

---

# Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609

---



## Análisis de los planes de dinamización del producto turístico. Una propuesta metodológica

**Juan Gabriel Tirado Ballesteros**

Universidad de Alicante

España

[jgtiradoballesteros@gmail.com](mailto:jgtiradoballesteros@gmail.com)

### RESUMEN

Para conseguir el desarrollo sostenible en un destino, se requiere de un proceso continuado y un seguimiento constante de diversos indicadores que evalúan el grado de implementación del plan ejecutado. Ello permitiría introducir las medidas correctivas que resultasen necesarias. Sin embargo, los destinos emergentes no cuentan con las herramientas, ni la información necesaria para diagnosticar su coyuntura turística. Se propone, a modo de guía, una serie de indicadores turísticos aplicables a zonas rurales, que abarcando aspectos sociales, ambientales y económicos, ayuden a los destinos a redirigir sus políticas estratégicas y les permita conocer las repercusiones de las actuaciones formuladas. Esta propuesta metodológica se aplica, a modo de caso de estudio en la comarca Campo de Montiel. Se pretende con ello, por un lado, analizar las repercusiones que está teniendo el Plan de Dinamización del Producto Turístico Campo de Montiel "Cuna del Quijote" y, por otro, evaluar la aplicabilidad de la propuesta metodológica.

**Palabras clave:** diagnóstico territorial; indicador; sistema de evaluación; turismo rural; Plan de Dinamización del Producto Turístico Campo de Montiel.

---

# Investigaciones Turísticas

ISSN: 2174-5609

---



## Analysis of the tourism product revitalization plans. A methodological proposal

**Juan Gabriel Tirado Ballesteros**

University of Alicante

Spain

[jgtiradoballesteros@gmail.com](mailto:jgtiradoballesteros@gmail.com)

### ABSTRACT

To achieve a sustainable development in a destination requires a continuous process and constantly monitoring of various indicators that assess the level of implementation of the executive plan. It would allow to correct the measures that were necessary. However, emerging destinations do not have the tools or the information needed to diagnose their tourist situation. We propose a series of suitable touristic rural indicators as a guide, applicable to rural areas, including social, environmental and economic aspects, helping destinations to redirect their strategic policies and evaluate the impact of these plans. This proposal methodology is applied, as a case study in the region of Campo de Montiel. The aim is, first, to analyze the impact it is having the Tourism Product Revitalization Plans Campo de Montiel "The Cradle of Quixote" and, second, to assess the applicability of the proposal methodology.

**Keywords:** territorial diagnosis; indicators; evaluation system; rural tourism; Tourism Product Revitalization Plan Campo de Montiel.

## I. INTRODUCCIÓN

La pérdida de rentabilidad que ha caracterizado a gran parte del sector agrario español en las últimas décadas, ha determinado que numerosos espacios rurales sean ineficientes, incapaces de contrarrestar el desequilibrio demográfico, socioeconómico y territorial. La UE es consciente de ello y desde finales de los noventa ha optado por políticas que frente a iniciativas marcadamente productivistas, apuesten por la denominada “multifuncionalidad de los medios rurales”, nuevos usos en los mismos espacios (Hernández, 2009).

La actividad turística en el espacio rural surge como elemento complementario a las actividades agrícolas y ganaderas (Béteille, 1996). El turismo en el espacio rural se vislumbra como una actividad que permite mitigar la emigración de las zonas rurales, generar ingresos complementarios en las economías rurales y diversificar la economía. Además de la renta extra para los agricultores, también la población local se beneficia en otros aspectos. El turismo rural pone en contacto al residente con el habitante del mundo urbano, permite contrarrestar los principales problemas que tienen los espacios rurales de hoy, como, por ejemplo, el despoblamiento y envejecimiento de la población, pérdida de algunos valores y tradiciones culturales o la degradación de su patrimonio

Durante los últimos años se ha producido un crecimiento importante del turismo rural. Las principales causas de este, ya no tan reciente, tipo de turismo, se vinculan a los cambios en las motivaciones del turista que rechaza los espacios masificados del litoral, sumado al mayor interés por el medio ambiente, así como el retorno a los valores de la cultura local o el deseo de la posibilidad de poder personalizar los viajes. A estos factores habría que añadir el apoyo institucional. Pulido y Cárdenas (2011:156) afirman que “ha sido la decidida apuesta de la administración por el turismo como una oportunidad para la transformación de una estructura productiva del mundo rural absolutamente obsoleta, consecuencia de la pérdida de su importancia histórica como proveedor de productos primarios” la que tuvo un papel fundamental en el origen de estas actividades en numerosos territorios. La aplicación de fondos europeos como el LEADER o el PRODER, además de los Planes de Dinamización del Producto Turístico, uno de nuestros objetivos de estudio, han sido un factor determinante en el desarrollo de la actividad turística en los espacios rurales.

## II. OBJETIVOS Y METODOLOGIA

La implementación de indicadores se presenta como una herramienta fundamental para el seguimiento y la evaluación de resultados derivados de la ejecución de iniciativas públicas orientadas al fomento del desarrollo local como son los planes estratégicos, las iniciativas LEADER o los programas PRODER, entre otros. Su aplicación permite poner de manifiesto la existencia de dificultades o cambios coyunturales en las estructuras turísticas. Igualmente cada vez más, la elaboración y utilización de estos instrumentos se

considera parte fundamental de la planificación y gestión de los destinos y elemento integrante de las actividades de promoción de un desarrollo sostenible. La Unión Europea es consciente de ello y así lo refleja el Reglamento 1698/2005 del Consejo sobre la Ayuda al Desarrollo Rural para el periodo 2007-2013, donde se establece el marco común de seguimiento y evaluación.

Basándonos en la teoría del Círculo de Deming, en esta publicación analizaremos, si los Planes de Dinamización del Producto Turístico (PDPT) cumplen las fases que debería tener un proceso de planificación, es decir, si se realiza una fase de evaluación, donde se puedan examinar las repercusiones que generan este tipo de planes. A tenor de ello, lo que pretendemos, a modo de guía, es establecer una serie de indicadores que puedan aplicarse a áreas beneficiadas con ayudas públicas para conocer el impacto de las actuaciones en el destino. Para ello, abordaremos los indicadores desde los tres pilares básicos de la sostenibilidad, ambientales, sociales y económicos, explicaremos como aplicar cada indicador y la manera de acceder a la información necesaria. Para completar nuestro estudio, a modo de conclusión, se estudiará la aplicabilidad de los indicadores a la Comarca Campo de Montiel en la provincia de Ciudad Real para analizar la repercusión que está teniendo el PDPT Campo de Montiel "Cuna del Quijote".

Teniendo en cuenta lo indicado en los párrafos anteriores, los objetivos específicos de esta publicación son:

- Diseñar una serie de indicadores, aplicables a zonas rurales, que ayuden a los administradores de destinos turísticos emergentes en sus tareas de gestión y planificación.
- Concienciar a los gestores y administradores de destinos turísticos, de la importancia que tiene la recogida de datos y la fase estadística en el proceso planificador.
- Analizar la metodología utilizada en el proceso de adjudicación y ejecución de los PDPT y en su caso, sugerir un cambio en la metodología de ambos procesos, incluyendo una fase de evaluación.
- Examinar las repercusiones socio-económicas, con particular incidencia en materia turística, que en la comarca Campo de Montiel está teniendo la aplicación del PDPT "Cuna del Quijote".

A nivel metodológico, el artículo adopta un enfoque integrado por el cual se combinan metodologías cuantitativas y cualitativas. En una primera parte del artículo, nos acercaremos al objeto de estudio, destacando la importancia que han tenido las diversas iniciativas orientadas al fomento del turismo rural. Para alcanzar tal objetivo, se analizarán los diferentes planes aprobados por la Secretaría General de Turismo, resaltando aquellos aplicados en destinos emergentes e incidiremos en las repercusiones que este tipo de actuaciones han tenido para las economías locales y la importancia del proceso

planificador en la gestión de un destino turístico. A tal fin, se han consultado los documentos oficiales que regulan dichas ayudas.

En una segunda parte, nos centraremos en uno de los objetivos específicos de esta publicación, el diseño y aplicación de indicadores. Para ello, se utilizarán fuentes varias. En primer lugar, se han llevado a cabo entrevistas con responsables de la Subdirección General de Cooperación y Competitividad de la Secretaría General de Turismo para conocer el procedimiento de adjudicación de los PDPT. Una vez identificado este proceso, se analizarán los criterios, que, a priori, se tienen en cuenta para elegir uno u otro destino. La implementación de la Teoría del Círculo de Deming permitirá poner de manifiesto los puntos fuertes y débiles en el proceso de adjudicación de estas ayudas. Evidenciados estos elementos, se propondrán una serie de indicadores que permitan avanzar en el seguimiento de estas iniciativas. La consulta de referencias bibliográficas ha proporcionado una visión de partida sobre esta cuestión; valorando los utilizados en ellas y proponiendo otros que se adecúen mejor a áreas con actividades turísticas incipientes. Por último, a modo de estudio de caso, se aplican los indicadores propuestos en un área de estudio. Ello permite, una vez, contextualizada la comarca, evidenciar los resultados, tanto positivos como negativos, derivados de la aplicación de estas iniciativas, pero también poner de manifiesto las dificultades para la implementación de estos indicadores y las posibles iniciativas a adoptar para corregir esas debilidades. La consulta de la bibliografía existente sobre esta comarca y la información que publica la Mancomunidad Cuna del Quijote en su blog y web oficial y las entrevistas con agentes de desarrollo local y el trabajo de campo han resultado fundamentales comprobar in-situ las actuaciones realizadas así como una evaluación del potencial de los recursos turísticos.

### **III. LOS PLANES DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURISTICO**

#### **3.1. Los planes de dinamización del producto turístico**

Estos planes surgen como consecuencia de la pérdida de competitividad del turismo en España a principios de los años 90, cuando el segmento de sol y playa ve reducida su rentabilidad. Un modelo basado en un crecimiento espontáneo, espacios masificados, destinos obsoletos y envejecidos y el deterioro medioambiental son algunas de las causas de la pérdida de competitividad de la oferta turística acusada por una demanda cada vez más exigente. Esta situación hizo que el gobierno tuviera que intervenir en estos espacios turísticos para crear servicios e infraestructuras complementarias, además de potenciar la ocupación y reducir la estacionalidad, en un contexto donde aparecen otras formas de hacer turismo.

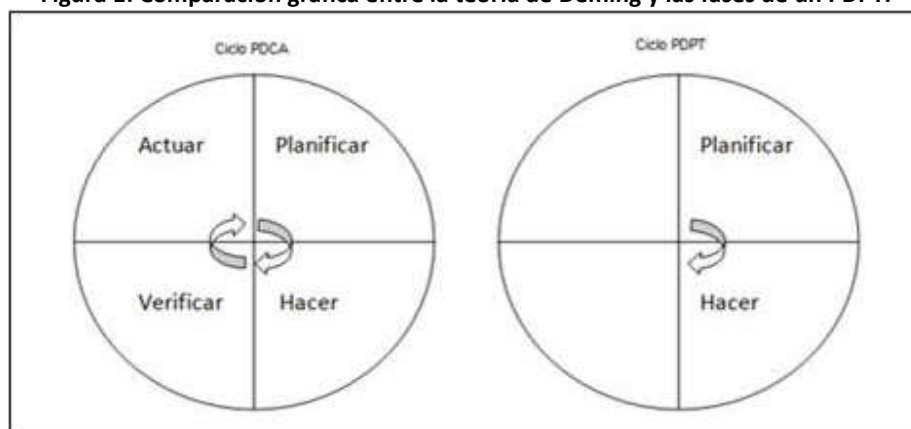
El Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan Futures I 1992-1995), fue elaborado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y se crea como un instrumento de política económica cuyo objetivo era recuperar el protagonismo del turismo español en los mercados internacionales y mejorar la competitividad a través de

los planes de excelencia turística (PET) (Brunet et al, 2005). El objetivo de los PETs es complementar pues esas estrategias turísticas regionales y locales, poniendo una especial atención en las playas. El éxito de estos planes hizo que tuvieran continuidad. En su segunda edición (Plan Futures II, 1996-1999), los planes se estructuraban en dos ejes estratégicos. Por un lado, se daba continuidad a los PETs, pero se crea una nueva línea de actuación, los denominados Planes de Dinamización Turística (PDT) (Foronda,2009). Éstos últimos tienen como beneficiarios a los destinos que se encuentran en fase de desarrollo turístico o zonas donde la actividad turística todavía es muy incipiente; lo que supuso un cambio de estrategia. Su finalidad era acelerar el crecimiento y asegurar su sostenibilidad futura, contribuyendo a la mejora de la calidad del sistema turístico español, ofreciendo destinos alternativos al clásico modelo de sol y playa, diversificando a otros nuevos destinos basados en la oferta cultural, la gastronómica, la histórico-artística, la de congresos y eventos o la deportiva o natural. Siendo subvencionables actuaciones relacionadas con la adecuación del medio urbano, la adecuación del espacio natural del destino turístico, la creación de producto, el marketing y la promoción turística, la gestión de calidad y la dinamización del destino turístico.

### **3.2. Aplicación de la teoría del círculo PCDA de Deming a los Planes de Dinamización del Producto Turístico.**

La implantación de sistemas de gestión de calidad es trascendental para cualquier empresa u organización, ya que contribuye a mejorar la posición competitiva en el mercado, disminuye costes, ayuda a la formulación y desarrollo de políticas, planes y tácticas, fomenta el trabajo en equipo e incrementa la eficiencia. Muchos de los sistemas de gestión de la calidad basan su metodología en la teoría de Deming (Tari, 2012) que permite, partiendo de información fiable, alcanzar unos resultados que facilitan la toma de decisiones. En esta publicación, concretamente se va a cotejar las fases del círculo de Deming y las de los Planes de Dinamización del Producto Turístico (figura 1). Esta comparación permitirá poner de manifiesto cuáles de las etapas se llevan a cabo y cuáles lo hacen de manera deficiente; proceso que permitirá, a su vez, proponer medidas que reduzcan esas debilidades.

Figura 1: Comparación gráfica entre la teoría de Deming y las fases de un PDPT.



Elaboración propia.

El Círculo de Deming, también conocido como el ciclo PDCA (Plan, do, check y act) consta de cuatro fases. La primera, denominada planear (Plan), se compone a su vez de 4 subfases, a saber: a) definir los objetivos a cumplir; b) determinar la situación actual, realizando un diagnóstico y definiendo los problemas a resolver y las áreas de mejora, priorizadas en orden de importancia; c) concretar las acciones de mejora; d) establecer a través de un plan de trabajo, todos los pasos que deben de seguirse para la implementación de las acciones de mejora. Esta etapa equivale en los Planes de Dinamización del Producto Turístico a la fase de planificación que realiza el ente local, que se ve materializado en la memoria que presenta para la obtención de las ayudas. En ella, se presenta la situación de la zona objetivo, se realiza un diagnóstico territorial y se fijan objetivos. Es posible, sin embargo, evidenciar una primera disparidad con la teoría. Los objetivos que se plantean en los Planes de Dinamización del Producto Turístico (PDPT), a veces no son medibles o no están bien definidos. Esta debilidad condicionará fases posteriores, concretamente la fase de control o verificación, ya que será más complicado verificar si realmente se han cumplido esos objetivos. Una segunda fase, denominada hacer (Do), es la etapa de implementación, es importante que se efectúe el plan tal como fue diseñado y que se establezcan mecanismos de control para ir evaluando los progresos y/o corrigiendo los fallos. Esta fase correspondería en los PDPT con la puesta en marcha del plan, donde se materializan las acciones que se habían definido en la memoria. La tercera fase, verificar (check), permite comparar los resultados obtenidos, frente a los esperados. Ésta, la fase de verificación y control, es la que no se realiza en los PDPT y pone de manifiesto la disparidad entre el proceso lógico de planificación y el proceso de aplicación y evaluación de los PDPT, uno de los objetivos de la presente investigación. Una vez pasadas las tres anualidades y cuando se han efectuado las actuaciones pertinentes en destino, no se lleva a cabo ningún control, ni un seguimiento que permita conocer el impacto que ha tenido la aplicación del plan, y en general la implementación de los PDPT. “Las averiguaciones acerca del proceso administrativo de los PDT no están exentas de dificultades debido a la falta de sistematización del procedimiento” (Monteserrín 2007a: 365). Cada destino establece los criterios para medir la evaluación de las actuaciones, en

algunos casos se llevan a cabo controles de número de visitantes, registrando su procedencia, edad..., pero en ningún caso existe un procedimiento homogéneo que se pueda aplicar a todos los PDPT. Esta evidencia la pone de manifiesto (Beas, 2009), donde además de destacar la falta de planificación estratégica y la ausencia de mecanismos de seguimiento y evaluación de los planes, propone un método de evaluación de los planes a través de entrevistas con expertos conocedores del plan, apoyados en la metodología Delphi. Una última fase correspondería con la de actuar (Act). De acuerdo con los resultados de la verificación, se deben ir haciendo los ajustes y replanteando las acciones para lograr los beneficios esperados. Este es un proceso de mejora continua, en el que se van estableciendo metas que, una vez logradas, nos conducen a buscar nuevas mejoras de calidad. Evidentemente no es posible redirigir nuestras políticas estratégicas ni corregir errores si previamente no se ha llevado una fase de evaluación.

#### **IV. PROPUESTA DE INDICADORES APLICABLES A LAS ZONAS RURALES. UN ANALISIS CUANTITATIVO**

La aplicación de los indicadores requiere conocimientos específicos ya que a partir de la utilización de los datos existentes y las fuentes de información disponibles permite detectar los cambios en las condiciones ambientales, sociales y económicas. Esta información permite, a su vez, valorar de forma permanente la sostenibilidad de un destino y mejorar la adopción de decisiones relativas a la planificación y la gestión.

Con frecuencia, los destinos turísticos cuentan con datos e información que, si se interpreta su significado, pueden servir de indicadores. En esta línea, los profesionales del turismo, por ejemplo, trabajan regularmente con numerosas estadísticas. Las más utilizadas miden aspectos económicos, como son los ingresos y los gastos del turismo o datos de referencia del sector turístico como son llegadas de turistas, pernoctaciones, capacidad de alojamiento, etc. Se puede, por tanto, afirmar que muchos de los gestores trabajan en un entorno que puede considerarse rico en datos, pero pobre en información. Los indicadores pueden contribuir a seleccionar, procesar, analizar y presentar datos para relacionarlos mejor con cuestiones vinculadas a la sostenibilidad. Las ventajas de su utilización son evidentes, pero también hay numerosos factores que dificultan o impiden su utilización (tabla 1), entre los que cabe citar cuestiones económicas o técnicas.



**Tabla 1: Análisis DAFO al proceso de aplicación de indicadores**

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora la toma de decisiones y disminuye riesgo y costes</li> <li>• Permite medir de una manera cuantificable la consecución de los objetivos.</li> <li>• Evalúa los resultados de la aplicación de planes y la realización de actividades de gestión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elevados costes económicos por la recogida de datos.</li> <li>• Algunos de los organismos publico-privados se muestran reticentes a facilitar datos turísticos.</li> <li>• Ausencia de sistematización en los sistemas de evaluación de los planes turísticos.</li> <li>• Poca cultura de gestión y planificación en destinos emergentes.</li> <li>• Diagnóstico territorial pro y no post.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Detecta los problemas y ayuda a prevenirlos</li> <li>• Identifica las repercusiones de la actividad turística y aumenta la posibilidad de adoptar medidas correctivas</li> <li>• Reduce el riesgo de errores en la planificación, determinando las amenazas y oportunidades</li> <li>• Vigilancia constante que puede permitir una mejora continua.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La ausencia de evaluación en un proceso de planificación nos aleja de las tendencias de consumo del mercado turístico.</li> <li>• Ausencia de disciplina por parte de las Administraciones de la obligatoriedad de llevar a cabo un sistema de evaluación.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de OMT, 2005.

La aplicación de indicadores se considera por tanto básica a la hora de valorar las repercusiones de determinadas iniciativas públicas en materia turística. La elaboración de una propuesta que pueda aplicarse a áreas con un desarrollo turístico incipiente es el objetivo de este artículo. Su carácter de propuesta metodológica explica su tratamiento. En cada indicador explicaremos el objetivo y lo que se quiere conseguir con su cálculo, la fórmula para aplicarlo y las unidades empleadas, así como las fuentes de procedencia de la información. Ello permitirá, por un lado, aplicarlo a nuestra área de estudio, pero también llevar a cabo una propuesta metodológica que pueda usarse en otros territorios rurales, donde la implementación de políticas orientadas a promover las actividades turísticas se han ido desarrollando desde mediados de la década de los años noventa del siglo veinte.

Teniendo en cuenta estudios sobre indicadores tanto desde el punto de vista teórico como aplicado (Vera et al , 2001; OMT, 2005; Declaración de Rio, 1992) así como los objetivos de las políticas de desarrollo local, éstos se han articulado en tres áreas temáticas (económico, social y ambiental) que tienen como finalidad evaluar los cambios que estas iniciativas han tenido en la estructura productiva, pero también como éstos han incidido en cuestiones sociales (mejora y/o incidencias en las condiciones de la población) y ambientales (impactos generados por las actividades en el paisaje y en los recursos, por ejemplo). La propuesta de indicadores se recoge en la tabla 2.

Tabla 2. Indicadores

ECONOMICOS	SOCIALES	AMBIENTALES
Creación de empresas afines a la actividad turística	Indicador de satisfacción de la comunidad local.	Presencia de segundas residencias
Relación de empresas turísticas con empresas no turísticas.	Número de reclamaciones presentadas por los residentes	Consumo de agua atribuible al turismo
Ocupación de alojamientos	Número de establecimientos de ocio y servicios básicos	Número de establecimientos hoteleros certificados con S.G.A
Incidencia del turismo en el empleo y en la estructura de la población activa	Movimientos migratorios	Utilización de energías renovables en infraestructuras turísticas
Cambio en los usos del suelo	Igualdad de oportunidades laborales	Aumento de zonas verdes urbanas
Inversión en turismo versus gasto por turista	Participación de la población local	Gasto municipal en el medio ambiente
Establecimientos con certificación de calidad	Accesibilidad	Protección de recursos naturales

Elaboración propia

#### 4.1. Indicadores económicos.

La puesta en marcha de un PDPT sirve como reclamo para que muchos emprendedores vean una oportunidad de negocio. La creación de empresas, la mejora de la calidad de las ya existentes y la creación de empleo pondrán de manifiesto la eficacia de la ejecución del plan.

- Indicador Nº 1: Creación de empresas afines a la actividad turística.

Objetivo: Con este indicador se pretende analizar el aumento de empresas relacionadas con el turismo (alojamiento, bares, restaurantes, empresas de turismo activo). Fórmula: Variación % anual de nuevas empresas turísticas.

Fuente: Los ayuntamiento tienen un registro con todas las empresas que solicitan la licencia de apertura de establecimientos. También el gobierno autonómico dispone de un Registro de Empresas y Establecimientos Turísticos.

- Indicador Nº 2: Relación entre empresas turísticas con empresas no turísticas

Objetivo: Este ratio muestra la relación de las empresas turísticas respecto a las no turísticas. El aumento del número de empresas turísticas frente a las no turísticas es un signo de cambio en la morfología empresarial.

Fórmula: Nº Empresas turísticas/ Nº de no turísticas. El ratio estará situado entre 0 y 1.

Fuente: Al igual que en el anterior indicador, los ayuntamiento disponen de un registro con las empresas que solicitan la licencia de apertura de establecimientos. También el gobierno autonómico dispone de un Registro de Empresas.

- Indicador Nº 3: Ocupación en los alojamientos

Objetivo: El análisis de la ocupación en los diferentes tipos de alojamiento es un indicador de actividad turística. Ha sido, siempre, un indicador clave en los destinos maduros de sol y playa, al medir la ocupación y la estacionalidad. La reducida entidad de la planta de alojamientos en áreas de interior determina que sea necesario conocer su ocupación, pero también su evolución entendida en términos de incremento. Este segundo elemento pone de manifiesto la evolución del sector.

Fórmula: Variación porcentual de ocupación de establecimientos hoteleros.

Fuente: El INE, elabora periódicamente la encuesta de ocupación hotelera (<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?L=0&type=pcaxis&path=%2Ft11/e162eoh&file=inebas>).

En este link, se pueden consultar datos sobre ocupación hotelera, estancia media, nº de establecimientos por categorías, etc. El inconveniente es que rara vez existen datos a nivel municipal, salvo en municipios con gran importancia turística en el conjunto español. En ámbitos rurales, la mejor opción, por tanto, es realizar un inventario de alojamientos por categorías y pedir a los mismos un informe del grado de ocupación.

- Indicador Nº 4: Incidencia del turismo en el empleo, estructura de la población activa

Objetivo: Cuantificar la relación de la población que está trabajando en el sector servicios y, más concretamente, en el sector turístico, frente al total de la población activa. Su incremento es un indicador de terciarización de la estructura productiva y de desarrollo del sector turístico o de sectores relacionados con él.

Fórmula: Nº de empleados en el sector servicios/ Nº de empleados en cualquier sector. El ratio estará situado entre 0 y 1.

Fuente: En el enlace del Instituto Nacional de Estadística [http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft22/e308\\_mnu&file=inebase&L=0](http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft22/e308_mnu&file=inebase&L=0) se dispone de amplia información sobre la estructura de la población activa. El inconveniente reside en el hecho de que la EPA no desglosa esa información a nivel municipal. Sería necesario solicitar esta información al Servicio Autónomo de Empleo.

- Indicador Nº 5: Cambio en los usos del suelo

Objetivos: Analizar territorialmente el cambio de tipología de usos de suelo. El paso de un uso agrícola a uno de servicios puede ser indicativo de la evolución de la actividad turística.

Fórmula: Cambio en la evolución porcentual anual de la superficie en m<sup>2</sup> destinada a usos de servicios.

Fuente: El Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) de cada ayuntamiento contiene información detallada del uso del suelo, así como de la evolución prevista en cada una de las tipologías de uso.

- **Indicador Nº 6: Inversión en turismo versus gasto por turista**

Objetivo: El objetivo principal de un Plan de Dinamización es activar y diversificar la economía y, de este modo, generar nuevas fuentes de ingresos para la población local. Se debe, sin embargo, evaluar si la inversión es rentable desde una óptica económica, pero también social y ambiental. Si sólo se llevase a cabo desde una óptica meramente económica, muchas de estos programas no se habrían implementado, ya que dados los bajos niveles de partida de las actividades turísticas y las fuertes inversiones para su ejecución (rehabilitación de patrimonio, creación de alojamiento y oferta complementaria, promoción turística, etc.) se desecharía su ejecución.

Fórmula: Ingresos por turistas – Inversión en turismo

Fuente: El IET, elabora mensualmente la encuesta EGATUR, donde se analizan variables como el gasto medio diario del turista, gasto por mercados emisores o gasto según destino. El inconveniente de esta encuesta radica en que a veces no goza de suficientes registros maestres como para que el dato sea válido. A través del servicio personalizado que brinda el IET (disponible en el link: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/Paginas/solicituddeinformacion.aspx>) se puede solicitar información personalizada sobre variables relacionadas con el gasto turístico.

- **Indicador Nº 7: Establecimientos con certificación de calidad**

Objetivo: Identificar los establecimientos que hayan obtenido algún certificado de calidad. Su obtención no solo ayuda a mejorar la imagen del destino, sino que genera un valor añadido.

Fórmula: Aumento en el % de certificaciones de calidad.

Fuente: En España, AENOR es la entidad que dispone de información relativa al número de empresas con certificación. En el siguiente enlace

[http://www.aenor.es/aenor/normas/servicios\\_informacion/servicios\\_informacion.asp](http://www.aenor.es/aenor/normas/servicios_informacion/servicios_informacion.asp)

además de acceder a un inventario de empresas que han obtenido una certificación, se puede recibir un servicio personalizado sobre cualquier consulta.

#### **4.2. Indicadores sociales**

Mejorar la calidad de vida de la población local, integrar a los residentes en el proceso, lograr un equilibrio entre turista y habitante y conocer la opinión del cliente interno serán los objetivos de estos indicadores.

- **Indicador Nº 1: Indicador de satisfacción de la comunidad local**

Objetivo: medir el grado de satisfacción y la reacción ante el fenómeno turístico de la población local.

Fórmula: Nivel de satisfacción general, escalas likert y comparativa con otros años.

Fuente: Aunque es posible obtener información mediante entrevistas a funcionarios o grupos de discusión, lo más eficaz es utilizar un cuestionario. En este caso debería elaborarse uno y realizarlo a diferentes colectivos de la comunidad relacionados con las

actividades turísticas (propietarios de hoteles, restaurantes, comercio local, etc.) y población en general.

- *Indicador Nº 2: Número de reclamaciones presentadas por los residentes*

Objetivo: La actividad turística, a veces, genera inconvenientes para la población local, vinculados a la aparición de conflictos relacionados con el ruido nocturno, el deterioro del mobiliario urbano o la aparición de servicios vinculados a estas actividades y a sus usuarios, etc. que generan cierta desafección de la población local hacia las nuevas actividades.

Fórmula: Análisis comparativo de la evolución anual del número de llamadas telefónicas diarias a la Policía Local y denuncias formuladas.

Fuente: Para medir este indicador se puede utilizar el número de reclamaciones o denuncias, así como las llamadas, que realizan tanto la población local como los residentes, en las dependencias de la policía local o Guardia Civil, si el área rural no dispone de servicio de policía local.

- *Indicador Nº 3: Número de establecimientos de ocio y servicios básicos*

Objetivo: La afluencia de turistas trae consigo mayores ingresos y mayor capacidad de gasto tanto para los entes públicos como privados. Los turistas necesitan de una infraestructura complementaria para poder realizar sus actividades de ocio (bares, restaurantes, áreas deportivas) y servicios como pueden ser los bancarios, que también son utilizados por la población local.

Formula: % de la evolución de los establecimientos de bienestar o servicios básicos (establecimientos como pueden ser ludotecas, bibliotecas, centros sociales, centros culturales, bancos) y establecimientos de ocio.

Fuente: Aunque existen registros en Ayuntamientos y gobiernos regionales, la forma más fiable de aplicar este indicador es realizar un inventario y categorizar los establecimientos.

- *Indicador Nº 4: Movimientos migratorios*

Objetivo: Conocer los movimientos migratorios, como consecuencia de la necesidad de mano de obra afín a la actividad turística.

Formula: % de la evolución inmigración/emigración neta en la comunidad y % de número de inmigrantes que trabajan en el sector turístico.

Fuente: El INE, en el siguiente enlace de la encuesta sobre la población, <http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t20/e245/p05/a2010/l0/&file=00013002.px&type=pcaxis&L=0>, dispone de información sobre la nacionalidad de la población a nivel municipal, así como una encuesta de nacionalidad por cohortes de edad.

- *Indicador Nº 5: Igualdad de oportunidades laborales*

Objetivo: Es importante para la sostenibilidad sociocultural, la incorporación de la mujer al mundo laboral, y de vital importancia en las economías rurales donde en mayor parte de

las ocasiones, trabajan como amas de casa o como ayuda familiar en las explotaciones agrícolas.

Fórmula: Variación porcentual anual del número de mujeres trabajando en el sector turístico.

Fuente: En el siguiente enlace, [http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft22/e308\\_mnu&file=inebase&L=0](http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft22/e308_mnu&file=inebase&L=0) se dispone de amplia información sobre la estructura de la población activa.

El inconveniente es el hecho de que la EPA no facilita detalle a nivel municipal, por lo que sería necesario solicitar información detallada al Servicio Autónomo de Empleo.

- **Indicador Nº 6: Participación de la población local**

Objetivo: Para gestores y planificadores debería ser crucial fomentar el sentido de participación y responsabilidad respecto al fomento del turismo sostenible. Es de vital importancia implicar y concienciar a la población local y potenciar la participación en el proceso de desarrollo turístico para que conozcan las ventajas directas e indirectas derivadas de esta actividad económica.

Fórmula: Para valorar dicha participación, se pueden utilizar varias herramientas, como el número de canales o medios que se utilizan para promover el turismo (medios de comunicación audiovisuales e impresos, aplicación de nuevas técnicas de información y comunicación, eventos, etc.). También se puede contabilizar el número de veces que la población local accede a la información publicitada (visitas a páginas web, nº de ejemplares de periódicos, folletos, seguidores en redes sociales).

Fuente: Esta información debe ser elaborada por el gestor del destino turístico a partir de Google Analytics, servicios de audiometría o inventario de material divulgativo.

- **Indicador Nº 7: Accesibilidad**

Objetivo: La cuestión del acceso a destinos y recursos turísticos para personas con problemas de movilidad es una cuestión que recibe cada vez mayor atención en los destinos turísticos. La mejora de la accesibilidad también beneficia a la población local.

Fórmula: Son varios los componentes que se pueden analizar para evaluar el aumento de la accesibilidad. Se puede considerar el número de hoteles y casas rurales con habitaciones accesibles, número de puertas con apertura automática, porcentaje de restaurantes, hoteles y edificios públicos con aseos accesibles, porcentaje de recursos turísticos con acceso para silla de ruedas, distancia en km al hospital más cercano o centro médico, etc.

Fuente: Estos datos se recopilan en aquellos lugares donde hay programas de accesibilidad. Esta información puede estar también disponible en las concejalías de urbanismo o en el inventario de recursos turísticos que elabora el ente gestor del plan, que suele evaluar la accesibilidad al destino.

### 4.3. Indicadores ambientales

Satisfacer las necesidades presentes asegurando las posibilidades de las generaciones futuras, el consumo responsable de recursos naturales y la protección del medio ambiente serán los objetivos prioritarios en este apartado.

- Indicador Nº 1: Presencia de segundas residencias

Objetivo: El aumento de viviendas de segunda residencia puede ser un síntoma evidente de la revitalización de la actividad turística en el área de estudio o al menos de ciertos cambios en la dinámica urbana y residencial. Además las zonas rurales reciben en un elevado porcentaje el denominado turismo familiar, que en la mayoría de los casos se alojan en casa de familiares y amigos. La evolución del número de viviendas vacías, es una señal de movimientos migratorios o del denominado turismo de retorno.

Fuente: En la página del INE se puede consultar el censo de población y viviendas ([http://www.ine.es/censo91/es/seleccion\\_municipio.jsp#](http://www.ine.es/censo91/es/seleccion_municipio.jsp#)). A nivel nacional, además, existe el Sistema de Ocupación del Suelo en España (SIOSE) (<http://www.ign.es/siose/>) que proporciona información sobre usos y tipologías urbanas.

Limitaciones: Estos censos se elaboran cada diez años. Sin embargo, la operatividad de un PDPT son tres anualidades. Por tanto, en el censo de viviendas pueden además aparecer otros factores coyunturales ajenos a la dinamización turística que debemos tener en consideración.

- Indicador Nº 2 Consumo de agua atribuible al turismo

Objetivo: El aumento del consumo de agua es otro indicador que denota dinamización en la actividad económica, no solo el consumo humano, sino también el derivado de la construcción de viviendas y servicios complementarios. No obstante, debemos considerar posibles impactos negativos asociados al incremento de las demandas que superen los recursos disponibles o la capacidad técnica de las redes de distribución; entendidos ambos como factores generadores de una mala imagen turística.

Formula: Consumo de m<sup>3</sup> de agua por habitante.

Fuente: El Ayuntamiento es el ente que adjudica a una empresa externa la explotación y gestión del suministro de agua a la población y la información de consumo la proporciona dichos entes. Al igual que se analizan el consumo del agua, se puede medir otros suministros básicos como puede ser el consumo de electricidad o la generación de residuos sólidos.

- Indicador Nº 3 Número de establecimientos hoteleros certificados con sistemas de gestión ambiental

Objetivo: Que los establecimientos hoteleros cumplan con la normativa ISO 14001 o cualquier otra certificación de gestión medioambiental no sólo ayuda al cuidado del medio ambiente, sino que aumenta la calidad y disminuye costes en la empresa turística.

Fórmula: Aumento en el % de certificaciones en materia de gestión medioambiental.

Fuente: En España, es AENOR la empresa que dispone de información relativa al número de empresas con certificación. En el siguiente enlace, [http://www.aenor.es/aenor/normas/servicios\\_informacion/servicios\\_informacion.asp](http://www.aenor.es/aenor/normas/servicios_informacion/servicios_informacion.asp), además de un inventario de empresas, se puede recibir un servicio personalizado sobre cualquier consulta.

- **Indicador Nº 4: Utilización de energías renovables en infraestructuras turísticas**

Objetivo: Contabilizar el número de edificios, instalaciones o vehículos públicos que utilizan energías renovables para cubrir sus necesidades energéticas.

Fórmula: Variación % del número de establecimientos que utilizan energías renovables.

Fuente: No existe ningún documento que registre este aspecto, con lo que habría que realizar un inventario.

- **Indicador Nº 5: Aumento de zonas verdes urbanas**

Objetivo: Contabilizar la superficie de zonas verdes disponible en relación al número de habitantes censados.

Formula:  $M^2$  de zonas verdes/ habitante censado.

Fuente: Estos datos pueden ser facilitados por el Ayuntamiento. Están disponibles en los PGOU de cada municipio.

Indicador Nº 6: Gasto municipal en el medio ambiente

Objetivo: Valorar el grado de concienciación por el cuidado del medio ambiente. Ésta se puede reflejar en los presupuestos de los entes públicos. Un aumento en el gasto de las actuaciones en materia ambiental facilita el camino hacia la sostenibilidad del destino.

Fórmula: Variación % del aumento del gasto en materia ambiental.

Fuente: Presupuesto del ente público.

- **Indicador Nº 7: Protección de recursos naturales de valor**

Objetivo: La flora y la fauna y los ecosistemas de valor ambiental son recursos importantes para los turistas. El auge del turismo especializado en visitar estos ecosistemas, observar o estudiar especies es un producto en alza. Sin embargo, se debe valorar, asimismo, la presión que estas actividades puede ejercer sobre sitios de extremada fragilidad.

Fórmula: Evolución en  $km^2$  de la extensión de las áreas protegidas en destino.

Fuente: Entidades locales, gestores de parques y espacios protegidos, este indicador también podría hacerse extensible y aplicable a elementos culturales.

## **V. EL CASO DEL PLAN DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO “CUNA DEL QUIJOTE”.**

### **5.1. La comarca. Aproximación a la estructura socio demográfica y económica**

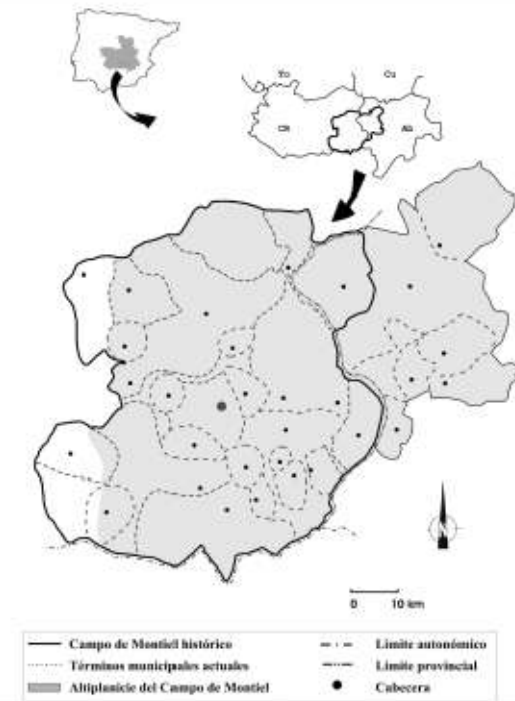
El área de estudio donde vamos a aplicar la metodología descrita es la comarca del Campo de Montiel, donde se aprobó el PDPT “Cuna del Quijote”. Una comarca situada



entre las provincias de Albacete y Ciudad Real, al sudeste de la llanura manchega y en el reborde septentrional de Sierra Morena y Sierra de Alcaraz (figura 2).

Las dimensiones y municipios adscritos a la Comarca Campo de Montiel varían en función del criterio político, histórico o geográfico utilizado. Por ejemplo municipios que históricamente formaban parte de la comarca como Ossa de Montiel, Ruidera o Membrilla, no está participando en las iniciativas que desde la comarca se están desarrollando, y administrativamente está adscrito en la comarca de la Mancha. Para delimitar el área de estudio vamos a tener en cuenta el criterio político y más concretamente los catorce municipios que participan en el Plan de Dinamización del Producto Turístico “Cuna del Quijote”.

Figura 2: Localización Comarca Campo de Montiel.



Fuente: Centro de Estudios Campo de Montiel (CECM).

De estos municipios, únicamente, uno, Villanueva de los Infantes, supera los 5.000 habitantes, otros siete superan los 1.000. En el extremo opuesto, se encuentran los de menor población como Fuenllana o Santa Cruz de los Cáñamos con 302 y 609 habitantes, respectivamente. Estos 14 municipios, con una población media por municipio de 1.550 hab., registran una pérdida de población de un 5% cada tres años. Cifrándose ésta en los últimos 7 años en unos 1.907 habitantes. Nos encontramos por tanto en una comarca con núcleos de población de dimensiones más bien pequeñas y caracterizados por su retroceso demográfico.

Según datos de la EPA, en la comarca el 63,37% está en edad de trabajar, estando ocupada un 57,85 % de la población y en desempleados un 20,97 %. El 27,68% de la población activa son agricultores profesionales. El grado de ruralidad en la comarca es del 100 %, ya que la densidad media de la comarca en 2007 era de 10,63 hab/km<sup>2</sup>.

La economía de la comarca se basa mayoritariamente en la agricultura (vid y olivar). Un 27% de los agricultores son Agricultores a Título Principal. Estos se completan con los denominados a tiempo parcial, es decir agricultores que heredaron explotaciones agrarias, que mantienen por tradición y cariño, que no viven en la comarca, son los llamados “domingueros”, y que además de servir como actividad recreativa, constituye una renta adicional para las familias, donde los beneficios, tanto la renta de la producción como las ayudas europeas a la agricultura, no recaen en la comarca, sino en sus lugares de residencia.

A los recursos tradicionales, hemos de unir en los últimos años, los vinculados a la puesta en valor de los recursos endógenos relacionados con la difusión de posibles actividades turísticas. La naturaleza, característica por su contraste de colores y tonalidades, el Parque Natural de las Lagunas de Ruidera, las vegas y valles de Villanueva de la Fuente, Albaladejo, Terrinches y Almedina, el legado de pueblos iberos, romanos y musulmanes, castillos, yacimientos arqueológicos, como el descubrimiento de unas termas romanas en Terrinches, hechos como la muerte del Rey Pedro I “El Cruel” en el municipio de Montiel o la inspiración de Miguel de Cervantes en la comarca para escribir Don Quijote de La Mancha son elementos en los que se han sustentado algunas de estas nuevas actividades económicas.

## **5.2. Plan de Dinamización del Producto Turístico Campo de Montiel “Cuna del Quijote”**

El 5 de Diciembre de 2008, dentro del Plan Integral del Ministerio de Turismo, Industria y Comercio, Horizonte 2020, y con fondos FEDER, se declara a la Mancomunidad Campo de Montiel «Cuna del Quijote» destino piloto para el desarrollo de un Plan de Dinamización del Producto Turístico que se concreta en la realización de actuaciones con los siguientes objetivos:

- Aumento de la calidad de los servicios turísticos del destino.
- Mejora del medio urbano y natural de los municipios.
- Ampliación y mejora de los espacios de uso público.
- Aumento, diversificación y mejora de la oferta complementaria.
- Puesta en valor de recursos turísticos.
- Creación de nuevos productos.
- Sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de la calidad.

La aportación del proyecto, 1,7 millones de euros, es aportada a partes iguales entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Consejería de Turismo y Artesanía de Castilla La Mancha y la Mancomunidad, a repartir en tres años (2008-2010) (Fuente: BOE, Nº 9, 10/01/09). Aunque el plan se aprueba en 2008 y en el cuadro presupuestario aparece como “primera anualidad” el 2008, es el 2009 cuando comienza a ejecutarse. Además, como consecuencia de la crisis económica, se ha tenido que posponer la ejecución de las actuaciones previstas para la tercera anualidad, por lo que a fecha de 2012 todavía no se habían completado todas las actuaciones. En los dos primeros años, las actuaciones e iniciativas llevadas a cabo son las siguientes:

- Comunicación y promoción. El objetivo de esta iniciativa es dar visibilidad a la oferta turística de la comarca. Para ello, se han adoptado ocho iniciativas que combinan el uso de nuevas tecnologías y sistemas de promoción más tradicionales. En materia de nuevas tecnologías para la información, se ha creado un blog (<http://mancomunidadcampodemontiel.blogspot.com/>), donde se recoge, actuaciones del plan, eventos y noticias relacionadas con la comarca. Además, y relacionado con la difusión en redes sociales, se creó un perfil de Facebook y un canal en Youtube (<http://www.youtube.com/user/cunadelquijote>), donde están publicados los videos promocionales que ha editado la mancomunidad. En tercer lugar, se creó una página web (<http://www.mancomunidadcampodemontiel.es/>) con una vocación institucional. Una cuarta iniciativa fue la elaboración de un periódico, “Pueblos del Campo de Montiel”, con la información más destacada del plan, pero en la línea del objetivo de difundir esta iniciativa entre la población local. Con la colaboración de la UCLM se elaboró una cartografía digital del patrimonio arqueológico mediante la aplicación de un Sistema de Información Geográfica de los 687 yacimientos arqueológicos del Campo de Montiel, para así evaluar su potencial científico e interpretativo. Otra de las actuaciones ha sido la instalación de 14 puntos interactivos de información. Uno en cada municipio, donde se puede encontrar información turística del municipio, tanto de los recursos turísticos de la localidad, como de su oferta hotelera además de bares y restaurantes. En una línea más convencional, se han editado folletos y material publicitario (merchandising). Así, por ejemplo, se editaron cuadernos de viajes para niños, donde se recogía información turística de todos los municipios. Como última iniciativa adoptada en este eje, se ha asistido, también a ferias de diferentes ámbito (comarcales, nacionales o internacionales), como Mencatur (Feria de Caza, Turismo y Artesanía y productos de la tierra) o la Feria de Turismo de Barcelona y FITUR a través del stand de Castilla – La Mancha.

- Formación. La gerencia del plan es consciente que el capital humano es un factor determinante en la calidad del destino. Por ello ha apostado por la formación de aquellas personas que estén o puedan estar relacionadas con el turismo rural. Anticipándose a las necesidades de los puestos demandados dada la escasa formación en esta materia. Para lograr tales objetivos se han realizado diversos cursos de formación cofinanciados con el SEPECAM (Servicio Público de Empleo de CLM), concretamente: curso de informador turístico (200 horas), calidad en el sector turístico (40 horas), de asesor de turismo rural

(200 horas), de atención al cliente (40 horas), de cata y servicios del vino (40 horas), de marketing digital (40 horas), inglés turístico (120 horas) y curso de dinamizador infantil (200 horas).

- Mejora de infraestructuras y vías de comunicación. Las iniciativas de la Mancomunidad se orientaban a la mejora de las infraestructuras, pero sobre todo a la recuperación patrimonial de núcleos urbanos. En actuaciones como eliminación de elementos contaminantes visuales, con el soterramiento de cableados y ocultación de armarios electrónicos se centraron las actuaciones en la primera anualidad. A estas mejoras, siguieron los procesos de embellecimientos de cascos históricos. En Albaladejo, se hicieron reparaciones en algunos de los edificios de su Plaza Mayor. En Almedina, se amplió el itinerario de cuadros del museo al aire libre dedicado al pintor local Fernando Yáñez de Almedina. En Cózar, se arregló la Plaza del Cristo. Montiel acondicionó los alrededores de la Iglesia de San Esteban, Puebla de Príncipe acondicionó diferentes calles del municipio, Santa Cruz de los Cáñamos hizo remodelaciones en la Plaza de la Iglesia de San Bartolomé y Villahermosa embelleció viales.
- Creación de productos y puesta en valor del patrimonio. El objetivo de este eje se orientaba a la puesta en valor del patrimonio existente mediante la creación de determinados productos turísticos. Las actuaciones implementadas en esta línea han sido siete que se articulan en la adecuación y puesta en valor del patrimonio cultural, natural y gastronómico así como en su divulgación. En la primera de las líneas de actuación se inserta la creación de un producto multiaventura en el Campo de Montiel para uso de diversos deportes (a pie, a caballo y en bicicleta) así como la creación de la Ruta BBT Campo de Montiel “Cuna del Quijote. Finalidad similar tiene la creación de rutas culturales, concretamente la denominada Ruta “Don Quijote cabalga de nuevo por el campo de Montiel”, que consiste en retroceder en el túnel del tiempo novelesco y pisar la huella del Quijote por El Campo de Montiel, o la creación de rutas del tapeo (“las tapas de Sancho”) como la organizada en Villanueva de los Infantes, donde se puede degustar la gastronomía típica manchega. Una cuarta iniciativa ha sido la apertura del Centro de interpretación Orden de Santiago. Este centro, que se sitúa en el Castillo de Terrinches, es una de las actuaciones más importantes del plan y parada obligada a todos los que visiten la comarca. El Castillo está declarado Bien de Interés Cultural. Tres han sido, por últimos las actuaciones orientadas a dar a conocer el patrimonio y los productos creados. Así se ha llevado a cabo un concurso de Fotografía “La primavera en el Campo de Montiel” y “De fiesta en fiesta”. En segundo lugar, se organizaron las Jornadas Gastronómicas “El Gran Pisto Gigante”, fiesta popular en Villanueva de los Infantes, acompañado de un Mercadillo Cervantino. Por último, cabe mencionar la celebración de Jornadas culturales orientadas a poner en valor los recursos literarios. Concretamente, del Siglo de Oro, para recuperar a los escritores más célebres que han pasado por la comarca. Por último, ha de mencionarse a “La Cuna del Quijote suena”, una red de conciertos por la comarca de música folclórica.

- ***Sensibilización.*** Las iniciativas adoptadas han sido: catas de iniciación del aceite de oliva, con colaboración de la D.O Campos de Montiel, sensibilizar a los niños y jóvenes del Campo de Montiel sobre sus recursos, a través de jornadas en colegios e institutos y presentación del PDPT “Cuna del Quijote” en público.

### **5.3. Aplicación de los indicadores propuestos la Comarca Campo de Montiel**

La fase de introducción e incipiente difusión de actividades turísticas en la que se encuentra el destino y la poca experiencia de la comarca en la gestión de planes turísticos condiciona y dificulta obtener información para la aplicación de los indicadores propuestos. El escaso personal técnico con el que cuenta la comarca, el complejo acceso a la información sumado al propio carácter de la presente investigación, supeditan el desarrollo de los resultados obtenidos.

#### *5.3.1. Indicadores económicos*

Dado los niveles de partida, de los indicadores propuestos el más ilustrativo es el que hace referencia a la creación de empresas. La creación de empresas turísticas es un síntoma directo de la dinamización de la actividad turística. Desde la Mancomunidad Campo de Montiel, se realizó un inventario de empresas de oferta complementaria. Anteriormente no existía ninguno, con lo cual, desde una óptica meramente estadística, no hemos podido comparar si ha habido un incremento en la creación de empresas de restauración y hostelería. La percepción basada en el trabajo de campo y las entrevistas a los empresarios refleja un leve aumento.

La Comarca cuenta desde el año 2011 con 38 establecimientos de alojamiento, con capacidad para 850 personas, distribuidas de la siguiente manera: Hostales: 3 Estrellas, 1; 2 Estrellas, 8; 1 Estrella, 3. Los alojamientos rurales inventariados tienen la siguiente categoría: 3 Espigas, 4 casas rurales; 2 Espigas 4 casas rurales; 1 Espiga; 12 casas rurales. En cuanto a la oferta de restauración la comarca cuenta con 122 bares y 30 restaurantes. Este inventario puede servir, por tanto, como punto de partida para futuros procesos de diagnóstico.

#### *5.3.2. Indicadores sociales*

El análisis de la estructura demográfica permite evidenciar los cambios en las tendencias demográficas asociados a la ejecución de esta iniciativa y con particular atención a las actividades turísticas. El analizar la estructura demográfica es importante ya que un cambio en la pirámide demográfica puede ser consecuencia de la creación de empleo, de la mejora de la calidad de vida, el aumento del nivel de ingresos, etc. La comarca se caracteriza por tener una población envejecida, ya que la población de cohortes comprendidas entre los 20 y 30 años emigran en busca de trabajo y la tasa de natalidad es baja.

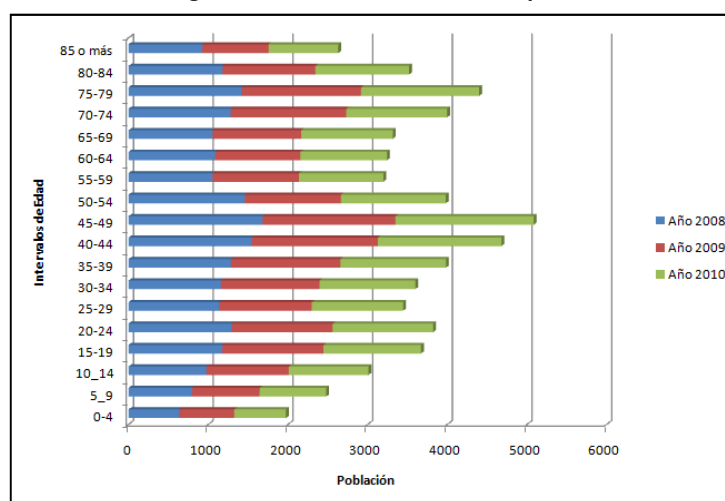
**Tabla 3: Estructura de la población de por cohortes de edad. Periodo 2009 – 2012**

	0-9	10_19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80 o mas	Total	Var. %
Año 2009	1.543	2.305	2.433	2.612	3.251	2.292	2.182	2.952	1.996	21.566	
Año 2010	1.484	2.224	2.409	2.527	3.289	2.377	2.238	2.748	2.051	21.347	-1%
Año 2011	1.431	2.154	2.428	2.445	3.227	2.512	2.143	2.699	2.107	21.146	-1%
Año 2012	1.372	2.060	2.410	2.346	3.160	2.653	2.150	2.528	2.189	20.868	-1%

Elaboración propia a partir de los datos de INE

Se ha analizado la población de los 14 municipios, desagregando esta información por cohortes de edad; y circunscribiendo el análisis al periodo de análisis del plan. A pesar de la brevedad del periodo analizado (tabla 3), la evolución es relevante, ya que implica una cierta ralentización en el proceso de regresión demográfica. Frente a una disminución del 6% ó del 7% cada tres años, ésta se ha reducido a la mitad, un 3%. Relevante, es asimismo, el análisis de la evolución por cohortes poblacionales. Son las cohortes de población joven, las tradicionalmente más afectadas por el éxodo rural, las que se mantienen e incluso llegan a aumentar en algunos casos. Por otro lado, las cohortes de mayor edad no representan cambios significativos (figura 3).

**Figura 3: Gráfico estructura de la población.**



Elaboración propia a partir de los datos del INE.

El análisis del indicador correspondiente a población extranjera que reside en la comarca evidencia también un comportamiento positivo. Se observa un aumento considerable (cifrado en un 4 %), pasando de unos 1.300 habitantes en 2008 a casi 1.600 en 2011. Por nacionalidades, destacan sobre todo los habitantes procedentes de Rumania (65 %), en menor proporción los de Bulgaria (16%), Marruecos (7%) y Latinoamérica

(Colombia, Bolivia y Ecuador, con un porcentaje de un 11%). Nos encontramos, por tanto, con una emigración cuya finalidad es el acceso al mercado laboral.

### 5.3.3. *Indicadores ambientales.*

Si atendemos al inventario de Espacios Protegidos de Castilla-La Mancha, podemos observar que en la comarca no se ha incrementado la superficie protegida durante la ejecución del plan. Únicamente se ha declarado como Parque Natural el Valle de Alcudia y Sierra Madrona en 2011, limítrofe con la comarca. La ausencia de figuras de protección en la comarca es consecuencia de un intenso aprovechamiento agrícola secular. Desde el punto de vista, de indicadores asociados a gestión sostenible de los recursos, la comarca cuenta con dos puntos limpios y tres en construcción para el tratamiento de residuos especiales, además se están reforestando espacios agrarios. Otras medidas medioambientales efectuadas han sido la adecuación de espacios naturales y la construcción de plantas de tratamiento de aguas residuales, en todos casos ajenos a la ejecución del plan.

## VI. CONCLUSIONES

La aplicación de los indicadores que hemos definido en el apartado IV al área de estudio ha sido bastante moderada. Varias son las causas que explican este hecho. Las dificultades para encontrar y/o acceder a los datos de los indicadores antes expuestos es uno de ellos. Esta afirmación no quiere decir que no existan, en algunos casos si, aunque muy fragmentados. Además, en algunos casos la información disponible es muy reciente lo que dificulta notablemente la realización de estudios evolutivos y por tanto de diagnóstico y evaluación de las repercusiones derivadas de la implementación de políticas orientadas a la diversificación de actividades económicas.

Uno de los principales obstáculos es el acceso a ellos. La opacidad de las administraciones, la moderada y/o escasa predisposición de facilitar los datos a personas ajenas que a organismos públicos es un elemento que complica los procesos de valoración de estas iniciativas. El recelo a ser evaluado y que este proceso evidencie disfuncionalidades es un motivo que puede explicar la desconfianza a aportar información. Es comprensible, por otro lado, que éstas, en ocasiones no disponen de personal para recabar datos y elaborar ciertos indicadores, lo que es menos justificable es que no los proporcionen o faciliten su consulta para la realización de estudios sin ánimo de lucro, con finalidad de estudios y/o investigación.

La implementación más amplia es la relativa a los indicadores sociales. Se ha podido aplicar los datos estadísticos con los que cuenta el INE a nivel municipal. Más dificultades ha tenido la aplicación de los indicadores económicos y ambientales. De algunos de los indicadores económicos expuestos, la información solo está disponible para destinos turísticos de primer orden, espacios del litoral y ciudades-patrimonio, como la

información que facilita el IET-Tourspain. Para el área de estudio, los registros muestrales son insuficientes para que el dato sea representativo. Los datos disponibles son muy recientes o inexistentes. Por otro lado, algunos de los indicadores ambientales gozan de información a nivel regional y mucha de la información es elaborada y gestionada por empresas privadas con licitaciones en proyectos públicos, información que tiene un coste económico y cuya difusión no es gratuita.

A tenor de la propuesta metodológica y su implementación en un área de estudio es evidente que resulta de vital importancia disponer de datos, realizar encuestas, llevar a cabo registros, etc. En definitiva, conocer el punto de partida en el que se encuentra el destino. Para que la zona objeto de estudio disponga de un sistema de información, fiable, veraz y útil, se hace imprescindible la colaboración de todos los entes, tanto ayuntamientos como empresas relacionadas con el sector turístico, que conozcan los beneficios que para sus municipios y sus empresas les puede reportar tener un buen sistema de información. Disponer de información cuantitativa resulta básico a la hora de llevar a cabo el diagnóstico territorial de un área de actuación, pero también para valorar las repercusiones asociadas a la implementación de actuaciones con financiación pública. Ello permite poner de manifiesto los resultados derivados de ella, pero también sus debilidades.

En esta línea, para completar un diagnóstico territorial y poner de manifiesto las repercusiones que un plan de dinamización turística pudiera tener, además de un estudio cuantitativo a través de los indicadores propuestos como se ha llevado a cabo en esta investigación, es necesario llevar a cabo un análisis cualitativo y particularizado, ya que cada territorio tiene sus propias características. Crear un sistema integrado donde se pudieran evaluar y diagnosticar los diferentes planes de dinamización del producto turístico aplicado en zonas rurales es necesario, pero este sistema integrado no se puede homogeneizarse en su totalidad. Debe incorporar la especificidad de los territorios. Los motivos son varios. No todos los destinos emergentes parten desde un mismo punto. Algunos ya disponen de infraestructuras creadas, de oferta complementaria, etc. En esta misma línea, la atracción de los recursos turísticos no es la misma y así, por ejemplo, la existencia de marcas con cierto grado de consolidación resulta fundamental. Introducir cierta flexibilidad en los indicadores es necesario, para poder evaluar situaciones de partida diversas. La propuesta de indicadores básicos y complementarios podría ser una opción que solucionase en parte esta debilidad.

A pesar de estas puntualizaciones, resulta evidente para los destinos emergentes sería una buena experiencia piloto, realizar un seguimiento a estos planes e instar a que los entes locales remitiesen a la Secretaría General de Turismo informes evaluando a través de indicadores las repercusiones que pudieran tener la aplicación de estos planes e, igualmente, que la elaboración de estos informes por parte de los destinos pilotos, fuera un requisito indispensable para poder seguir recibiendo los fondos.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRUNET ESTARELLAS, P.J. et al (2005): "Los Planes de Excelencia y Dinamización turística (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 39, 201-226.
- BEAS SECALL, L. (2009): "Los Planes de Excelencia Turística como objeto de estudio. Una propuesta metodológica de evaluación". *Estudios Turísticos*, 182, 31-52.
- BÉTEILLE, R. (1996): "L'agritourisme dans les espaces ruraux européens". *Annales de Géographie*, 592, 584-602.
- CANOVÉS VALIENTE, G y VILLARINO PÉREZ, M. (2000): "Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo". *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 37, 66-69.
- FORONDA ROBLES, C.; GARCÍA LÓPEZ, A.M. (2009): "La apuesta por la calidad como elemento diferenciador en los destinos turísticos: planes renovados". *Cuadernos de Turismo*, 23, 89-110
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, M. (2009): "The multifunctionality of rural environments, between utopia and reality. The example of Autonomous regions of Valencia and Murcia" en "New ruralities and sustainable use of territory". *Prensas Universitarias de Zaragoza*, 333-348.
- INSKEEP, E. (1988): "Tourism Planning: An Emerging Specialization". *Journal of the American Planning Association*, 3(54), 360-372.
- MARTÍN LATORRE, E. et al. (2002): "Propuesta metodológica para la evaluación del impacto de las actuaciones de los planes de excelencia y dinamización turística". En *La diversificación y la desestacionalización del sector turístico: IV Congreso de Turismo Universidad Empresa*, 601- 622. Tirant lo Blanch. Valencia.
- MOLTÓ MANTERO, E. y HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, M. (2002): "Tipología de las áreas de montaña levantinas: propuesta de análisis y delimitación en el contexto de las nuevas funciones de los medios rurales". En *Los espacios rurales entre el hoy y el mañana*. Actas del XI Coloquio de Geografía Rural, 729-738.
- MONTESERRÍN ABELLA, O. (2007a): *Turismo y desarrollo territorial: Los planes de dinamización turística en la interpretación y puesta en valor del territorio*. Tesis Doctoral, Facultad de Geografía e Historia de la Universidad Complutense de Madrid.
- MONTESERRÍN ABELLA, O. (2007b): "La convergencia entre el espacio y el producto turístico: de los planes de dinamización turística a los planes de dinamización del producto turístico". En *Dinámicas recientes y estrategias de intervención en destinos patrimoniales*, Ministerio de Educación y Ciencia, 153-163.
- OMT (2005): *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos: guía turística*.
- PULIDO FERNÁNDEZ, J.I y CÁRDENAS GARCÍA, P.J. (2011): "El turismo rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo" *Boletín de Asociación de Geógrafos Españoles*, 56, 167-174

- ROMÁN MÁRQUEZ, A. (2011): "Planes de Dinamización y Excelencia Turística versus Municipios Turísticos: problemática, similitudes y diferencias esenciales". *Papers de Turisme*, 49-50, 25-43.
- TARI GUILLO, J.J. (2012): "Implantación de sistemas de calidad en empresas y organizaciones turísticas", MATERIAL DOCENTE.
- VERA REBOLLO, J.F. et al (2001): "Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuesta para la creación de un sistema de indicadores", *Documentos de trabajo*, 1, Instituto Universitario de Geografía, Universidad de Alicante.

### **Normativa básica**

- DOCM, 182 (3/09/2008): Orden de 25-08-2008, de la Consejería de Administraciones Públicas, por la que se dispone la publicación de los estatutos de la mancomunidad de Campo de Montiel "Cuna del Quijote", provincia de Ciudad Real: 28181.
- BOE, 9 (10/01/2009): Resolución de 15 de diciembre de 2008, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se publica el Convenio de colaboración, entre el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Consejería de Turismo y Artesanía de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, la Mancomunidad Campo de Montiel «Cuna del Quijote» y la Confederación Provincial de Empresarios CEOE-CEPYME Ciudad Real, para el desarrollo de un plan de dinamización del producto turístico en el Campo de Montiel. 38.

### **Webgrafía**

- Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) (2012): [www.aenor.es](http://www.aenor.es) (acceso: 12-V-2012).
- Instituto de Estudios Turísticos (IET) (2012): [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es) (acceso: 11-V- 2012).
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2012): [www.ine.es](http://www.ine.es) (acceso: 10-V-2012).
- Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE): [www.ictes.es/ESP/m/1/Inicio/Inicio](http://www.ictes.es/ESP/m/1/Inicio/Inicio) (acceso: 11-V-2012).
- Mancomunidad Campo de Montiel "Cuna del Quijote" (2012): [www.mancomunidadcampodemontiel.es](http://www.mancomunidadcampodemontiel.es) (acceso: 20-V-2012).