Metodología | $(\text{Parados sector hostelería} / \text{Total parados}) * 100$ | |
| R1_3 | Contratos turísticos | |
| Descripción | Cuantificar el grado de contratación del sector turístico | |
| Metodología | $(\text{N}^\circ \text{ contratos registrados sector turístico} / \text{Total contratos}) * 100$ | |
| R1_4 | Contratos temporales | |
| Descripción | Cuantificar la estabilidad del empleo turístico | |
| Metodología | $(\text{N}^\circ \text{ de contratos temporales} / \text{Total contratos}) * 100$ | |
| R1_5 | Estacionalidad laboral | |
| Descripción | Concentración temporal del empleo turístico | |
| Metodología | Índice de Gini | |
| R1_6 | Grado de cualificación | |
| Descripción | Cuantificar la cualificación del empleo turístico | |
| Metodología | Empleo turístico según adecuación de la formación del profesional al puesto de trabajo | |
| R1_7 | Especialización | |
| Descripción | Disponibilidad de personal empleado por plaza turística ofertada | |
| Metodología | $(\text{Personal en establec. hoteleros} / \text{Plazas de establec. hoteleros}) * 100$ | |
| TEMA CLAVE: Rentabilidad hotelera | | TURISMO: RENTABILIDAD |
| R2_1 | Grado de ocupación | |
| Descripción | Valorar en que medida se encuentra la planta hotelera ocupada | |
| Metodología | Relación, en porcentaje, entre el total de las pernoctaciones y el producto de las plazas, incluyendo las camas supletorias, por los días a que se refieren las pernoctaciones | |
| R2_2 | RevPar | |
| Descripción | Rentabilidad hotelera por el Ingreso medio por habitación disponible (RevPar) | |
| Metodología | RevPAR = ADR * Grado de ocupación por habitaciones ADR = Tarifa media diaria | |
| TEMA CLAVE: Gasto turístico | | TURISMO: RENTABILIDAD |
| R3_1 | Gasto medio diario | |
| Descripción | Cuantificar el gasto que los turistas realizan en su visita al destino | |
| Metodología | Gasto medio diario | |
| R3_1 | Gasto por estancia | |
| Descripción | Cuantificar el gasto que los turistas realizan en su visita al destino según el número de días de permanencia | |
| Metodología | Gasto medio diario * estancia media | |

Área Turismo: ESPECIALIZACIÓN

| TEMA CLAVE: Playas | | TURISMO: ESPECIALIZACIÓN |
|-----------------------------------|---|--------------------------|
| E1_1 | Intensidad de uso - demanda | |
| Descripción | Capacidad del destino en el producto turístico "playa" según demanda | |
| Metodología | m ² de playa / población total | |
| E1_2 | Actividad turística | |
| Descripción | Conocer el grado de actividades turísticas realizadas por la demanda en el destino vinculadas al uso y disfrute de las playas | |
| Metodología | % turistas con actividades vinculadas al uso y disfrute de las playas | |
| E1_3 | Intensidad de uso - oferta | |
| Descripción | Conocer el grado de especialización del destino en el producto turístico "playa" según oferta | |
| Metodología | m ² de playa / n° de plazas turísticas | |
| E1_4 | Recursos | |
| Descripción | Valorar la cantidad de recursos disponibles en el destino | |
| Metodología | (m ² de playa / superficie total) * 100 | |
| TEMA CLAVE: Cultura | | TURISMO: ESPECIALIZACIÓN |
| E2_1 | Intensidad de uso - demanda | |
| Descripción | Capacidad del destino en el producto turístico "cultural" según demanda | |
| Metodología | Población turística asistida / n° unidades patrimoniales | |
| E2_2 | Actividad turística | |
| Descripción | Grado de actividades culturales realizadas por la demanda en el destino | |
| Metodología | % turistas que realizan actividades y/o eventos vinculados a la cultura | |
| E2_3 | Intensidad de uso - oferta | |
| Descripción | Grado de especialización en el producto turístico "cultura" según oferta | |
| Metodología | N° de plazas alojamiento reglado / n° unidades patrimoniales | |
| E2_4 | Recursos: Patrimonio | |
| Descripción | Valorar la cantidad de recursos disponibles en el destino | |
| Metodología | N° de recursos patrimoniales | |
| E2_5 | Recursos: Eventos/fiestas | |
| Descripción | Valorar la oferta cultural complementaria (cursos, talleres, ferias, festivales, fiestas, música, teatro y danza) que se realiza en el destino. | |
| Metodología | N° de eventos al año | |
| TEMA CLAVE: Reuniones y congresos | | TURISMO: ESPECIALIZACIÓN |
| E3_1 | Intensidad de uso - demanda | |
| Descripción | Conocer el grado de especialización del destino en el producto turístico "reuniones y congresos" según demanda | |
| Metodología | Viajeros en establecimientos hoteleros / plazas reuniones y congresos | |
| E3_2 | Intensidad de uso - oferta | |
| Descripción | Conocer el grado de especialización del destino en el producto turístico "reuniones y congresos" según oferta | |
| Metodología | Plazas hoteles / plazas reuniones y congresos | |
| E3_3 | Recursos | |
| Descripción | Capacidad del destino para la celebración de reuniones y congresos | |
| Metodología | (plazas de reuniones y congresos / plazas hoteleras)*100 | |

| TEMA CLAVE: Naturaleza | | TURISMO: ESPECIALIZACIÓN |
|------------------------|---|--|
| E4_1 | | Intensidad de uso - demanda |
| Descripción | Capacidad del destino en el producto turístico "naturaleza" según demanda | |
| Metodología | m ² de espacio natural protegido / población total | |
| E4_2 | | Actividad turística |
| Descripción | Conocer el grado de actividades turísticas realizadas en el destino vinculadas al uso y disfrute de los recursos naturales (sin playas) | |
| Metodología | % turistas que realizan actividades vinculadas al uso y disfrute de los espacios naturales | |
| E4_3 | | Intensidad de uso - oferta |
| Descripción | Grado de especialización del destino en el producto turístico "naturaleza" según oferta | |
| Metodología | m ² de espacio natural protegido / nº de plazas turísticas | |
| E4_4 | | Recursos |
| Descripción | Valorar la existencia de espacios de ocio y recreo naturales (parques) que mejoren la atracción turística del destino | |
| Metodología | m ² de parques / población total | |
| TEMA CLAVE: Golf | | TURISMO: ESPECIALIZACIÓN |
| E5_1 | | Intensidad de uso - demanda |
| Descripción | Grado de especialización del destino en el producto turístico "golf" según demanda | |
| Metodología | Total salidas a campo / población total | |
| E5_2 | | Actividad turística |
| Descripción | Valorar la oferta de golf susceptible de uso por la demanda turística | |
| Metodología | (Salidas a campo de no socios / total salidas a campo) * 100 | |
| E5_3 | | Intensidad de uso - oferta |
| Descripción | Especialización del destino en el producto turístico "golf" según oferta | |
| Metodología | Salidas a campo de no socios / plazas turísticas | |
| E5_4 | | Recursos |
| Descripción | Valorar la cantidad de recursos disponibles en el destino | |
| Metodología | Nº de hoyos disponibles en el destino | |
| TEMA CLAVE: Náutico | | TURISMO: ESPECIALIZACIÓN |
| E6_1 | | Intensidad de uso - demanda |
| Descripción | Grado de especialización del destino en el producto turístico "náutico" según demanda | |
| Metodología | Población total / nº total de atraques | |
| E6_2 | | Intensidad de uso - actividad turística |
| Descripción | Valorar la oferta de amarres en los puertos deportivos susceptible de uso por la demanda turística | |
| Metodología | (Nº atraques de no residentes / nº total de atraques) * 100 | |
| E6_3 | | Intensidad de uso - oferta |
| Descripción | Especialización del destino en el producto turístico "náutico" según oferta | |
| Metodología | (Plazas 2ª residencia + plazas turísticas puertos) / nº atraques de no residentes | |

| | | |
|------------------------------------|---|------------------------------------|
| TEMA CLAVE: Náutico | | TURISMO: ESPECIALIZACIÓN |
| E6_4 | | Recursos |
| Descripción | Capacidad máxima de acogida en puertos deportivos | |
| Metodología | Total de plazas en los puertos deportivos en un día (estimación según atraques y tipo de barco) | |
| TEMA CLAVE: Salud y belleza | | TURISMO: ESPECIALIZACIÓN |
| E7_1 | | Actividad turística |
| Descripción | Demanda hotelera susceptible de uso de servicios de salud y belleza | |
| Metodología | (Viajeros SyB en establec. hoteleros/Total viajeros en establec. hoteleros)*100 | |
| E7_2 | | Intensidad de uso - oferta |
| Descripción | Especialización en el producto turístico "salud y belleza" según oferta | |
| Metodología | Viajeros SyB en establec.hoteleros/ plazas establec.hoteleros de SyB | |
| E7_3 | | Recursos |
| Descripción | Oferta de establecimientos con servicios de "salud y belleza" del destino | |
| Metodología | (Establecimientos hoteleros con servicios de "salud y belleza" / total de establecimientos hoteleros)*100 | |
| TEMA CLAVE: Idiomático | | TURISMO: ESPECIALIZACIÓN |
| | | Recursos |
| Descripción | Oferta de establecimientos con cursos de español para extranjeros | |
| Metodología | Nº de cursos en escuelas de español para extranjeros | |
| TEMA CLAVE: Gastronomía | | TURISMO: ESPECIALIZACIÓN |
| E9_1 | | Intensidad de uso - demanda |
| Descripción | Capacidad de uso de la oferta de restauración según demanda | |
| Metodología | Población total / nº de establecimientos de restauración | |
| E9_2 | | Actividad turística |
| Descripción | Capacidad de uso de la oferta de restauración según oferta turística | |
| Metodología | Nº de plazas turísticas / nº de establecimientos de restauración | |
| E9_3 | | Recursos |
| Descripción | Peso de la oferta de restauración en el destino | |
| Metodología | (Establecimientos de restauración / Total establecimientos) *100 | |
| TEMA CLAVE: Canales | | TURISMO: ESPECIALIZACIÓN |
| | | Turoperadores |
| Descripción | Conocer la diversificación en la comercialización del destino | |
| Metodología | % de plazas contratadas por TTOO en los establecimientos hoteleros | |
| E10_2 | | Internet - Promoción |
| Descripción | Uso de Internet como vía de promoción de la oferta turística del destino | |
| Metodología | % empresas turísticas con página web | |
| E10_3 | | Internet - Comercialización |
| Descripción | Uso de Internet como vía de comercialización de la oferta turística del destino | |
| Metodología | % empresas turísticas que comercializan online | |
| TEMA CLAVE: Diversificación | | TURISMO: ESPECIALIZACIÓN |
| | | Productos turísticos |
| Descripción | Diversificación según los productos turísticos disponibles en el destino | |
| Metodología | Número de veces en la que los indicadores del área superan a la media (>1) | |

Área Turismo: CALIDAD

| | | |
|---|--|---------------------------------------|
| TEMA CLAVE: Alojamiento | | TURISMO: CALIDAD |
| C1_1 | | Opinión demanda |
| Descripción | Opinión de los turistas de la oferta turística de alojamiento del destino | |
| Metodología | Promedio de la opinión ofrecida por los turistas en el destino turístico | |
| C1_2 | | Certificación oferta |
| Descripción | Calidad de los alojamientos turísticos del destino a través de certificaciones oficiales | |
| Metodología | % plazas de alojamientos con certificados de calidad | |
| C1_3 | | Hoteles - Categorías |
| Descripción | Calidad de los hoteles del destino según su clasificación por categorías | |
| Metodología | (Plazas hoteles de 4 y 5 estrellas / Total de plazas hoteleras) *100 | |
| TEMA CLAVE: Restauración | | TURISMO: CALIDAD |
| C2_1 | | Opinión demanda |
| Descripción | Cuantificar la opinión de los turistas sobre la oferta de restauración que ofrece el | |
| Metodología | Promedio de la opinión ofrecida por los turistas en el destino turístico | |
| C2_2 | | Certificación oferta |
| Descripción | Grado de calidad de los restaurantes del destino a través de certificaciones | |
| Metodología | % restaurantes con certificaciones de calidad sobre el total de restaurantes | |
| TEMA CLAVE: Playas | | TURISMO: CALIDAD |
| C3_1 | | Opinión demanda |
| Descripción | Cuantificar la opinión de los turistas sobre las playas del destino turístico | |
| Metodología | Promedio de la opinión ofrecida por los turistas en el destino turístico | |
| C3_2 | | Certificación oferta |
| Descripción | Conocer el grado de calidad de las playas del destino a través de certificaciones | |
| Metodología | % de playas con bandera azul | |
| TEMA CLAVE: Información turística | | TURISMO: CALIDAD |
| C4_1 | | Opinión demanda |
| Descripción | Opinión de los turistas sobre los puntos de información turística del destino | |
| Metodología | Promedio de la opinión ofrecida por los turistas en el destino turístico | |
| C4_2 | | Accesibilidad a la información |
| Descripción | Facilidad de acceso del turista a la información turística del destino | |
| Metodología | Plazas de alojamiento reglado / nº de oficinas de información turística | |
| TEMA CLAVE: Señalización turística | | TURISMO: CALIDAD |
| C5 | | Opinión demanda |
| Descripción | Opinión de los turistas sobre el nivel y calidad de la señalización turística del | |
| Metodología | Promedio de la opinión ofrecida por los turistas en el destino turístico | |

| | | |
|--|--|-------------------------|
| TEMA CLAVE: Accesibilidad | | TURISMO: CALIDAD |
| C6_1 | Recursos turísticos | |
| Descripción | Accesibilidad de los recursos turísticos para garantizar la igualdad de oportunidades a todos los colectivos sociales | |
| Metodología | % de recursos turísticos accesibles | |
| | Oferta hotelera | |
| Descripción | Conocer el grado de accesibilidad de los hoteles para garantizar la igualdad de oportunidades a todos los colectivos sociales que visitan el destino | |
| Metodología | % de establecimientos hoteleros que incorporan medidas de accesibilidad | |
| TEMA CLAVE: Limpieza | | TURISMO: CALIDAD |
| C7_1 | Opinión demanda | |
| Descripción | Opinión de los turistas acerca del nivel de limpieza del destino | |
| Metodología | Promedio de la opinión ofrecida por los turistas en el destino turístico | |
| C7_2 | Esfuerzo presupuestario | |
| Descripción | Esfuerzo presupuestario del destino por ofrecer un óptimo grado de limpieza | |
| Metodología | Presupuesto anual municipal en concepto de limpieza / Población total | |
| TEMA CLAVE: Seguridad ciudadana | | TURISMO: CALIDAD |
| C8_1 | Opinión demanda | |
| Descripción | Opinión de los turistas acerca del nivel de seguridad ciudadana del destino | |
| Metodología | Promedio de la opinión ofrecida por los turistas en el destino turístico | |
| C8_2 | Esfuerzo presupuestario | |
| Descripción | Esfuerzo presupuestario del destino por ofrecer un óptima seguridad | |
| Metodología | Presupuesto anual municipal en concepto de seguridad / Población total | |
| C8_3 | Dotación de medios | |
| Descripción | Cuantificar la cantidad de medios humanos de los que dispone el municipio para dar seguridad al total de la población | |
| Metodología | Población total / nº de policías locales | |
| C8_4 | Índice de delitos | |
| Descripción | Cuantificar el grado de seguridad que ofrece el destino | |
| Metodología | Nº de delitos / Población total | |
| TEMA CLAVE: Sanidad | | TURISMO: CALIDAD |
| C9_1 | Dotación de medios: personal | |
| Descripción | Medir la suficiencia de dotación de personal sanitario para cubrir las necesidades de la población total | |
| Metodología | Población total / Nº de médicos y enfermeros (atención primaria SAS) | |
| C9_2 | Dotación de medios: infraestructura | |
| Descripción | Medir la suficiencia de infraestructura hospitalaria para cubrir las necesidades de la población total | |
| Metodología | Población total / Nº de camas hospitalarias (públicas y privadas) | |
| TEMA CLAVE: Aparcamiento | | TURISMO: CALIDAD |
| C10 | Dotación de medios | |
| Descripción | Conocer la capacidad de plazas de aparcamiento públicos que ofrece el destino para cubrir las necesidades del total de la población | |
| Metodología | Nº de plazas de aparcamiento público / Población total | |

