

La capacidad de carga psicológica del turista como indicador del turismo sostenible

Jesús Manuel López Bonilla*
Luis Miguel López Bonilla*

La capacidad de carga turística ostenta un interés creciente dado que se vincula estrechamente con el desarrollo turístico sostenible. Se pretende justificar la utilidad de este concepto mediante una propuesta metodológica sencilla y eficaz, analizando la capacidad de carga psicológica del turista. En la aplicación empírica se detecta que la satisfacción del turista disminuye cuando los niveles de uso turístico son más elevados respecto a los componentes de la oferta turística. Este mecanismo puede constituir una señal de alarma útil para los planificadores turísticos, que debe complementarse con otras valoraciones sobre los aspectos económicos, sociales y medioambientales del destino turístico.

Palabras clave: desarrollo sostenible, política turística.

Clasificación JEL: L83.



1. Introducción

El turismo constituye una fuente de riqueza inestimable, pero supone también unos efectos nocivos sobre el entorno, en sentido amplio, afectando a los aspectos económicos, sociales, culturales y medioambientales. Los responsables de las áreas turísticas actuales y potenciales deben conocer en profundidad los proble-

mas ocasionados por la actividad turística para corregirlos y evitarlos, en la medida de lo posible, desde la base de una planificación adecuada.

En este sentido, Choi y Sirakaya (2006) afirman que los gestores turísticos son cada vez más conscientes de las desventajas del turismo de masas y tratan de buscar otras opciones en la planificación, la gestión y el desarrollo del turismo, en cuyo marco de actuación surge con fuerza el concepto de desarrollo turístico sostenible como una alternativa al modelo

* Departamento Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Sevilla.

neoclásico tradicional de desarrollo económico.

Existe un elevado consenso en afirmar que el estudio sobre la formulación de indicadores de turismo sostenible se halla en sus albores. No obstante, hay una amplia lista de organizaciones nacionales e internacionales que han desarrollado iniciativas relativas a los indicadores de sostenibilidad (Vera e Ivars, 2003). Todos los indicadores giran en torno a las tres dimensiones principales: económica, sociocultural y medioambiental. Sierra (2002) acierta a decir que la interacción tridimensional entre los ámbitos económico, social y medioambiental implica la prevalencia en un mismo plano de proyecciones cruzadas, de manera que la aplicación de indicadores para cada uno de los tres aspectos no permite una canalización unidimensional y autónoma y, a la vez, contradictoria con las referencias procedentes de los demás.

En la aplicación de los indicadores del turismo sostenible se utiliza frecuentemente el concepto de capacidad de carga, que implica que los destinos turísticos poseen unos límites en el volumen y la intensidad que puede soportar una zona geográfica determinada, sin que provoque unos daños irreparables. Marchena *et al.* (1999) apuntan que la capacidad de carga es el concepto más apropiado para establecer y evitar problemas de degradación en un destino turístico. Sin embargo, como asegura Saveriades (2000), no hay todavía una definición generalmente aceptada ni un procedimiento sistemático para valorarla.

Una de las definiciones de la capacidad de carga más reconocidas la aportan Mathieson y Wall (1982), que señalan que representa el máximo número de visitantes que puede recibir un lugar geográfico o entidad física sin que provoque una alte-

ración inaceptable del medio físico y social ni una reducción inaceptable de la calidad de la experiencia de los visitantes. En esta definición se distingue claramente los dos fundamentos en los que están basados los límites o umbrales que establece la capacidad de carga que, en palabras de Liu (2003), son el acomodo de un número de visitantes sin que haya un deterioro excesivo en el entorno o un declive excesivo de la satisfacción del visitante.

La capacidad de carga puede tener distintas acepciones parciales, dependiendo especialmente de las dimensiones económica, social y medioambiental (por ejemplo, capacidad de carga ecológica, social, cultural o económica). En la mayoría de los casos, estos indicadores presentan una perspectiva de oferta. El conjunto de estos tipos de capacidad puede constituir lo que se podría denominar como la capacidad de carga turística, que recogería la interrelación entre todos estos aspectos tan diversos que afectan al destino turístico y que muestran su carácter holístico. Pero resulta evidente la complejidad en la elaboración de este sistema de indicadores. En este sentido, Swarbrooke (2001) manifiesta que este concepto es útil, pero también resulta muy problemático usarlo en la práctica para ayudar a desarrollar el turismo sostenible. Garrigós, Narangajavana y Palacios (2003) recogen una serie de inconvenientes asociados a su medición. Aunque pueda haber una extensa literatura sobre los impactos del uso turístico y su implicación con la capacidad de carga, como apuntan Manning *et al.* (2002), los esfuerzos por determinar y aplicar la capacidad de carga han sido a veces fallidos.

En definitiva, la capacidad de carga turística es un concepto tratado en la literatura académica, sobre todo, desde un punto de vista teórico, siendo muy esca-



COLABORACIONES

Los estudios empíricos realizados al respecto. Pero, como aseguran Echamendi (2001) y Vera y Baños (2004), a pesar de las limitaciones de aplicación práctica y de su escasa aceptación, el concepto de capacidad de carga recobra un papel preponderante por el auge del paradigma de la sostenibilidad.

El presente trabajo se centra en la capacidad de carga psicológica o perceptual del turista, es decir, en una perspectiva de la capacidad de carga que se refiere a la demanda turística. No cabe duda que este indicador de medida se relaciona directamente con el nivel de satisfacción del turista. La inmensa mayoría de los sistemas de indicadores que se han propuesto por las instituciones con responsabilidad turística incorporan el grado de satisfacción del turista como uno de los indicadores principales en la medición del turismo sostenible. En este sentido, entendemos la capacidad de carga psicológica del turista como el mínimo nivel de satisfacción del visitante del destino turístico sin que se altere de forma inaceptable su interés por su visita. Esta definición nos va a servir de guía para establecer una propuesta metodológica para evaluar la capacidad de carga psicológica del turista, observando la influencia negativa que puede ejercer el grado de saturación del destino turístico sobre la satisfacción del turista, con lo cual se persigue poner en práctica una herramienta válida para la planificación del turismo sostenible del destino que visita.

2. Aplicación Empírica

2.1. Metodología y objetivos

El presente trabajo está centrado en el estudio de la capacidad de carga psi-

cológica del turista, que tratamos de analizar a través de la relación entre el nivel de uso del destino turístico y la satisfacción del turista con el lugar que visita. El nivel de uso turístico se va a medir a través de la concentración temporal de visitantes del destino turístico, mientras que la satisfacción del turista se va a hacer mediante las puntuaciones que otorga a una serie de componentes básicos de la oferta turística del destino, como son los atractivos naturales, los bienes y servicios turísticos y las infraestructuras y servicios públicos.

Se va a estudiar la relación planteada anteriormente a través de la satisfacción del turista expresada en valores relativos, es decir, comparando las satisfacciones de los visitantes del destino turístico en períodos de tiempo del año donde hay mayor y menor niveles de uso turísticos. Para determinar estos períodos de tiempo vamos a utilizar el concepto de temporada turística, de manera que, lógicamente, la temporada alta se identifica con un mayor nivel de uso que la temporada baja o que la temporada media.

Lo que podríamos denominar como satisfacción relativa es una manera indirecta de valorar la satisfacción del turista en momentos del tiempo diferentes, que puede ser útil para corregir el sesgo en la interpretación del concepto de satisfacción en los trabajos realizados sobre esta materia de estudio. En consonancia con el concepto de capacidad de carga original, se trata de observar la disminución de la satisfacción turística más que descubrir si existe cierta insatisfacción con el aumento de la densidad del destino visitado. Por lo tanto, el objetivo principal es detectar el posible impacto negativo que provoca la mayor proporción de movimientos turísticos que se producen en períodos del año concretos. En cierta



COLABORACIONES

manera, el estudio de la satisfacción relativa del turista puede sugerir el grado de saturación del destino turístico en determinadas temporadas del año y, en todo caso, va a constituir un indicador de la capacidad de carga psicológica del turista en tanto que recoge un cambio en el nivel de satisfacción usual del visitante, por lo que el nivel crítico o señal de alarma se activa cuando decae significativamente la satisfacción del turista con el lugar visitado.

Los datos en los que nos basamos se obtienen de las Encuestas de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), que ofrece periódicamente el Instituto de Estadística de Andalucía (IEA) y que aportan información sobre las valoraciones que realizan los visitantes respecto a una serie de componentes de la oferta turística en el ámbito de las provincias andaluzas. Estos componentes abarcan un amplio conjunto de características del producto turístico, que permite aproximarse al conocimiento de la experiencia global del visitante del destino turístico. Así, se contemplan las respuestas de satisfacción sobre los bienes y servicios turísticos básicos, los recursos turísticos, las infraestructuras y equipamientos, así como los servicios públicos. Vamos a estudiar todos los períodos de tiempo de los que se dispone de

datos definitivos hasta la fecha, comprendiendo los años 1999 a 2005.

Por lo tanto, en este estudio empírico consideramos los niveles de satisfacción del turista respecto a distintos componentes de la oferta del destino turístico. Por su parte, el destino turístico está representado por la Comunidad Autónoma de Andalucía, que va a ser analizado desde dos ámbitos de estudio: 1) a nivel general, contando con el conjunto del territorio andaluz; y 2) a nivel funcional, clasificando las provincias andaluzas por su especialización o predominio de un tipo de turismo de playa o, por el contrario, de un tipo de turismo de interior. De esta manera, se indaga en la influencia que puede ejercer la temporada turística, que se trata de identificar a través de los períodos trimestrales. Nuestro objetivo de investigación principal, que ya ha sido descrito anteriormente, se puede concretar, como paso previo, en las hipótesis de trabajo que se detallan en el Cuadro 1.

El procedimiento estadístico para realizar el contraste de las hipótesis planteadas se basa en el análisis de la varianza. En una segunda fase del estudio, a partir de la comprobación de la existencia de diferencias significativas en los indicadores de satisfacción respecto a los períodos trimestrales, pretendemos conocer



COLABORACIONES

CUADRO 1
PLANTEAMIENTO DE LAS HIPÓTESIS DE TRABAJO

Hipótesis 1:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con el alojamiento del destino turístico andaluz
Hipótesis 2:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con la restauración del destino turístico andaluz
Hipótesis 3:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con el ocio y la diversión del destino turístico andaluz
Hipótesis 4:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con el servicio de autobuses del destino turístico andaluz
Hipótesis 5:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con el servicio de trenes del destino turístico andaluz
Hipótesis 6:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con el servicio de taxis del destino turístico andaluz
Hipótesis 7:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con el alquiler de vehículos del destino turístico andaluz
Hipótesis 8:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con las playas del destino turístico andaluz
Hipótesis 9:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con el paisaje del destino turístico andaluz
Hipótesis 10:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con los parques naturales del destino turístico andaluz
Hipótesis 11:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con los entornos urbanos del destino turístico andaluz
Hipótesis 12:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con la seguridad ciudadana del destino turístico andaluz
Hipótesis 13:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con la asistencia sanitaria del destino turístico andaluz
Hipótesis 14:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con la atención y el trato del destino turístico andaluz
Hipótesis 15:	la temporada turística influye significativamente en la satisfacción con la relación calidad-precio del destino turístico andaluz

Fuente: elaboración propia.

CUADRO 2
 NIVELES MEDIO DE USO TURÍSTICO POR TRIMESTRES ANUALES EN ANDALUCÍA (1999-2005)

Destinos	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Año
Almería	316.482	605.780	1.043.334	433.982	2.399.578
Cádiz	458.044	852.613	1.229.510	559.513	3.099.680
Córdoba	162.521	270.569	225.832	201.123	860.045
Granada	643.440	719.459	722.434	608.142	2.693.475
Huelva	253.372	368.461	526.325	291.420	1.439.578
Jaén	157.596	250.127	251.567	214.569	873.859
Málaga	1.316.336	2.027.435	2.870.201	1.348.424	7.562.396
Sevilla	419.175	562.867	420.680	503.562	1.906.284
Andalucía	3.726.966	5.657.311	7.289.883	4.160.735	20.834.895

Fuente: IEA.

cuáles son los períodos del año que afectan a la valoración del turista, observando si coinciden con las temporadas de mayor densidad o nivel de uso turístico.

2.2. Nivel de uso turístico en Andalucía

En primer término, vamos a observar los niveles de uso turísticos de las provincias andaluzas a partir de los datos trimestrales. El Cuadro 2 recoge una primera impresión de estos niveles de uso, donde se pueden apreciar las cifras de turistas que han visitado la Comunidad Autónoma de Andalucía durante el período comprendido entre 1999 y 2005, desglosadas por valores medios trimestrales.

El Cuadro 3 refleja los niveles de uso turístico durante el período comprendido entre 1999 y 2005, con valores medios porcentuales, y durante el año 2005. Con

ello se puede apreciar en cierta manera cuál es la situación actual de los niveles de uso turísticos en las provincias andaluzas en valores relativos, comparando ambos períodos de tiempo. Los niveles de uso turístico en Andalucía, en su conjunto, están marcados por una elevada proporción de turistas en el tercer trimestre del año, como rasgo característico del modelo de turismo de sol y playa. Se puede contemplar que hay dos grupos de provincias respecto a estos niveles de uso turísticos. En un primer grupo se destaca el predominio del tercer trimestre, que se identifica claramente con la temporada alta de las provincias cuyo desarrollo turístico se basa, principalmente, en la tipología de turismo de sol y playa. En función de los valores medios del período 1999-2005, estas provincias son Almería, donde el 43,48 por 100 de los turistas que visitan esta zona geográfica lo hacen durante los meses estivales; Cádiz, con



COLABORACIONES

 CUADRO 3
 NIVELES RELATIVOS DE USO TURÍSTICO POR TRIMESTRES EN ANDALUCÍA (1999-2005)

Destinos	Trimestre 1		Trimestre 2		Trimestre 3		Trimestre 4	
	99-05	2005	99-05	2005	99-05	2005	99-05	2005
Almería	13,19	14,16	25,25	24,41	43,48	44,83	18,09	16,60
Cádiz	14,78	14,60	27,51	26,88	39,67	39,96	18,05	18,56
Córdoba	18,9	16,65	31,46	30,77	26,26	29,79	23,39	22,79
Granada	23,89	25,60	26,71	25,81	26,82	25,91	22,58	22,68
Huelva	17,60	19,14	25,60	28,05	36,56	33,19	20,24	19,62
Jaén	18,03	14,29	28,62	29,28	28,79	30,21	24,55	26,22
Málaga	17,41	17,99	26,81	23,72	37,95	41,11	17,83	17,18
Sevilla	21,99	20,92	29,53	30,79	22,07	21,95	26,42	26,34
Andalucía	17,89	18,21	27,15	26,04	34,99	36,10	19,97	19,65

Fuente: elaboración propia.

una concentración del 39,67 por 100 en el tercer trimestre, Huelva, con el 36,56 por 100; y Málaga, con el 37,95 por 100. El segundo trimestre del año (abril, mayo y junio) es el segundo en importancia por número de visitantes en estas provincias. Este grupo coincide con el modelo de niveles de uso turístico en Andalucía, en su conjunto, así como en España. Por otro lado, si se observan los datos de 2005 y se comparan con los valores medios del período 1999-2005, se distingue que en Almería, Cádiz y Málaga aumentan los niveles de uso turístico en el tercer trimestre de 2005, mientras que en Huelva disminuyen estos niveles en favor del primer y segundo trimestres.

El otro grupo está constituido por el resto de provincias, aunque entre ellas no poseen una distribución de turistas anual tan semejante como en el caso anterior. En general, en estas provincias se distribuye más equitativamente el número de turistas durante los cuatro trimestres del año. No obstante, este grupo se caracteriza por el fuerte peso que posee el segundo trimestre del año en cuanto al número de visitantes. Así, Córdoba es visitada por el 31,46 por 100 de turistas durante este período y en Sevilla se concentra el 29,53 por 100, predominando claramente este segundo trimestre en ambos casos durante el año, mientras que en Jaén lo hace un 28,62 por 100 y en Granada alcanza a un 26,71 por 100, repartiéndose prácticamente por igual los visitantes entre los trimestres segundo y tercero. Como se observa, el tercer trimestre posee también una importancia relativa, aunque mucho menor que en el grupo de provincias de sol y playa, exceptuando a la provincia de Sevilla, donde se destaca el cuarto trimestre en defecto del tercero. Creemos acertado clasificar a este grupo dentro del tipo de turismo de interior. La provincia de Granada recibe también un

turismo de sol y playa, pero en menor grado, por lo que, gracias a su fisonomía y sus otros atractivos turísticos predominantes, se desestima su identificación con esta tipología. Por otra parte, comparando los datos de 2005 con los valores medios del período 1999-2005, cada provincia refleja una evolución distinta, de manera que en Córdoba incrementan los niveles de uso turístico tan sólo durante el tercer trimestre, en Jaén aumentan en el segundo y tercer trimestres, en Sevilla lo hace únicamente en el segundo trimestre y en Granada disminuyen tanto el segundo como el tercer trimestre, en favor de los otros dos períodos trimestrales, con lo que mejora su equilibrio del uso turístico anual.

Por otro lado, vamos a analizar la satisfacción de los turistas con los lugares geográficos que visitan. Primeramente, se van a contemplar los indicadores de satisfacción, a nivel general, respecto a las provincias visitadas por los turistas y, luego, se van a tratar los indicadores de satisfacción, a nivel específico, relativos a cada uno de los componentes de la oferta considerados en el ámbito del conjunto de Andalucía. En el cálculo de los indicadores de satisfacción general vamos a utilizar el denominado *índice sintético de percepción* de la Encuesta de Coyuntura Turística, que representa la media geométrica de los quince componentes de la oferta turística utilizados. Se presentan los datos trimestrales promediados respecto a los siete años estudiados en el Cuadro 4.

En Andalucía, en su conjunto, destacan las mayores puntuaciones de satisfacción en los trimestres segundo (7,82) y primero (7,81), siendo en el tercer trimestre (7,65) donde aparece una valoración más baja. En las provincias andaluzas se observa que las puntuaciones medias otorgadas durante el año oscilan entre un 7,33 de Almería y un 8,20 de Jaén. La provincia de Jaén es la



COLABORACIONES

CUADRO 4
INDICADORES DE SATISFACCIÓN GENERAL POR PROVINCIAS ANDALUZAS Y POR TRIMESTRES (1999-2005)

Destinos	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Media
Almería	7,33	7,31	7,28	7,40	7,33
Cádiz	7,86	7,88	7,56	7,62	7,73
Córdoba	7,73	7,88	7,89	7,92	7,85
Granada	7,42	7,42	7,19	7,35	7,35
Huelva	7,35	7,55	7,24	7,38	7,38
Jaén	8,21	8,30	8,14	8,17	8,20
Málaga	7,98	7,91	7,75	7,81	7,86
Sevilla	7,71	7,79	7,86	7,91	7,82
Andalucía	7,81	7,82	7,64	7,73	7,75

Fuente: elaboración propia.

que recibe también las calificaciones más altas en los cuatro trimestres del año en toda Andalucía. Por su parte, las puntuaciones más reducidas a nivel andaluz se detectan en la provincia de Almería, en los trimestres primero y segundo, y en la provincia de Granada, en los trimestres tercero y cuarto.

Es interesante comprobar que el grupo de provincias especializadas en el turismo de sol y playa posee unas puntuaciones inferiores durante su tercer trimestre, lo cual se puede interpretar, a primera vista, como una relación directa entre los niveles de uso turísticos y la satisfacción turística. En cambio, en el grupo de provincias de turismo de interior no se cumple dicha relación tan cla-

ramente, ya que sus calificaciones más reducidas no coinciden con los períodos trimestrales de mayor demanda turística. La provincia de Jaén es un ejemplo que expresa estas contradicciones, dado que obtiene las puntuaciones más altas y bajas del año durante los trimestres segundo y tercero, respectivamente, cuando sus niveles de uso turísticos son elevados en ambos períodos de tiempo.

Por su parte, los indicadores de satisfacción específicos, relativos a cada una de los componentes de la oferta turística en el territorio andaluz, se basan en los valores trimestrales medios obtenidos durante los siete años estudiados y desglosados en los dos grupos de provincias



COLABORACIONES

CUADRO 5
INDICADORES DE SATISFACCIÓN TURÍSTICA ESPECÍFICOS EN ANDALUCÍA (1999-2005)

Componentes	Trimestre 1		Trimestre 2		Trimestre 3		Trimestre 4		Media	
	Playa	Interior	Playa	Interior	Playa	Interior	Playa	Interior	Playa	Interior
Alojamiento	7,98	7,87	8,01	7,82	7,79	7,92	7,92	8,02	7,92	7,91
Restauración	7,83	7,97	7,94	8,00	7,73	7,99	7,87	8,10	7,84	8,02
Ocio-diversión	7,42	7,77	7,57	7,99	7,45	7,78	7,44	7,81	7,47	7,84
Autobuses	7,22	7,25	7,00	7,63	6,72	7,44	7,01	7,42	6,99	7,44
Trenes	7,67	7,59	7,45	7,87	6,95	7,32	7,26	7,52	7,33	7,58
Taxis	7,14	7,45	7,01	7,39	7,00	7,28	6,79	7,08	6,98	7,30
Alquiler coches	7,70	8,20	7,90	7,83	7,86	8,21	7,63	8,14	7,77	8,10
Playas	7,65	—	7,89	—	7,65	—	7,76	—	7,74	—
Paisajes	8,24	8,70	8,16	8,87	8,02	8,76	8,12	8,70	8,14	8,76
Parques naturales	8,45	8,65	8,33	8,61	8,17	8,60	8,28	8,53	8,31	8,60
Entornos urbanos	7,45	7,69	7,35	7,50	7,10	7,40	7,44	7,72	7,34	7,58
Seguridad ciudadana	7,40	7,35	7,39	7,46	7,24	7,27	7,20	7,44	7,31	7,38
Asistencia sanitaria	6,87	7,40	7,03	7,31	6,93	7,50	6,71	7,52	6,89	7,43
Atención y trato	8,19	8,25	8,23	8,28	8,03	8,25	8,08	8,32	8,13	8,28
Calidad-precio	7,58	7,43	7,67	7,61	7,38	7,55	7,57	7,66	7,55	7,56
Índice sintético	7,63	7,77	7,66	7,85	7,45	7,77	7,55	7,84	7,57	7,81

Fuente: elaboración propia.

con especialidades en el turismo de playa y turismo de interior. Los datos se detallan en la Cuadro 5.

El índice sintético de percepción es superior en el grupo de provincias de turismo de interior que en el grupo de turismo de playa en los cuatro trimestres del año. Esto ocurre también en todos los indicadores de satisfacción por separado, en los valores medios anuales, salvo en el caso del alojamiento. Las mejores puntuaciones medias las reciben los paisajes (8,76), los parques naturales (8,60) y la atención y el trato (8,28) en las provincias de turismo de interior, que coinciden con el grupo de turismo de playa, aunque con menores pesos y distinto orden de importancia, siendo los parques naturales (8,31), los paisajes (8,14) y la atención y el trato (8,13). Y las puntuaciones medias más bajas son similares en cada grupo de provincias, destacando los servicios de taxi (7,30), la seguridad ciudadana (7,38) y la asistencia sanitaria (7,43), en las provincias de interior, y la asistencia sanitaria (6,89), los servicios de taxi (6,98) y de autobuses (6,99), en las provincias de litoral.

Si observamos los trimestres del año, podemos ver que el índice sintético de percepción alcanza sus mayores puntuaciones en el segundo trimestre tanto en las provincias de turismo de playa (7,66) como en las de turismo de interior (7,85) y sus puntuaciones peores en el tercer trimestre para las primeras (7,45) y el primer y el tercer trimestres para las segundas (7,77). En cuanto a los componentes de la oferta turística por separado, se puede observar que en las provincias de turismo de playa hay diez atributos (alojamiento, restauración, autobuses, trenes, playas, paisajes, parques naturales, entornos urbanos, atención y trato y calidad-precio) con las valoraciones más reducidas en el tercer trimestre, otorgán-

dose las mejores puntuaciones en todos los componentes en los trimestres primero y segundo. En las provincias de turismo de interior existe una mayor variedad en las puntuaciones otorgadas en cada trimestre, teniendo seis de los atributos (restauración, ocio, autobuses, paisajes y atención y trato) una puntuación peor en el primer trimestre y diez de los componentes se reparten por igual las mejores valoraciones en el segundo trimestre (ocio, autobuses, trenes, paisajes y seguridad) y el cuarto trimestre (restauración, entornos urbanos, sanidad, atención y trato y calidad-precio).

En definitiva, el análisis descriptivo anteriormente realizado nos indica, en principio, la posibilidad de establecer una relación entre los niveles de uso turísticos o densidades turísticas de los destinos visitados y la satisfacción que experimentan los turistas que visitan estos destinos turísticos, sobre todo, en el grupo de provincias de turismo de playa.

2.3. Resultados

Una vez que se ha comprobado el cumplimiento de los requisitos necesarios para aplicar las técnicas estadísticas utilizadas, se plantea el análisis de la varianza respecto a los componentes de la oferta del destino turístico y relativo a los tres grupos propuestos, es decir, el conjunto de las provincias andaluzas, las provincias andaluzas de turismo de sol y playa y las provincias andaluzas de turismo de interior. Los resultados se detallan en el Cuadro 6.

En el Cuadro 5 se puede apreciar que en el conjunto de Andalucía las temporadas influyen en la satisfacción del turista con los trenes y los entornos urbanos, a un nivel de significación del 10 por 100. Pero,



COLABORACIONES

CUADRO 6
 RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE LA VARIANZA

Componentes	Andalucía	Provincias Turismo playa	Provincias Turismo interior
	Significación	Significación	Significación
Alojamiento	0,705481	0,447217	0,615760
Restauración	0,563162	0,044856**	0,880952
Ocio-diversión	0,305846	0,598852	0,346550
Autobuses	0,628406	0,114586	0,707710
Trenes	0,097074*	0,116516	0,614975
Taxis	0,540280	0,620738	0,817409
Alquiler coches	0,367782	0,759676	0,218169
Playas	0,170228	0,038462**	—
Paisajes	0,375975	0,071750*	0,678961
Parques naturales	0,506571	0,008093***	0,887894
Entornos urbanos	0,065991*	0,025576**	0,303656
Seguridad ciudadana	0,304957	0,624046	0,926181
Asistencia sanitaria	0,976224	0,810028	0,822044
Atención y trato	0,956011	0,063705*	0,966839
Calidad-precio	0,665563	0,009033***	0,689678

Niveles de significación: ***al 1 por 100, **al 5 por 100 y *al 10 por 100.

Fuente: elaboración propia.

sobre todo, destaca la influencia significativa que se ejerce sobre las provincias andaluzas donde existe un predominio del turismo de sol y playa. Como sabemos, estos territorios tienen una mayor saturación de turistas durante el período estival que, precisamente, está definido correctamente en el tratamiento de los datos a través del tercer trimestre del año. En cambio, el grupo de provincias andaluzas de turismo de interior carece de esta precisión, ya que su nivel de uso turístico se distribuye más equitativamente durante todo el año, dominando incluso dos períodos trimestrales en algunos casos.

Se puede observar que las temporadas de las provincias de turismo de playa ejercen su influencia en la satisfacción de los turistas con los parques naturales y la relación calidad-precio a un nivel de significación del 1 por 100; con la restauración, las playas y los entornos urbanos a un nivel de significación del 5 por 100; y con los paisajes y la atención y el trato a un nivel de significación del 10 por 100. Pero es necesario comprobar si esta influencia se relaciona con el exceso del

nivel de uso de los distintos territorios. Para ello, vamos a conocer en qué períodos trimestrales aparece esta influencia, realizando las comparaciones múltiples entre los distintos trimestres mediante la prueba de Bonferroni. Los resultados se muestran en el Cuadro 6.

En el Cuadro 7 se distingue de forma clara que la temporada turística, identificada con el período estival o tercer trimestre del año, influye significativamente en la satisfacción del turista respecto a varios componentes de la oferta del destino que visita. De esta manera, podemos decir que en el grupo de provincias de turismo de sol y playa se aceptan las hipótesis H2, H8, H10, H11, H14 y H15. Es decir, la temporada turística, donde se concentra un mayor número de visitantes, ejerce su influencia sobre la satisfacción del turista con la relación calidad-precio, a un nivel de significación del 1 por 100; con los servicios de restauración y los parques naturales, a un nivel de significación del 5 por 100; y con las playas, los entornos urbanos y la atención y el trato, a un nivel de significación del 10 por 100.



COLABORACIONES

CUADRO 7 COMPARACIONES MÚLTIPLES ENTRE TRIMESTRES EN LAS PROVINCIAS DE TURISMO DE PLAYA		
Componentes	Comparaciones Trimestrales	Sign.
Restauración	TR2-TR3	0,029716**
Playas	TR2-TR3	0,055028*
Paisajes	—	—
Parques naturales	TR1-TR3	0,014705**
Entornos urbanos	TR2-TR3	0,036304**
	TR1-TR3	0,047027**
Atención y trato	TR3-TR4	0,051929*
	TR2-TR3	0,085756*
Calidad-precio	TR2-TR3	0,006128***

Niveles de significación: ***al 1%, **al 5% y *al 10%

Fuente: elaboración propia.

3. Conclusiones

La capacidad de carga es un concepto fundamental en la planificación y gestión de los destinos turísticos, que adquiere un interés creciente a partir del desarrollo turístico sostenible, aunque todavía recibe un escaso tratamiento científico. En el presente trabajo se trata de plantear una propuesta metodológica en la que se compruebe las posibilidades de medida de la capacidad de carga de un destino turístico desde una perspectiva de demanda.

En concreto, se estudia la capacidad de carga psicológica del turista, es decir, se pretende verificar los niveles de tolerancia de los visitantes de un destino turístico respecto a los niveles de uso, que se identifican con las temporadas turísticas. Para ello, se tiene en cuenta el grado de satisfacción de los turistas con un conjunto de componentes de la oferta turística del destino durante distintos períodos de tiempo del año. Se analizan las opiniones de los turistas que visitan las provincias andaluzas durante los últimos años. De este modo, se comprueba que la temporada turística ejerce una influencia significativa en el grupo de provincias de turismo de sol y playa, que es donde existe normalmente una mayor densidad turística. Concretamente, la temporada

turística influye significativamente sobre la satisfacción del turista con la relación calidad-precio, los servicios de restauración, los parques naturales, las playas, los entornos urbanos y la atención y el trato. Así, la temporada alta reduce las respuestas de satisfacción en los aspectos mencionados. Las deficiencias detectadas resultan relevantes a la hora de diseñar las políticas correctivas que sean precisas para mejorar las necesidades del turista. Por lo tanto, este indicador es una aproximación indirecta de la capacidad de carga psicológica del turista, ya que se basa en la detección del cambio en el nivel de satisfacción usual del visitante, comparando distintas temporadas del año, con lo cual puede constituir una señal de alarma que se activa en el momento en que decae significativamente la satisfacción del turista con el destino visitado, respecto a un número determinado de sus componentes ofertados, y que indique la necesidad de intervención de los planificadores turísticos para corregir los impactos negativos producidos.

Con esta metodología de estudio se puede observar que resulta innecesario el cálculo de un número de turistas determinado como umbral de tolerancia en el destino turístico. Es una metodología básica y eficaz, que puede cumplir con los requisitos de un indicador de medida del turismo



COLABORACIONES

sostenible, aunque debe complementarse con la estimación de las capacidades de carga que pertenecen a las dimensiones de oferta, en los ámbitos económico, social y medioambiental. Todo ello conformará la capacidad de carga turística. Los planificadores del destino turístico disponen de este instrumento para detectar los impactos negativos del exceso de los niveles de uso de un destino turístico y para poder actuar en consecuencia.

Por último, mencionar que se estudian los períodos trimestrales y las provincias, por lo que los resultados podrían ser mejorados a través de otros períodos de tiempo más reducidos, como los meses o las semanas, y de otras zonas geográficas más concretas, como las localidades que reciben un gran número de turistas en períodos determinados. Asimismo, se es consciente de que la disminución de la satisfacción del turista no está provocada únicamente por los mayores niveles de uso turísticos, sino que pueden existir otros factores de influencia, por lo que se hace necesario la realización de otros estudios complementarios en los que se descubra de forma directa el grado de rechazo de los visitantes ante estas situaciones de posible saturación y, además, se interpreten las relaciones que puede haber con otros factores.

Bibliografía

- [1] CHOI, H.C. y SIRAKAYA, E. (2006): «Sustainability indicators for managing community tourism», *Tourism Management*, 27 (6), 1274-1289.
- [2] ECHAMENDI LORENTE, P. (2001): «La capacidad de carga turística. Aspectos conceptuales y normas de aplicación», *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 21, 11-30.
- [3] GARRIGÓS SIMÓN, F.J.; NARANGAJAVANA, y PALACIOS MARQUÉS, D. (2004): «Carrying capacity in the tourism industry. A case study of Hengistbury Head», *Tourism Management*, 25, 275-283.
- [4] LIU, Z. (2003): «Sustainable tourism development: a critique», *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (6), 459-475.
- [5] MANNING, R., WANG, B.; VALLIERE, W.; LAWSON, S.; NEWMAN, P. (2002): «Research to estimate and manage carrying capacity of a tourist attraction: a study of Alcatraz Island», *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (5), 388-404.
- [6] MARCHENA GÓMEZ, M.; VERA REBOLLO, F.; FERNÁNDEZ TABALES, A., SANTOS PAVÓN, E. (1999): *Agenda para planificadores locales: turismo sostenible y gestión municipal*, Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- [7] MATHIESON, A. y WALL, G. (1982): *Tourism-economic, physical and social impacts*, Longmann, Essex.
- [8] SAVERIADES, A. (2000): «Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus», *Tourism Management*, 21, 147-156.
- [9] SIERRA LUDWIG, V. (2002): «Desarrollo sostenible: acotaciones conceptuales y revisiones estratégicas», *Boletín Económico del ICE*, 2749, 13-23.
- [10] SWARBROOKE, J. (2002): «Sustainable Tourism Management», CABI Publishing, Oxon.
- [11] VERA REBOLLO, F.V. y IVARS BAIDAL, J.A. (2003): «Measuring sustainability in a mass tourist destination: pressures, perceptions and policy responses in Torrevieja, España», *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (2-3), 181-203.
- [12] VERA REBOLLO, F.V. y BAÑOS CASTIÑEIRA, C.J. (2004): «Turismo, territorio y medio ambiente», *Papeles de Economía Española*, 102, 271-286.



COLABORACIONES

EL SECTOR EXTERIOR

- *Capítulo 1*
ANÁLISIS MACROECONÓMICO DEL SECTOR EXTERIOR ESPAÑOL
- *Capítulo 2*
EL COMERCIO MUNDIAL DE MERCANCÍAS Y SERVICIOS EN 2005
- *Capítulo 3*
EL COMERCIO EXTERIOR DE ESPAÑA EN 2005
- *Capítulo 4*
EL COMERCIO DE SERVICIOS
- *Capítulo 5*
INVERSIONES EXTRANJERAS
- *Capítulo 6*
LA POLÍTICA COMERCIAL ESPAÑOLA
- APÉNDICE ESTADÍSTICO
 - Evolución histórica
 - Comercio exterior por sectores
 - Comercio exterior por secciones arancelarias
 - Comercio exterior por capítulos arancelarios
 - Comercio exterior por áreas geográficas
 - Comercio exterior por áreas y países
 - Comercio exterior por Comunidades Autónomas
 - Turismo
 - Inversiones extranjeras
 - Balanza de pagos
 - Comercio internacional
 - Competitividad



Información:
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
Paseo de la Castellana, 162-Vestíbulo
28071 Madrid
Teléf.: 91 349 36 47