



LA DENSIDAD DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y LA CALIDAD PERCIBIDA EN LA OFERTA: ¿HACIA UN DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN EL SUR DE LA PENÍNSULA IBÉRICA?

NURIA PORRAS BUENO

Doctora en Ciências Económicas y Empresariales
Universidad de Huelva - Facultad de Ciencias Empresariales
porras@uhu.es

RESUMEN

La asunción del turismo como la panacea milagrosa, fuente inagotable de bienestar económico y social y el consiguiente deseo de optar por su explotación en términos de maximización absoluta a corto plazo, ha sido sustituida durante los últimos años por el concepto del desarrollo turístico sostenible, un desarrollo que ha de ser respetuoso con el medio ambiente, solidario intergeneracional e interterritorialmente, en el que han de prevalecer los criterios cualitativos frente a los meramente cuantitativos y que ha de procurar cauces acordes con procesos participativos; en resumida cuenta, este nuevo desarrollo se ha de sustentar en una triple dimensión: la económica, la social y la ambiental.

Con el fin de tratar de conmensurar la sostenibilidad turística en un territorio concreto como es el del sur de la península ibérica, el presente trabajo trata de elaborar y medir distintos indicadores de sostenibilidad, poniendo en relación parámetros cuantitativos -como la densidad de la demanda y de la oferta turística - con otros de claro carácter cualitativo - como los índices de calidad percibida en la oferta turística-.

Para finalizar el trabajo, y a fin de que la disertación no devenga un estudio meramente positivo sino que adquiera también cierto carácter normativo, el artículo se adentra de manera más detallada en la provincia de Huelva, efectuando un diagnóstico de su realidad turística y proponiendo diversas estrategias que abogan por conseguir que el futuro de este sector discurra por los cauces propios de la sostenibilidad en una doble vertiente: la del tiempo y la del espacio.

PALABRAS CLAVE

Densidad Turística, Calidad Turística Percibida, Desarrollo Turístico Sostenible, Andalucía, Algarve.

ABSTRACT

Traditionally, tourism has been viewed as the miraculous panacea, an inexhaustible source of economic and social well-being, bringing the consequent desire to choose for its development in terms of short run maximization.

However, during the last years, a new vision has replaced this assumption: the concept of sustainable development of tourism, which means an environmentally respectful development, based on solidarity along time and space, qualitative and not merely quantitative, and requiring the informed participation of all relevant stakeholders. To sum up, this new development has to be sustained on three dimensions: economic, social and environmental one.

In order to measure the tourist sustainability in a concrete territory -the south of the Iberian peninsula-, this paper uses different indicators, linking quantitative parameters -such as the density of the demand and the tourist supply- with others of clear qualitative character -such as the indexes of tourist supply perceived quality-.

Finally, and in order to provide to this dissertation a certain normative character, a diagnosis of the tourist sector in the province of Huelva is carried out, putting forward, as a consequence, some strategies to achieve its sustainable development, both in temporary and territorial terms.

KEYWORDS

Tourist Density, Level of Tourist Satisfaction, Sustainable Tourism Development, Andalusia, Algarve.



1. OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y FUENTES DEL ESTUDIO

El presente estudio trata de analizar de qué forma y en qué grado la heterogénea distribución temporal y territorial de la demanda turística puede condicionar la percepción que el visitante obtiene de su “Experiencia Turística Global” y, por tanto, la calidad que atribuye a la Industria y al Entorno Turístico¹. Asimismo, de acuerdo con los resultados obtenidos, el trabajo procura diseñar una serie de estrategias y recomendaciones a fin de facilitar que el futuro turístico de la provincia de Huelva discorra acorde con las premisas y los requisitos propios de un desarrollo turístico sostenible.

La metodología del estudio se encamina de lo general a lo específico, de manera que parte de presentar la realidad turística en dos regiones del sur de la península ibérica como son el Algarve y Andalucía, buscando semejanzas y diferencias entre ambas, prosigue con el análisis de las posibles correlaciones densidad turística-calidad percibida en la región andaluza y finaliza con la formulación de consejos para el desarrollo sostenible del turismo en la provincia de Huelva. En el apartado del estudio de correlaciones, se aborda un análisis tanto transversal –analizando disparidades interterritoriales en un momento determinado- como longitudinal –investigando en qué medida la evolución a lo largo del tiempo de las densidades de la demanda turística afectan a la calidad que el turista atribuye a la oferta-.

Las fuentes de este trabajo presentan carácter secundario y responden principalmente a estadísticas publicadas por organismos portugueses y españoles relativos a la distribución intraregional e intraanual de la demanda turística algarveña y andaluza, datos que cruzados con otros referentes a superficie territorial y población, nos permitirán obtener ratios de densidad turística. Además, en el caso de la región andaluza, utilizaremos también los datos cualitativos que ofrece la “Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía” y que con periodicidad trimestral reflejan la opinión cualitativa del turista que visita esta región.

2. LA REALIDAD TURÍSTICA EN EL SUR DE LA PENÍNSULA IBÉRICA

El turismo es hoy por hoy un sector productivo de importante peso en las economías portuguesa y española, a las que durante el 2003 contribuyó respectivamente con el 10,2% y el 11,4% del PIB nacional (Instituto Nacional de Estadística, 2005; Instituto Nacional de Estadísticas, 2004).

En la zona meridional de estos dos países hallamos las regiones de Algarve y Andalucía, sendos territorios en los que el sector turístico adquiere relevancia estratégica de cara a favorecer el anhelado desarrollo socioeconómico de áreas endémicamente deprimidas. Prueba de la relevancia que adquiere el turismo en estas zonas la ofrece el peso de las pernoctaciones que sus establecimientos de alojamiento reciben en relación con el total nacional; de esta forma, y remitiéndonos a datos del año 2004, mientras el número de pernoctaciones en el Algarve superó la cifra de 13 millones y representó el 38,8% en el cómputo global portugués (Instituto Nacional de Estadística, 2005a), los establecimientos hoteleros andaluces registraron casi 39 millones de pernoctaciones, el 16,5% de las recibidas a lo largo del año por España (Instituto Nacional de Estadísticas, 2005). Más allá de compartir aspectos comunes como la trascendencia cuantitativa, el turismo del Algarve y de Andalucía presenta también notables disparidades cualitativas, entre otras, la distinta estructura a que da lugar el tipo de turista que recibe; así, si en la región portuguesa más de tres cuartas partes de las pernoctaciones son de procedencia extranjera, en el caso andaluz se manifiesta un mayor equilibrio en la conformación e incluso un ligero predominio del turismo nacional –53,4% del total de pernoctaciones en establecimientos hoteleros- (Instituto Nacional de Estadística, 2005a; Instituto Nacional de Estadísticas, 2005).

La distribución en tiempo y espacio del turismo en el sur de la península ibérica se caracteriza por su heterogeneidad, fruto de un tipo de turismo que, pese a buscar anhelantemente la diversificación, sigue estando presidido por el segmento de “sol y playa”, lo que provoca una elevada concentración de visitantes en el tercer trimestre del año y principalmente en las áreas costeras. Estos dos fenómenos provocan fuertes desequilibrios en el reparto temporal y territorial de las personas que visitan el Algarve y Andalucía, temporal, porque la época más cálida –tercer trimestre- registra entre el 35 y el 39% del total de visitantes anuales mientras que la invernal –primer trimestre- convoca a sólo el 15-18% (Instituto Nacional de Estadística 2005a, Instituto de Estadística de Andalucía, 2005) y territorial porque en los concelhos, provincias y municipios más próximos al mar se reúnen grandes masas de turistas –Albufeira y Málaga con 6.067 y 489 viajeros en establecimientos hoteleros/km² y año, respectivamente- al mismo tiempo que en las zonas interiores el grado de atracción es débil y



muchas veces nulo –Monchique y Jaén con 6 y 40 huéspedes alojados en hoteles/km² y año, respectivamente- (Instituto Nacional de Estadística, 2005b; Instituto Nacional de Estadística, 2005; Instituto de Estadísticas de Andalucía, 2005a; Instituto de Estadísticas de Andalucía, 2005b; Instituto de Estadísticas de Andalucía, 2005c).

Ante esta situación cabe preguntarse en qué medida la heterogénea distribución temporal y espacial del turismo puede suponer para un territorio un peligro o amenaza en la consecución de un desarrollo turístico sostenible al afectar a elementos o características tan substanciales de éste como son ser medioambientalmente respetuoso, garantizar la solidaridad intergeneracional e interterritorial o hacer prevalecer lo cualitativo sobre lo cuantitativo. La reflexión sobre esta cuestión nos lleva a dedicar las próximas páginas a la realidad turística de Andalucía en un intento de averiguar, desde un trabajo empírico, de qué forma y en qué grado la densidad de la demanda turística puede condicionar la percepción que el visitante obtiene de su “Experiencia Turística Global” y, por tanto, la calidad que atribuye a la Industria y al Entorno Turístico. Circunscribimos el estudio a la región andaluza y no damos cabida en el mismo al Algarve por carecer para el territorio portugués de datos referentes a la calidad turística percibida.

3. LA DENSIDAD DE LA DEMANDA TURÍSTICA ANDALUZA VERSUS LA CALIDAD PERCIBIDA POR LOS TURISTAS

3.1. CARACTERÍSTICAS Y COYUNTURA DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN ANDALUCÍA.

La demanda turística andaluza se caracteriza por una evidente estacionalidad, que posee como extremos un tercer trimestre en el que se concentra el 35% del total de visitantes y un primer trimestre que tan sólo representa el 18% de los turistas anuales. Este fenómeno da lugar a grandes oscilaciones en la densidad de la demanda turística a lo largo del año, de manera que durante el periodo estival, el número de turistas por unidad de superficie o por unidad de habitante puede prácticamente duplicar el ratio obtenido en la temporada invernal. A este factor intertemporal le hemos de sumar la variable interespaial, en la medida en que los principales núcleos de atracción turística se concentran por lo general en reducidas áreas costeras que reciben de esta forma una fuerte presión de los visitantes sobre su territorio, mientras vastas zonas del interior se caracterizan por escasas densidades turísticas espaciales que se ven mitigadas en términos

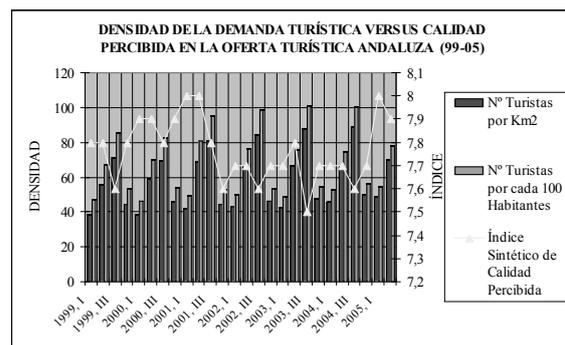
poblacionales merced al reducido número de habitantes con que dichos enclaves cuentan.

A lo largo del último lustro, el número de turistas que visitan nuestra región ha manifestado un paulatino ascenso que, lejos de concentrarse en un determinado periodo del año ha afectado a los cuatro trimestres, originando en todos ellos un aumento de la densidad turística. De esta forma, durante el año 2004 la densidad territorial³ de la demanda turística ha experimentado un incremento de entre el 6 y el 18% respecto al año 1999 y la densidad poblacional³ de la misma ha aumentado un 13-15% (Instituto de Estadísticas de Andalucía, 2005a).

3.2. ESTUDIO DE CORRELACIÓN ENTRE DENSIDAD DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y EL ÍNDICE SINTÉTICO DE CALIDAD PERCIBIDA EN LA REGIÓN ANDALUZA.

Una elevada densidad de la demanda turística en relación con el territorio y la población puede poner en peligro las bases de sostenibilidad deseables para cualquier desarrollo turístico, algo que sin lugar a dudas puede también afectar a la percepción que el propio visitante obtiene de su “Experiencia Turística Integral” y por tanto de la industria y el entorno turístico. Derivado de esta idea podemos presumir la existencia de una relación de signo negativo entre la densidad de la demanda turística –variable independiente- y la calidad turística percibida –variable dependiente-, de tal forma que ante aumentos de aquella se producirían descensos en ésta.

Gráfico 1



Fuentes: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (Movimiento Turístico y Opiniones Cualitativas sobre el turismo andaluz, (IEA, 2005a); Anuario Estadístico de Andalucía 2004. Territorio y Medio Ambiente (IEA, 2005b); Revisión del Padrón Municipal de Habitantes (IEA, 2005c). Elaboración: Propia.

La hipótesis enunciada adquiere notable respaldo previo ante la contemplación del gráfico 1, en el que puede observarse como, por lo general, durante el periodo de mayor afluencia turística



–tercer trimestre- se obtiene los peores índices de calidad percibida del año mientras que a lo largo de los otros tres trimestres el índice de calidad tiende a manifestar un valor más elevado y constante. De hecho, si calculamos el coeficiente de correlación para la serie Índice Sintético de Calidad Percibida⁴ y la variable densidad de la demanda turística tomando como periodo de referencia el mismo que muestra el gráfico –desde primer trimestre de 1999 al segundo trimestre del

2005- obtenemos un valor de $-0,36$, si medimos la densidad en términos territoriales, y de $-0,35$, si calculamos la variable independiente en relación a la población andaluza⁵ (Tabla 1). Este comportamiento puede conducirnos a pensar en un posible “umbral” de densidad traspasado el cual la calidad percibida se vería seriamente afectada por incrementos en el contingente turístico, siendo esta influencia mucho menor o incluso inexistente por debajo de dicho límite.

Tabla 1
Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		
1	(Constante)	7,943	,098		81,302	,000
	DENSPOB	-,003	,002	-,358	-1,879	,072

a. Variable dependiente: CALIDAD

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error tip.	Beta		
1	(Constante)	7,940	,100		79,672	,000
	DENSTERR	-,258	,142	-,347	-1,815	,082

a. Variable dependiente: CALIDAD

Correlaciones

		CALIDAD	DENSPOB	DENSTERR
CALIDAD	Correlación de Pearson	1	-,358	-,347
	Sig. (bilateral)		,072	,082
	N	26	26	26
DENSPOB	Correlación de Pearson	-,358	1	,996**
	Sig. (bilateral)	,072		,000
	N	26	26	26
DENSTERR	Correlación de Pearson	-,347	,996**	1
	Sig. (bilateral)	,082	,000	
	N	26	26	26

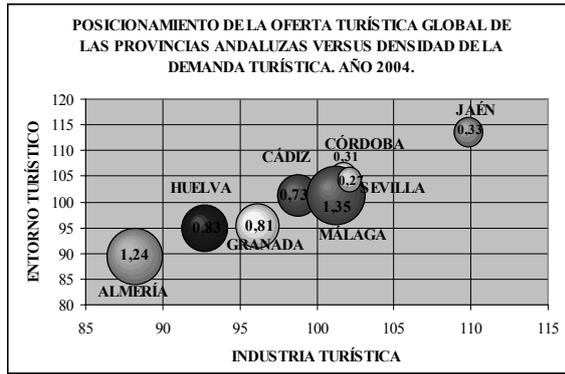
** : La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

3.3. LA DENSIDAD DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y EL POSICIONAMIENTO DE LAS DISTINTAS PROVINCIAS ANDALUZAS EN TÉRMINOS DE CALIDAD PERCIBIDA EN LA INDUSTRIA Y EN EL ENTORNO TURÍSTICO.

La idea de que la densidad de la demanda turística se correlaciona en términos negativos con la calidad percibida en la oferta logra de nuevo sustento al posicionar transversalmente la oferta turística de las distintas provincias andaluzas de acuerdo con el grado de bondad relativo con que son percibidos su entorno y su industria turística –Gráfico 2-. El resultado que se obtiene es que las provincias mejor posicionadas con índices de percepción superiores a la media regional (media

= 100) resultan ser las que menor número de turistas reciben por cada habitante –concretamente, Jaén Córdoba y Sevilla-, mientras que las que peores lugares ostentan en su contexto regional –Almería y Huelva-, se caracterizan por poseer una densidad de la demanda turística media-elevada. De hecho, conforme nos desplazamos desde el vértice superior derecho al vértice inferior izquierdo del gráfico –empeorando la percepción de la industria y el entorno turístico- aumenta progresivamente la densidad turística de las provincias posicionadas, con la única excepción de Málaga, que pese a su elevada densidad turística poblacional ve posicionada su oferta turística en un lugar intermedio.

Gráfico 2



Notas:

- El tamaño de las esferas es directamente proporcional a la densidad de la demanda turística con que cuenta cada provincia medida en términos de N° Medio Anual Turistas/Población Media Anual. Precisamente el valor de la densidad aparece recogido dentro de cada esfera.
- El valor 100 expresa la media regional.

Fuentes: “El Sector Turístico Onubense ante el Reto de la Calidad: Fortalezas y Debilidades” (Porrás, 2003b) Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA, 2005a); “Análisis Interno del sector turístico en la provincia de Huelva desde una perspectiva sistémica” (Porrás, 2003a). Elaboración: Propia

Si analizamos los coeficientes de correlación del índice de calidad relativo de la industria y del entorno turístico frente a la densidad de la demanda turística –en términos de número de turistas por habitante- obtenemos unos valores de $-0,62$ y de $-0,69$ respectivamente, que no alcanzan un nivel elevado de significación (Tabla 2). En todo caso, debemos ser prudentes al respecto, entendiendo que si bien la densidad de la demanda turística puede afectar a la calidad percibida en la oferta, no creemos que sea ni la única ni mucho menos la principal variable explicativa de ésta.

Tabla 2

Correlaciones

		INDCALIDAD INDUSTRIA	INDCALIDAD ENTORNO	DENSPOB	DENSTERR
INDCALIDAD INDUSTRIA	Conección variable Pearson	1	,682**	-,619	-,086
	Sig. (bilateral)		,000	,102	,842
	N	8	8	8	8
INDCALIDAD ENTORNO	Conección variable Pearson	,682**	1	-,693	-,190
	Sig. (bilateral)	,000		,067	,653
	N	8	8	8	8
DENSPOB	Conección variable Pearson	-,619	-,693	1	,764**
	Sig. (bilateral)	,102	,067		,027
	N	8	8	8	8
DENSTERR	Conección variable Pearson	-,086	-,190	,764**	1
	Sig. (bilateral)	,842	,653	,027	
	N	8	8	8	8

** La conexión es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La conexión es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

3.4. LA DENSIDAD DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y LA CALIDAD PERCIBIDA EN LOS DISTINTOS ÍTEMS QUE CONDICIONAN LA EXPERIENCIA TURÍSTICA INTEGRAL DEL VIAJERO: UN ANÁLISIS POR PROVINCIAS.

Dejando a un lado este enfoque transversal del tema que nos trata, vamos a proceder a abordarlo desde una vertiente longitudinal o dinámica, analizando tanto a nivel regional como en cada provincia andaluza de qué manera fluctúa la calidad percibida conforme lo hace en el tiempo la densidad de la demanda turística. Para tal fin, contamos con los datos de “calificación del viaje” que para distintos ítems referentes a la industria y al entorno turístico recoge con periodicidad trimestral la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía así como con la densidad de la demanda turística acaecida durante el periodo en estudio

–1999-2005– y medida como número de turistas por unidad de superficie –densidad superficial- y como número de turistas por habitante –densidad poblacional-. Para esta última variable, y dado que nuestras observaciones son trimestrales y los datos de población obtenidos del padrón anuales –referidos a principios de cada año-, hemos procedido a realizar una estimación del contingente poblacional trimestral de cada provincia mediante una regresión polinómica de orden dos e incluso de orden tres en algunos casos –Jaén y Córdoba, concretamente-⁶.



Tabla 3

		Málaga	Almería	Huelva	Granada	Cádiz	Jaén	Córdoba	Sevilla	Andalucía
Densidad Territorial	2004	262	84	39	54	114	16	17	34	63
	Media	255	66	35	53	102	16	15	34	58
	Mín y Máx	(161-406)	(31-153)	(19-51)	(36-67)	(54-191)	(8-21)	(11-24)	(27-46)	(39-89)
Densidad Poblacional	2004	1,35	1,24	0,83	0,81	0,73	0,33	0,31	0,27	0,71
	Media	1,39	1,04	0,75	0,81	0,66	0,33	0,27	0,27	0,68
	Mín y Máx	(0,93-2,30)	(0,51-2,29)	(0,42-1,56)	(0,57-1,05)	(0,36-1,22)	(0,17-0,45)	(0,19-0,42)	(0,21-0,36)	(0,47-1,01)
Ítem 1	CCTe	-0,112	-0,181	-0,345	0,233	-0,202	-0,012	0,236	0,108	0,010
	CCPo	-0,201	-0,211	-0,345	0,143	-0,228	-0,036	0,221	0,039	-0,064
Ítem 2	CCTe	-0,143	-0,106	0,004	0,269	0,134	-0,032	0,042	0,235	0,030
	CCPo	-0,202	-0,126	0,003	0,200	0,114	-0,055	0,029	0,192	-0,029
Ítem 3	CCTe	0,178	0,107	0,063	0,408	-0,063	0,076	0,305	0,188	0,185
	CCPo	0,079	0,111	0,070	0,343	-0,079	0,057	0,306	0,145	0,122
Ítem 4	CCTe	-0,392	-0,351	-0,319	-0,257	0,022	0,005	0,328	0,258	-0,420
	CCPo	-0,361	-0,283	-0,301	-0,271	0,010	-0,013	0,323	0,243	-0,422
Ítem 5	CCTe	-0,184	-0,383	-0,735	0,126	-0,034	0,147	-0,079	0,318	-0,301
	CCPo	-0,109	-0,308	-0,737	0,074	-0,030	0,133	-0,074	0,328	-0,269
Ítem 6	CCTe	-0,188	-0,340	0,398	0,026	-0,343	-0,290	0,099	0,050	-0,124
	CCPo	-0,123	-0,256	0,412	-0,022	-0,330	-0,309	0,106	0,073	-0,080
Ítem 7	CCTe	-0,064	-0,225	0,172	-0,245	0,133	-0,735	-0,115	-0,231	-0,096
	CCPo	0,016	-0,151	0,207	-0,192	0,150	-0,734	-0,114	-0,216	-0,034
Ítem 8	CCTe	-0,205	0,137	0,082	0,231	0,149	-	-	-	-0,021
	CCPo	-0,271	0,116	0,077	0,150	0,152	-	-	-	-0,059
Ítem 9	CCTe	-0,439	-0,099	-0,158	-0,105	-0,077	0,252	0,164	-0,097	-0,163
	CCPo	-0,361	-0,073	-0,144	-0,100	-0,059	0,248	0,164	-0,134	-0,151
Ítem 10	CCTe	-0,406	-0,058	-0,226	0,122	-0,019	-0,050	-0,063	-0,192	-0,210
	CCPo	-0,318	-0,012	-0,215	0,100	0,001	-0,065	-0,060	-0,238	-0,178
Ítem 11	CCTe	-0,321	-0,286	-0,284	0,031	-0,008	-0,231	-0,215	-0,195	-0,363
	CCPo	-0,309	-0,260	-0,273	-0,0004	-0,017	-0,231	-0,220	-0,194	-0,372
Ítem 12	CCTe	-0,240	-0,155	-0,301	0,190	-0,026	0,324	-0,410	0,140	-0,241
	CCPo	-0,144	-0,109	-0,258	0,143	-0,012	0,312	-0,399	0,114	-0,202
Ítem 13	CCTe	-0,017	-0,181	0,147	0,209	0,026	0,220	-0,204	-0,026	-0,219
	CCPo	0,048	-0,139	0,161	0,185	0,023	0,200	-0,204	-0,049	-0,191
Ítem 14	CCTe	-0,337	-0,217	-0,137	0,219	-0,036	0,102	-0,037	0,330	-0,060
	CCPo	-0,265	-0,152	-0,116	0,196	-0,020	0,087	-0,037	0,311	-0,046
Ítem 15	CCTe	-0,426	-0,152	-0,271	0,325	0,038	0,049	0,175	0,329	-0,137
	CCPo	-0,347	-0,128	-0,248	0,253	0,045	0,049	0,170	0,292	-0,143
Ítem 16	CCTe	-0,438	-0,339	-0,234	0,258	0,032	-0,007	0,080	0,170	-0,358
	CCPo	-0,383	-0,268	-0,207	0,200	0,029	-0,022	0,077	0,133	-0,347
Nº de Correlac. +		1	2	6	12	7	7	8	10	
Nº de Correlac. -		15	14	10	4	9	8	7	5	
Concentración Turística Trimestral	Mín. (Trim)	18% (1º)	13% (1º)	17% (1º)	23% (4º)	15% (1º)	19% (1º)	19% (1º)	22% (3º)	18% (1º)
	Máx. (Trim)	37% (3º)	43% (3º)	37% (3º)	27% (3º)	40% (3º)	29% (3º)	32% (2º)	29% (2º)	35% (3º)

Ítem 1: Alojamiento; Ítem 2: Restauración; Ítem 3: Ocio-Diversión; Ítem 4: Autobuses; Ítem 5: Trenes; Ítem 6: Taxis; Ítem 7: Alquiler de coches; Ítem 8: Playas; Ítem 9: Paisajes; Ítem 10: Parques Naturales; Ítem 11: Entornos Urbanos; Ítem 12: Seguridad Ciudadana; Ítem 13: Asistencia Sanitaria; Ítem 14: Atención y Trato; Ítem 15: Relación Precio/servicio; Ítem 16: Índice Sintético. Fuentes: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía

(Movimiento Turístico y Opiniones Cualitativas sobre el turismo andaluz), 2005a); Anuario Estadístico de Andalucía 2004. Territorio y Medio Ambiente (IEA, 2005b); Revisión del Padrón Municipal de Habitantes (IEA, 2005c). Elaboración: Propia.

La tabla 3 muestra, a nivel provincial y sombreados, diversos datos referentes a las dos variables independientes consideradas –densidad de la demanda turística poblacional y densidad de la demanda turística territorial- tales como valor medio para el año 2004, valor promedio correspondiente al periodo en estudio, valores mínimo y máximo alcanzados a lo largo de ese periodo y

concentración turística trimestral. Merece destacar el hecho de que las provincias aparecen ordenadas de mayor a menor densidad poblacional.

Por otra parte, y ya sin sombreado, la tabla 1 nos muestra el valor que arroja el coeficiente de correlación lineal como medida del grado de asociación existente entre la densidad territorial (CCTe) y poblacional (CCPo) de la demanda turística y la calidad

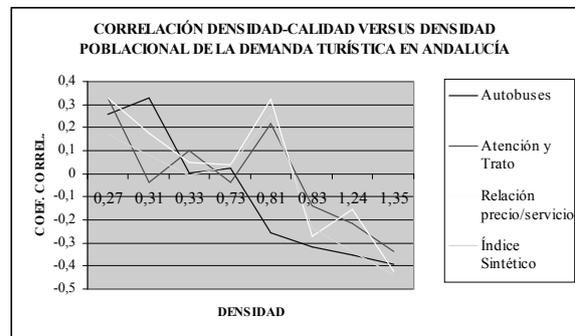
percibida en diversos ítems conformadores de la oferta turística. Respecto a los valores obtenidos para este coeficiente, podemos destacar lo siguiente:

1. La disparidad de los resultados alcanzados tanto en signo como en cuantía, de manera que existen coeficientes positivos, negativos e incluso próximos a cero. Eso sí, ninguno de estos coeficientes se aproxima en términos absolutos a la unidad –de hecho sólo uno rebasa el valor 0,5-, lo que pone de manifiesto que la pretendida relación entre las variables confrontadas se muestra por lo general débil, a lo que puede contribuir el evidente hecho ya señalado según el cual, la calidad resulta explicada por muchas otras variables no consideradas en el estudio.
2. En las provincias con mayor densidad poblacional de la demanda turística prevalece con rotundidad el número de coeficientes de correlación de signo negativo sobre los positivos –15 frente a 1 en el caso de la provincia de Málaga, por ejemplo-, en una proporción o ratio que va disminuyendo paulatina y progresivamente conforme decrece la densidad, hasta el punto de que en las provincias con menor densidad poblacional de la demanda turística –Córdoba y Sevilla- la correlación de signo positivo prevalece sobre la de carácter negativo. Una única excepción a este fenómeno la ofrece la provincia de Granada, que con una densidad media obtiene un ratio “Nº coeficientes +/Nº coeficientes -“ superior al de la localidad con menor densidad –3 frente a 2, respectivamente-. La interpretación que puede tener este apartado es que conforme asciende la densidad de la demanda turística se incrementa el número de ítems cuya percepción se ve afectada de manera negativa por el aumento del contingente turístico.
3. En términos generales, e independientemente de la densidad de la demanda turística del territorio considerado, el factor de la oferta turística más perjudicado por los aumentos de densidad es el ítem 11 –entorno urbano- con siete correlaciones negativas de un total de ocho. Destacan también en este sentido otros aspectos del entorno natural como los paisajes –ítem 9- o los parques naturales –ítem 10- cada uno de ellos con seis correlaciones negativas, aunque algunas muy pequeñas y por tanto, poco significativas. De esta manera, se explica que el aumento de la densidad turística es un factor que puede dañar la imagen que el turista

tiene del entorno urbano e incluso natural independientemente del número de turistas con que cuenta la zona.

4. Un análisis pormenorizado revela en cuatro de los ítems estudiados –concretamente en “Autobuses”, “Atención y Trato”, “Relación precio/servicio” e “Índice Sintético”- una clara tendencia decreciente del coeficiente de correlación respecto a la densidad poblacional de la demanda turística, poniendo de manifiesto que estos coeficientes de correlación de signo positivo e intensidad reducida en las provincias con menor densidad turística –0,27 turistas / habitante-, se reducen hasta alcanzar valores próximos a cero en zonas de densidad intermedia –0,33-0,73- y devienen significativa y crecientemente negativos en destinos de elevada densidad turística –1,35- (Gráfico 3). De nuevo, y tal y como ocurría en el apartado 2., una excepción a esta afirmación es la provincia de Granada –con densidad 0,81 y coeficiente de correlación significativamente positivo-; quizá, el peculiar turismo de esta ciudad y la reducida estacionalidad de su demanda turística anual –el contingente turístico se reparte uniformemente a lo largo de todo el año- contribuyen a esta distorsión. La interpretación de estos cuatro factores nos conmina a recomendar su cuidado en aquellos destinos turísticos que con notables densidades turísticas desde el punto de vista de la demanda se plantean para el futuro una intensificación en la recepción de turistas, aconsejándoles en tal caso un reparto espacial y temporal de los mismos que contribuya a una desestacionalización y por tanto a una distribución más homogénea del colectivo turístico.

Gráfico 3



Fuentes: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (Movimiento Turístico y Opiniones Cualitativas sobre el turismo andaluz), 2005a); Anuario Estadístico de Andalucía 2004. Territorio y Medio Ambiente (IEA, 2005b); Revisión del Padrón Municipal de Habitantes (IEA, 2005c). Elaboración: Propia.



3.5. LA DENSIDAD DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y LA CALIDAD PERCIBIDA EN LOS DISTINTOS ÍTEMS QUE CONDICIONAN LA EXPERIENCIA TURÍSTICA INTEGRAL DEL VIAJERO: UN ANÁLISIS GLOBAL.

Si independientemente de la provincia andaluza a la que corresponden los resultados ponemos en relación los veintiséis Índices Sintéticos de Calidad de las ocho

provincias andaluzas con los datos referentes a densidad territorial y poblacional de la demanda turística, obtenemos entre la variable de calidad y la de densidad *per capita* una correlación de $-0,24$ a un nivel de significación de $0,01$, lo que conlleva reconocer una relación de signo negativo entre ambas variables dentro del territorio andaluz y rechazar la hipótesis de independencia entre ambas (Tabla 4).

Tabla 4

Correlaciones

		INDSINT CALIDAD	DEHSPOB	DEHTERR
INDSINTCALIDAD	Correlación de Pearson	1	$-.240^{**}$	$.018$
	Sig. (bilateral)		$.000$	$.700$
	N	208	208	208
DEHSPOB	Correlación de Pearson	$-.240^{**}$	1	$.816^{**}$
	Sig. (bilateral)	$.000$		$.000$
	N	208	208	208
DEHTERR	Correlación de Pearson	$.018$	$.816^{**}$	1
	Sig. (bilateral)	$.700$	$.000$	
	N	208	208	208

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Por último, si extrapolamos este estudio a las quince variables restantes cuya calificación por parte del turista trata de medir trimestralmente la Encuesta de Coyuntura Turística andaluza, lo que obtenemos es un

total de diez correlaciones significativas entre la densidad de la demanda turística y ocho de estas variables, correlaciones que aparecen recogidas en la Tabla 5 ordenadas de mayor a menor nivel de significación.

Tabla 5

Variables correlacionadas	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
Densidad poblacional de la Demanda Turística – Calificación “Paisajes”	$-0,324^{**}$	0,000	198
Densidad poblacional de la Demanda Turística – Calificación “Entorno Urbano”	$-0,264^{**}$	0,000	208
Densidad poblacional de la Demanda Turística – Calificación “Parques Naturales”	$-0,256^{**}$	0,000	186
Densidad poblacional de la Demanda Turística – Calificación “Atención y Trato”	$-0,203^{**}$	0,003	208
Densidad territorial de la Demanda Turística – Calificación “Paisajes”	$-0,202^{**}$	0,004	198
Densidad poblacional de la Demanda Turística – Calificación “Autobuses”	$-0,192^{**}$	0,007	199
Densidad poblacional de la Demanda Turística – Calificación “Trenes”	$-0,209^{**}$	0,010	152
Densidad territorial de la Demanda Turística – Calificación “Parques Naturales”	$-0,188^{*}$	0,010	186
Densidad territorial de la Demanda Turística – Calificación “Asistencia Sanitaria”	$0,187^{*}$	0,015	170
Densidad poblacional de la Demanda Turística – Calificación “Ocio-Diversión”	$-0,157^{*}$	0,025	205

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

* La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral)

Los principales aspectos a destacar de estos resultados son los siguientes:

1. Ocho de las quince variables analizadas y referentes a otros tantos ítems que conforman la Oferta Turística se hallan correlacionadas significativamente con la densidad de la demanda turística –principalmente con la poblacional–.

2. La correlación entre densidad de la demanda turística y calidad percibida afecta sobre todo –nueve de los diez casos– a elementos conformadores del “Entorno Turístico”, mostrándose por tanto los factores de la “Industria Turística” –caso del alojamiento o la restauración– menos vulnerables ante aumentos del contingente turístico.



- 3. La dimensión del entorno turístico que en mayor medida se ve perjudicada por incrementos de la demanda turística es el físico, sobre todo el “Paisaje”, los “Parques Naturales” y el “Entorno Urbano”.
- 4. La percepción del entorno humano y los transportes públicos también se ve afectada negativamente por los aumentos de la densidad poblacional de la demanda turística.

4. ESTRATEGIAS PARA UN DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN LA PROVINCIA DE HUELVA.

El fenómeno del turismo en la provincia de Huelva, aunque incipiente, se halla en la actualidad en un periodo de progresiva expansión tanto desde la vertiente de la demanda como de la oferta, como lo revela el hecho de que durante el último lustro los Ingresos Turísticos de este territorio se hayan incrementado un 71% o de que, a lo largo de ese mismo periodo el número de plazas en establecimientos hoteleros haya aumentado un 45-64% (Instituto Nacional de Estadísticas, 2005; Instituto de Estadísticas de Andalucía, 2005a). De hecho, en la actualidad, el ritmo de crecimiento dinámico de la oferta y la demanda turística onubense supera ostensiblemente el promedio andaluz y español, permitiendo una progresiva convergencia de nuestra provincia con los parámetros turísticos medios regional y nacional.

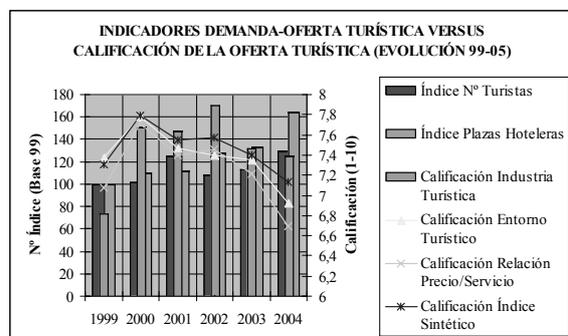
Pese a todo ello, un análisis estructural o transversal pone de manifiesto que el posicionamiento del sector turístico onubense dentro del contexto de Andalucía y de España aún es bastante débil y manifiestamente mejorable, prueba de ello es la escasa contribución que el gasto turístico ostenta en el Valor Añadido Bruto provincial -6,7% en el 2002-, un peso que prácticamente resulta duplicado a nivel regional -12,5%-⁷ -por término medio nuestra provincia se sitúa a nivel andaluz en quinto lugar en cuanto a contribución del turismo a la conformación del PIB provincial-. Otra evidencia de ese subaprovechamiento lo encontramos en el Gasto Turístico Total per capita y por unidad de superficie, que en Huelva representa únicamente el 79% y el 49% respectivamente de la media andaluza (Porras, 2001; Porras, 2002a).

Además de estos aspectos cuantitativos, el turismo onubense se caracteriza por determinados factores cualitativos que no hallan consistencia con el anhelo desarrollo sostenible del territorio. Nos referimos concretamente a la heterogénea distribución que en tiempo y espacio presenta la actividad turística provincial, con concentraciones de naturaleza física -turistas- y financieras -gasto turístico- en determina-

dos meses del año y en zonas geográficas muy definidas frente a momentos y espacios con pobre presencia foránea y escasa riqueza generada. A título de ejemplo, indicar que durante el tercer trimestre tiene lugar el 60% del gasto turístico anual y que ese mismo periodo acoge un tercio de los turistas que cada año visitan nuestra tierra. En el apartado territorial los resultados no son más halagüeños, hasta el punto de que el 77% de los viajeros alojados en establecimientos hoteleros onubenses lo hacen en la costa y de que esos viajeros llevan a cabo el 90% del total de pernoctaciones que cada año reciben los hoteles de Huelva.

La elevada estacionalidad de la demanda turística onubense hace difícil el armonioso desarrollo sostenible del sector, al suponer puntualmente no sólo grandes densidades turísticas por unidad de espacio o per cápita, sino también porque conlleva consecuencias indeseables para la oferta, tales como una elevada temporalidad del empleo. Incluso, de acuerdo con los resultados obtenidos en el anterior epígrafe, podemos entender que esa estacionalidad y las elevadas concentraciones humanas que la misma implica puede deteriorar la percepción que el turista recibe de su “Experiencia Turística Global” y con ello el grado de calidad que atribuye a la misma, lo que puede suponer un peligro para el aspecto “cualitativo”, condición sine qua nom para cualquier desarrollo turístico que desee respetar las bases de la sostenibilidad. Este peligro se hace máximo si tenemos en cuenta que las principales fortalezas y debilidades de la calidad percibida en la oferta turística provincial residen, respectivamente, en su entorno físico natural y humano y en los transportes públicos, precisamente las variables que con mayor significación se correlacionan en términos negativos con la densidad de la demanda turística.

Gráfico 4



Fuentes: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (Movimiento Turístico y Opiniones Cualitativas sobre el turismo andaluz), 2005a); Registro Andaluz de Empresas Turísticas (Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, 2005). Elaboración: Propia.



El gráfico 4 nos muestra, como incluso en términos anuales –sin considerar por tanto la estacionalidad trimestral de la demanda turística- es posible hallar una relación entre el número de personas que visitan la provincia de Huelva y la calidad de la oferta percibida por el visitante. Así, en los años 2001, 2003, 2004, en los que en términos interanuales se incrementa el número de visitantes, se producen reducciones en la calificación otorgada a la Industria Turística, al Entorno, a la Relación Precio/Servicio y al Índice Global de Percepción, justo lo contrario de lo que acontece durante el 2002, donde la reducción en el contingente turístico se ve recompensada con una recuperación de los índices de calidad en tres de los cuatro ítems analizados.

La recomendación que a la luz de este estudio merece formular para la provincia de Huelva aboga por una desestacionalización temporal y territorial de su demanda, merced a la potenciación de nuevos segmentos turísticos menos dependientes de la época estival que el de “sol y playa” y que valoricen recursos más allá de la franja costera provincial. A este respecto, los privilegiados recursos naturales presentes en nuestra tierra y el valioso legado cultural y económico con que la misma cuenta, suponen importantes potencialidades para segmentos como el “Turismo Industrial” o el “Turismo Rural y de Naturaleza”, que, sin lugar a dudas, contribuirían a un reparto más equitativo de los Ingresos Turísticos entre las comarcas onubenses y a lo largo de todo el año (Porrás, 2002b; Porrás, 2002c). Asimismo, se hace preciso animar nuevos mercados menos estacionales que el familiar, como el de la tercera edad, los amantes de la naturaleza, etc., a fin de desestacionalizar la demanda e incluso evitar en época de temporada baja la infrautilización de las instalaciones turísticas creadas.

5. CONCLUSIONES

A lo largo del presente trabajo se ha intentado poner en relación la densidad de la demanda turística con la calidad percibida por el visitante en la oferta turística. Tanto en el análisis estructural, que compara los datos correspondientes a distintas provincias en un momento determinado, como en el dinámico, que discrimina el territorio origen de las observaciones, se obtienen coeficientes de correlaciones que, aunque negativos, no llegan a alcanzar un nivel significación elevado, lo que nos impide rechazar la hipótesis de independencia. Sin embargo, al abordar el estudio en términos globales para el territorio andaluz contando con las 26 observaciones que a lo largo de seis años y medio se han obtenido para las

ocho provincias andaluzas, la confrontación entre densidad poblacional de la demanda y la calificación otorgada a la oferta turística arroja índices de correlación suficientemente significativos que nos permiten presumir una relación inversa entre ambas variables sobre todo en lo que concierne a la valoración global de la experiencia turística y en términos más concretos, en lo que respecta a diversos ítems vinculados con el entorno físico y social de la oferta. Resulta por tanto evidente, recomendar una distribución más homogénea en tiempo y espacio del turismo presente en el suroeste de la Península Ibérica a fin de evitar que las elevadas densidades turísticas pongan en peligro algunos de los elementos esenciales de un Desarrollo Turístico Sostenible, como son, el respeto por el medio ambiente, la solidaridad interterritorial o – y esto es lo que ha tratado de abordar este estudio- la preservación y mejora de la variable calidad.

NOTAS

¹ Se entiende por Industria turística aquellos factores de la Oferta que conforman ramas de actividad netamente turísticas como son el alojamiento, la restauración, el alquiler de coches y el subsector del ocio-diversión. Por su parte, el Entorno turístico estaría integrado por aquellos aspectos externos a la Industria turística que, pese a no estar orientados a la exclusiva satisfacción de la demanda turística, participan en el conjunto de experiencias que vive el visitante durante su estancia en un determinado territorio, y por ello, en su “Experiencia Turística Integral”. Formarían parte del Entorno turístico, entre otros, el entorno natural –playas, paisajes, parques naturales-, el entorno urbano, el entorno social –atención y trato-, los transportes públicos –autobuses, trenes, taxis... - y los servicios públicos –asistencia sanitaria y seguridad ciudadana-.

² Se entiende por “densidad territorial de la demanda turística” el cociente que resulta de dividir el número de turistas que recibe un determinado territorio durante un periodo de tiempo concreto entre la superficie de éste.

³ La denominada “densidad poblacional de la demanda turística” recoge el cociente entre el número de turistas que recibe un determinado territorio durante un periodo de tiempo concreto y el contingente poblacional medio con que cuenta dicho territorio a lo largo de ese intervalo temporal.

⁴ El Índice Sintético de Calidad Percibida representa la media geométrica de las calificaciones dadas por los turistas para los diferentes conceptos del viaje realizado –alojamiento, restauración, ocio-diversión, alquiler de coches, trenes, taxis, autobuses, playas, paisajes, parques naturales, entornos urbanos, seguridad ciudadana, asistencia sanitaria, atención y trato y relación precio/servicio-.

⁵ Hay que indicar que, aunque negativo, el valor de la correlación no resulta muy elevado, aspecto que se ratifica al considerar que al efectuar una regresión lineal para ambas variables se obtiene un estadístico t de $-1,82$ y un grado de significación de $0,072-0,082$ que nos impide rechazar la hipótesis de independencia entre densidad y calidad percibida.

⁶ Prueba de la bondad del ajuste realizado la otorga el elevado coeficiente de determinación obtenido y que en los ocho casos ha sido superior a $0,99$.



⁷ A este respecto, se producen grandes fluctuaciones interprovinciales en Andalucía, de manera que mientras en Málaga el gasto turístico puede suponer en torno al 26% del VAB anual, en Córdoba o Jaén no supera el 1,7%.

BIBLIOGRAFÍA

AURIOLES, J., FERNÁNDEZ, M.C., GALÁN, M.M. y MANZANERA, E. (2005): “*El Turismo Onubense desde una perspectiva económica. Valoración del momento cíclico*”. Patronato provincial de Turismo. Huelva.

CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE (2005): *Registro Andaluz de Empresas Turísticas. Listado de Número de Empresas Turísticas*. Delegación Provincial de Huelva. Huelva.

ICEP (2005): *Turismo*.

<http://www.icep.pt/portugal/turismo.asp>.

INSTITUTO DE ESTADÍSTICAS DE ANDALUCÍA (2005a): *Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía*. <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/infoica/turismo/turiind.htm>.

INSTITUTO DE ESTADÍSTICAS DE ANDALUCÍA (2005b): *Anuario Estadístico de Andalucía 2004. Territorio y Medio Ambiente*. <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/anuario/anuario04/anuario04c01.htm#2>.

INSTITUTO DE ESTADÍSTICAS DE ANDALUCÍA (2005c): *Revisión del Padrón Municipal de Habitantes*. <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/padron/index.htm>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS (2004): *Cuenta Satélite del Turismo en España. Serie Contable 1995-2003*. Notas de Prensa, 22 de diciembre de 2004. INE. Madrid.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS (2005): “*Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos (Establecimientos Hoteleros)*”

<http://www.ine.es/daco/daco42/ocuphotel/dacoeoh.htm>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2005a): *Estatísticas do Turismo 2004. Capítulo 3. Oferta dos Establecimentos de alojamento colectivo*.

<http://www.ine.pt/prodserv/quadros/quadro.asp>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2005b): *Pesquisa por Unidade Territorial del Algarve de datos referentes a População, Área Total e Hospedes em estabelecimentos hoteleiros*. <http://www.ine.pt/prodserv/pesqut/quadro2.asp>

IVARS BAIDAL, J.A. (2001): “*Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico Sostenible: Propuestas para la creación de un sistema de indicadores*”. Instituto Universitario de Geografía. Universidad de Alicante. <http://www.cervantesvirtual.com/portaI/HGG/plani-ficacion.pdf>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (1998): *Introducción al Turismo*. OMT. Madrid.

PORRAS BUENO, N. (2001): “*El desarrollo sostenible del sector turístico onubense: perspectivas y retos en los albores del tercer milenio*”. I Jornadas de Turismo y Patrimonio. 16-18 de mayo. Huelva. 2001.

PORRAS BUENO, N. (2002a): “*El sector turístico onubense y la gestión de empresas de alojamiento y restauración: un estudio comparativo a nivel regional*”, Actas de las XII Jornadas luso-espanholas de gestao científica. Vol. VIII. pp. 154-163.

PORRAS BUENO, N. (2002b): “*El Valor Paisajístico Del Monte Mediterráneo Andaluz: Un Instrumento Estratégico De Simbiosis Económica Entre El Sector Turístico y el Sector Forestal*”, Actas del XVI Congreso Nacional AEDEM 2002, Alicante.

PORRAS BUENO, N. (2003a): “*Análisis interno del sector turístico en la provincia de Huelva desde una perspectiva sistémica*”. En DOS ALGARVES Revista da Escola Superior de Gestao Hotelaria e Turismo. Universidade do Algarve. n.º 11. pp. 34-42.

PORRAS BUENO, N. (2003b): “*El sector turístico onubense ante el reto de la calidad: fortalezas y debilidades*”. En IV Encuentro Onubense para la Calidad. Turismo y Calidad. Ed. Departamento de Dirección de Empresas y Marketing. Huelva. pp. 41-63.

PORRAS BUENO, N. (2003c): “*El Sector Forestal Onubense: 1. Funciones Protectoras y Recreativas*”. Diputación de Huelva y Caja Rural del Sur. Huelva. 284 p.

PORRAS BUENO, N. (2005): “*Informe sobre el Sector Turístico Hotelero en la provincia de Huelva. Año 2004*”. Colección Informes y Estudios. Patronato Provincial de Turismo. Huelva.

RAYA VÍLCHEZ, J.M. (2004): “*Estadística Aplicada al Turismo*”. Ed. Pearson Educación, S.A.

ROSANDER, A. C. (1992): *La Búsqueda de la Calidad en los Servicios*. Ed. Díaz de Santos, Madrid.

SADERRA, L. (1994): *La Calidad Total*. Eds. Técnicas Rede, Barcelona.