Nº 74, julio-diciembre de 2020, pp. 139-163.
ISSN: 0213-4691. eISSN: 1989-9890.
DOI: 10.14198/INGEO2020.GPHCSM

Investigaciones Geográficas
Instituto Interuniversitario de Geografía
Universidad de Alicante

Cita bibliográfica: Guillén Peñafiel, R., Hernández Carretero, A.M., & Sánchez Martín, J.M. (2020). Claves para mejorar la valoración en destinos turísticos de Extremadura. Una aportación del Proceso de Análisis Jerárquico (PAJ). *Investigaciones Geográficas,* (74), 139-163. https://doi.org/10.14198/INGEO2020.GPHCSM

Claves para mejorar la valoración en destinos turísticos de Extremadura. Una aportación del Proceso de Análisis Jerárquico (PAJ)

Keys to improving the evaluation of tourist destinations of Extremadura. A contribution of the analytic hierarchy process (AHP)

Rebeca Guillén Peñafiel[1]*
Ana María Hernández Carretero[2]
José Manuel Sánchez Martín[3]

Resumen

La actividad turística ofrece numerosas ventajas orientadas al reconocimiento y la valoración del patrimonio. Sin embargo, a pesar de las oportunidades educativas y culturales que posee, un turismo mal gestionado puede desencadenar riesgos que ponen en peligro la naturaleza del patrimonio, su preservación y sus características identificativas. Ante estas amenazas, la educación patrimonial se sitúa como una herramienta fundamental para amortiguar los riesgos y reforzar las oportunidades educativas del turismo. Partiendo de esta idea, este estudio analiza si las prácticas turísticas desarrolladas en tres zonas emblemáticas de Extremadura recogen los principios de la educación patrimonial, aspectos necesarios para garantizar la sostenibilidad. Para ello se aplicó una encuesta a 188 turistas, cuyos resultados se han analizado mediante el proceso de análisis jerárquico. Los resultados detectan la necesidad de introducir un mayor número estrategias educativas durante las prácticas turísticas. Igualmente, revelan que los criterios educativos resultan determinantes para la valoración de un destino y prioritarios para la toma de decisiones futuras encaminadas a mejorar las experiencias turísticas. Esto apoya los resultados de otros estudios que afirman que el turismo no puede entenderse sin una estructura pedagógica.

Palabras clave: educación; patrimonio; turismo; Extremadura; proceso de análisis jerárquico.

Abstract

Tourism offers numerous opportunities for the recognition and appreciation of heritage. Nevertheless, despite these educational and cultural opportunities, poorly managed tourism can trigger risks that endanger the nature of the heritage, its preservation, and its identifying characteristics. Faced with these threats, heritage education is a fundamental tool to cushion risks and strengthen the educational opportunities of tourism. This study analyses whether tourism practices developed in three emblematic areas of Extremadura integrate the principles of heritage education (aspects necessary to ensure sustainability). For this, a survey was made of 188 tourists and the results have been analysed using the hierarchical analysis process. The results detect the need to introduce more educational strategies within tourism.

1 Universidad de Extremadura, Facultad de Formación del Profesorado, España. rebecagp@unex.es. * Autora para correspondencia
2 Universidad de Extremadura, Facultad de Formación del Profesorado, España. ahernand@unex.es
3 Universidad de Extremadura, Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo, España. jmsanche@unex.es

Recepción: 04/02/2020. **Aceptación:** 14/07/2020. **Publicación:** 17/12/2020 (*en prensa*: 06/08/2020).

Este trabajo se publica bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional.
© Rebeca Guillén Peñafiel, Ana María Hernández Carretero, José Manuel Sánchez Martín

Likewise, the results reveal that educational criteria are decisive for the assessment of a destination and for future decision making aimed at improving tourism experiences. This supports the results of other studies that show tourism cannot be understood without a pedagogical structure.

Keywords: education ; heritage; tourism; Extremadura; analytic hierarchy process.

1. Introducción

En los últimos años, el turismo posee una importancia que no solo se manifiesta en el número de personas que se desplazan de un lugar a otro, sino también en la búsqueda de nuevas modalidades turísticas. Entre ellas, resalta el éxito que posee en la actualidad el turismo cultural. En esta tipología, el patrimonio adquiere gran protagonismo como elemento de atracción turística y como fuente de riqueza. Las manifestaciones patrimoniales, tal y como se entienden hoy, remiten a todo aquello que habla del hombre, de sus relaciones con el medio y de la convivencia entre las diferentes culturas. El valor del patrimonio, lejos de la simple consideración de sus características estéticas y monumentales, pasa a ser medido en función de su capacidad de proyectar una identidad, de generar vínculos y difundir una toma de conciencia.

El turismo cultural ha implicado un notable interés por la preservación y puesta en valor de los bienes patrimoniales (Troncoso y Almirón, 2005; González, 2015), con los que mantiene una relación de reciprocidad. Por un lado, el turismo posibilita la difusión patrimonial. Por ejemplo, las prácticas turísticas pueden dar a conocer el valor de los recursos patrimoniales y garantizar una mayor conciencia sobre la importancia de su conservación. Por otro, esta actividad turística puede generar unos recursos económicos suficientes para gestionar el patrimonio.

ICOMOS (1999) resalta el vínculo entre patrimonio y turismo: el turismo favorece la conservación del patrimonio y este puede ser un recurso turístico de gran atracción. Además, constituye una posibilidad para el conocimiento y el respeto de otras culturas, fomentando la interculturalidad:

> El Turismo nacional e internacional sigue siendo uno de los medios más importantes para el intercambio cultural, ofreciendo una experiencia personal no sólo acerca de lo que pervive del pasado, sino de la vida actual y de otras sociedades. El Turismo es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la Naturaleza y de la Cultura. El Turismo puede captar los aspectos económicos del Patrimonio y aprovecharlos para su conservación generando fondos, educando a la comunidad e influyendo en su política. Es un factor esencial para muchas economías nacionales y regionales y puede ser un importante factor de desarrollo cuando se gestiona adecuadamente. (p. 2)

Entre muchas de las oportunidades que ofrece la actividad turística, el intercambio sociocultural, el desarrollo económico o el aprendizaje, resulta importante resaltar el reconocimiento y la estimación que hace la sociedad de su propio patrimonio. Especialmente, de aquel que no destaca por su monumentalidad, estilos artísticos o antigüedad, pero que, igualmente, está cargado de valores, significados y simbologías. Este patrimonio olvidado, amenazado por los actuales modos de vida y por unas relaciones sociales diferentes, se valora como escenario de acontecimientos históricos, de cohesión social, de signos de identidad. Al mismo tiempo, aparece estimulado por un turismo cultural que busca experiencias singulares y sorprendentes. Como indica González (2015):

> Cuando el turismo atribuye un valor tangible al patrimonio cultural de una región, la comunidad residente puede verse impelida no solo a conservarlo, (…), sino también a tomar conciencia de este valor y a adoptar una postura reflexiva sobre la continuidad histórica y cultural de su propia comunidad. (p. 93)

A pesar de las oportunidades educativas y culturales que el turismo posibilita, esta actividad no está exenta de generar algunos riesgos. En la propia Carta Internacional sobre Turismo Cultural (ICOMOS, 1999) se advierte de algunos de los peligros que puede conllevar:

> El Turismo excesivo o mal gestionado con cortedad de miras, así como el turismo considerado como simple crecimiento, pueden poner en peligro la naturaleza física del Patrimonio natural y cultural, su integridad y sus características identificativas. El entorno ecológico, la cultura y los estilos de vida de las comunidades anfitrionas, se pueden degradar al mismo tiempo que la propia experiencia del visitante. (p. 2)

A esto se suman otras amenazas, entre las que sobresalen: impacto sobre comunidades locales, artificialización de la cultura, saturación de lugares, generación de residuos, alteración de hábitats, desnaturalización del paisaje o la mercantilización del patrimonio, valorando el turismo, principalmente, en función de su rentabilidad económica (Santana, 1997; Cànoves, Villarino y Herrera, 2006; Da Silva, 2010; Geovan, Baptista y Cardozo, 2017; Palafox, 2017; Pereiro y Fernandes, 2018).

La sostenibilidad se define como un objetivo prioritario en la gestión de la actividad turística y la finalidad última de la educación en patrimonio. Aparece enfocada al uso óptimo de los recursos culturales y ambientales, fomentando su conservación, al mismo tiempo que promueve unas actividades económicas viables a lo largo del tiempo (Cànoves *et al.,* 2006). Las instituciones públicas intentan promover con sus políticas el desarrollo sostenible, puesto que pueden estimular la valoración de los recursos culturales, contribuir a la toma de conciencia y al reconocimiento de los espacios y recursos. Teniendo en cuenta las posibilidades educativas y sensibilizadoras de la actividad turística, se considera que la relación entre el turismo y el acervo, y, por tanto, la creación de productos turísticos, debe estar fundamentada desde y para la educación. Una realidad urgente si toman como referencia las opiniones de quienes defienden que la sostenibilidad aún está lejos de ser una realidad (Martín y Martín, 2016)

La educación patrimonial señala este tipo de bienes como un recurso didáctico, capaz de generar conocimiento y sensibilización, y favorecer la creación de procesos de enseñanza-aprendizaje (Fontal-Merillas, 2008). A través de este modelo se pretende valorar, comprender, respetar y transmitir el bagaje cultural, entendiendo que no se limita a lo físico, a lo material, sino que también está compuesto por los sentimientos, las relaciones, los anhelos y los miedos del hombre. Asimismo, fomenta el respeto a las diferentes culturas, tanto pasadas como presentes, con sus diferencias y similitudes. A partir de esta corriente se favorece la formación de personas críticas y reflexivas con su entorno social y cultural, a la vez que se contribuye a la formación ciudadana responsable y comprometida con el legado cultural (Guillén y Hernández, 2018).

La necesidad de desarrollar planes y estrategias para impulsar la educación referida a estos bienes ha favorecido la creación del Plan Nacional de Educación y Patrimonio[4] que, entre otros objetivos, pretende coordinar acciones entre los ámbitos educativos formal, no formal e informal por parte de las administraciones públicas estatales, autonómicas y locales. Entre estas acciones se contempla, por una parte, la investigación sobre educación e innovación en didáctica específica de este tipo de atractivos y, por otra, la formación de educadores, gestores y otros agentes culturales e investigadores en educación sobre esta temática. En este escenario didáctico, cobra especial relevancia la interpretación de los recursos culturales (Tilden, 2009; Blockley y Hems, 2013), entendida como una acción educativa que promueve actividades destinadas a generar un sentimiento valorativo. Según Morales (2008) la interpretación patrimonial:

> es una disciplina que consiste en unas técnicas de comunicación estratégica para hacer evidente lo que no siempre es evidente, o que solo es conocido y entendido por los expertos: el significado, la importancia y el valor de esos lugares patrimoniales visitados por el público. (p. 55)

Esta estrategia didáctica facilita la accesibilidad intelectual y emocional. Consecuentemente, las experiencias turísticas son idóneas para entender el legado histórico y artístico, puesto que facilitan un acercamiento vivencial con la realidad (Moncada, Aranguren y Pellegrini, 2016). Sumado a ello, entre los Principios de ICOMOS se recoge la necesidad de establecer una adecuada interpretación de los bienes, imprescindible para los proyectos de turismo cultural: "Principio 1.3. La interpretación y presentación de los programas debería proporcionar un alto nivel de conciencia pública y el soporte necesario para la supervivencia del patrimonio natural y cultural a largo plazo" (ICOMOS, 1999, p. 3). Esta exégesis ejerce un papel relevante en la conservación y protección del legado natural y cultural, considerándose un instrumento eficaz para el desarrollo sostenible del turismo (Martín y Martín, 2016).

La relación turismo-patrimonio debe estar fundamentada sobre los pilares de la educación y supeditada a la interpretación. Con ello, se trata de amortiguar los peligros y reforzar las oportunidades educativas, tanto para el sector turístico como para los recursos. De esta forma, la educación se convierte en una herramienta capaz de promover una relación conciliadora entre sendos aspectos (Geovan *et al.,* 2017).

Partiendo de estas consideraciones, este estudio analiza si las estrategias turísticas desarrolladas en tres zonas de Extremadura responden a los siguientes principios de la educación: valorar, comprender,

4 Ministerio de Cultura y Deporte. http://www.culturaydeporte.gob.es/planes-nacionales/planes-nacionales/educacion-y-patrimonio.html

respetar y transmitir el legado cultural. Con tal fin se diseña una encuesta para conocer la opinión de los turistas en las zonas de estudio seleccionadas: el Parque Nacional de Monfragüe, el Geoparque Villuercas-Ibores-Jara y Trujillo. En la misma, se valoran los siguientes criterios: información, interés, educación, divulgación, guías turísticos, hospedaje, innovación y actividades. Estos dan respuesta a las características y calidades de alojamiento, restauración o servicios complementarios, pero también, especialmente, a la valoración de los turistas sobre aspectos relacionados con la educación, la innovación tecnológica, el interés por concienciar de los profesionales turísticos o la divulgación preventiva; todo ello dependiendo de la tipología de turismo que practiquen.

El análisis de los resultados aportados por la encuesta se realiza mediante un Proceso de Análisis Jerárquico (AHP) que, considerando la multitud de posibilidades de aplicación que ofrece, resulta de gran utilidad para el trabajo planteado. Trata de determinar si los criterios seleccionados, referidos a factores educativos y de interpretación, son determinantes para la elección de un destino, a través de las opiniones de los turistas que visitan las zonas objeto de estudio. La originalidad del estudio reside en que estos criterios no suelen tenerse en cuenta para evaluar las experiencias turísticas, las cuales frecuentemente se miden en función de la calidad de otros servicios que ofrece el ámbito turístico (restauración, hospedaje, accesibilidad, etc.). No obstante, se considera que la evaluación de estos criterios puede ser clave para orientar la planificación hacia productos turísticos más atractivos, activando experiencias más personales, a la vez que se garantiza la educación, conservación, recuperación y respeto por el patrimonio.

2. Metodología

2.1. Delimitación espacial

La zona de estudio seleccionada para la realización de este ensayo metodológico se ha centrado en Extremadura, una zona interior de España, fronteriza con Portugal y sometida a los problemas característicos de estas áreas. Entre ellos destacan: despoblación, envejecimiento, desempleo, abandono agrario, desindustrialización, etc.

En sus 41.634 km^2 residen 1.067.710 personas (Instituto Nacional de Estadística [INE], 2019), destacando muy pocos núcleos con rango urbano. De hecho, tan solo tres ciudades superan el umbral de los 50.000 habitantes, siendo Badajoz el núcleo más poblado (150.702), seguido por Cáceres (92.126) y Mérida (59.335). Aparte de ellas, existen otros pocos que articulan el territorio, como Plasencia, Navalmoral de la Mata, Coria, Moraleja y Trujillo en la provincia de Cáceres y, Almendralejo, Don Benito, Villanueva de la Serena o Zafra en la de Badajoz. Predominan núcleos de escasa población, por lo que se considera una zona eminentemente rural, pues de los 388 municipios que la componen, 217 tienen menos de 1.000 habitantes, a los que se suman 81 más cuya población está comprendida entre 1.000 y 2.000 residentes.

Bajo estas circunstancias, resulta difícil alcanzar un desarrollo socioeconómico en consonancia con el resto del país, a pesar de los esfuerzos realizados por Europa a través de diferentes programas de ayuda. Tal vez, debido a ello y a la indudable riqueza de atractivos, se ha tratado de conseguir un ansiado desarrollo turístico, pensando que el mismo podría suponer un apoyo fundamental para el resto de la economía. Sin embargo, las políticas turísticas se han mostrado deficientes, ya que han contribuido a la implantación de una oferta de alojamiento, a veces poco adaptada al potencial turístico, y han olvidado incluir medidas conducentes a la generación de productos específicos y diferenciados. Igualmente, los análisis de demanda ponen de relieve la estructura de la misma, pero no estudian algunos elementos vinculados a la observación de los recursos y, por supuesto, olvidan la valoración que se hace de ellos.

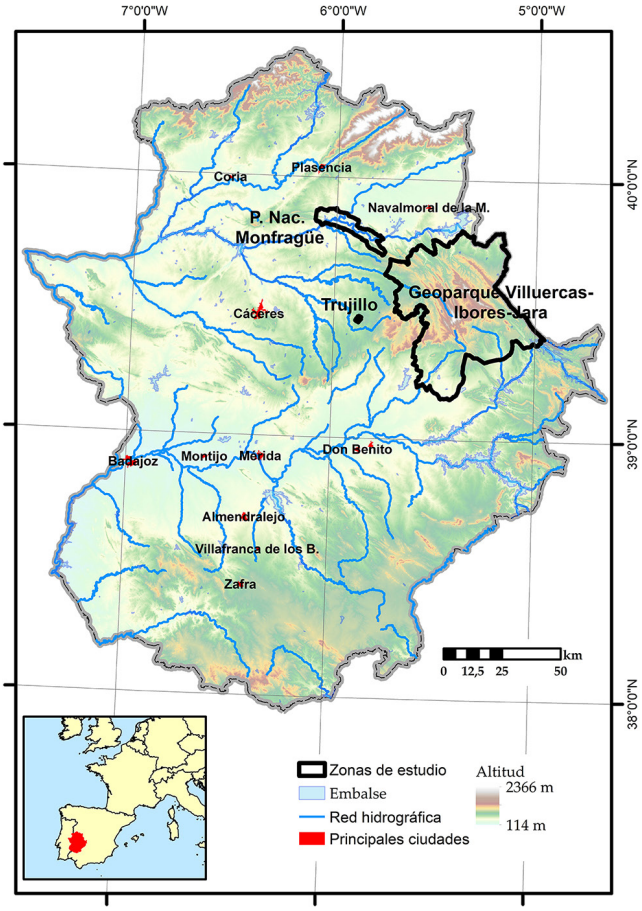
Motivados por esta circunstancia, se han seleccionado tres áreas emblemáticas de Extremadura para abordar un estudio que permita mejorar la valoración de los destinos. Son muy significativas desde el punto de vista turístico, ya sea por el número de visitantes y turistas que acogen, ya sea por el enorme atractivo que tienen para incrementar su presencia y posicionamiento en el sector. Destacan por la presencia de importantes atractivos naturales y culturales, entendidos ambos en su concepción más amplia. Por ello, se erigen como un escenario idóneo para realizar ensayos de corte metodológico, máxime si se tiene en cuenta su proximidad territorial, además de la variedad de tipologías turísticas que las caracterizan.

En concreto, se ha seleccionado el área natural que goza de mayor reputación y nivel de protección en el contexto extremeño, el Parque Nacional de Monfragüe, sobre el que bascula buena parte de la actividad vinculada al ecoturismo y turismo ornitológico de la región.

A ella se ha añadido el Geoparque Villuercas-Ibores-Jara, que forma parte del Patrimonio Mundial de la Unesco y dispone de un importante potencial para el desarrollo del geoturismo, si bien, mantiene un importante atractivo para el turismo cultural debido a que en este vasto enclave se halla situado el núcleo de Guadalupe, cuyo monasterio también forma parte del Patrimonio Mundial. Por último, se ha seleccionado la ciudad de Trujillo, tercer destino turístico de Extremadura por número de turistas, donde prevalece una demanda turística de corte cultural, aunque también desarrolla un turismo rural de carácter genérico en su extenso término municipal.

La selección de estas tres áreas se ha debido a que representan tres formas de turismo diferenciadas. En este sentido destaca el Parque Nacional de Monfragüe como el espacio idóneo para la práctica de turismo de naturaleza; el Geoparque, como exponente de turismo de naturaleza pero matizado por la presencia de Guadalupe, que aúna un gran atractivo cultural; y por último, Trujillo, característico por ser un símbolo del turismo cultural de los ámbitos rurales extremeños, si bien también trata de poner en valor la riqueza ornitológica de su entorno.

Figura 1. Localización de las áreas de estudio en la región de Extremadura y en el conjunto ibérico



Elaboración propia

Se entiende así que se opte por valorar las opiniones que expresan los turistas en el turismo cultural, el turismo rural y el turismo de carácter mixto. Este último posiblemente aumentará su importancia debido a que muchos municipios de la comunidad autónoma atesoran importantes atractivos naturales y culturales, superpuestos sobre el territorio, de tal forma que pueden atraer a segmentos de demanda amplios. A este respecto cabe señalar que buena parte de los municipios pueden desarrollar y, sobre todo, mejorar los productos turísticos, fomentando experiencias basadas en el disfrute, el aprendizaje y, por supuesto, la sostenibilidad, todo ello favorecido por la entrada en vigor de la Ley 6/2018, de 12 de julio, de modificación de la Ley 2/2011, de 31 de enero, de desarrollo y modernización del turismo de Extremadura (Ley 6/2018), según la cual se reconocen numerosas atribuciones a los ayuntamientos. Para

entender el papel de esta administración local, basta recoger las amplias competencias que les atribuye la Ley. Entre ellas destacan promover y fomentar recursos, actividades, fiestas u otros aspectos en relación con el turismo que sean de su interés, siendo este el caso de este núcleo. Además, se realiza una apuesta importante por fomentar el turismo ornitológico, teniendo en cuenta que dentro de las líneas estratégicas que se marcan desde la propia Dirección General de Turismo este segmento del mercado es prioritario. De hecho, con carácter anual se celebra en Villarreal de San Carlos, en pleno corazón de Monfragüe, la Feria Internacional de Turismo Ornitológico, erigiéndose en escaparate para mostrar la enorme riqueza en avifauna que atesora Extremadura.

Sendas áreas, tomadas como base para este estudio, ejercen al mismo tiempo una capacidad de atracción importante, no solo para los viajeros hospedados en las proximidades, sino también para quienes se encuentran más distantes, favoreciendo con ello un importante flujo de excursionistas. De hecho, existen varios estudios que cifran en la isócrona de 60 minutos el punto de inflexión en el que la zona va perdiendo competitividad para captar a visitantes (Sánchez, Rengifo y Martín, 2019a).

Se trata, en definitiva, de símbolos del turismo de naturaleza o del ecoturismo, pero también de la geomorfología y geología peculiar, así como del patrimonio cultural, que se erigen por méritos propios como exponentes para la actividad turística de la comunidad autónoma, tal como se ha puesto de manifiesto en numerosos estudios (Rengifo y Sánchez, 2017; Sánchez Rengifo y Martín, 2019b) Junto a la enorme riqueza patrimonial que atesoran, cabe recalcar que se encuentran próximas entre ellas y pueden favorecer la creación de itinerarios específicos, en los que coexistan productos turísticos orientados hacia un visitante cultural, a otro apasionado por la naturaleza o con preferencias mixtas.

La compenetración entre diferentes modalidades turísticas está asegurada, porque, si bien cada espacio tiene una vocación preferente o más reconocida, disponen de un rico y variado patrimonio, sea este del tipo que fuere, siendo además cada vez mejor valorado por la demanda.

Todo ello se traduce en que se ha instalado, de forma progresiva, en esta área una oferta de alojamiento numerosa si se tiene en cuenta su carácter rural e interior, pareja a la capacidad de restauración, que en diciembre de 2017 estaba cifrada para el conjunto del territorio analizado en 12.356 y 30.665 plazas, respectivamente. Dicha cantidad de oferta se entiende si se considera que este espacio fue visitado, conjuntamente, en 2017 por un total de 209.006 turistas, que generaron más de 370.000 pernoctaciones (Campesino, Ramajo, Rengifo, Sánchez y Sánchez, 2018). Esta situación general presenta, no obstante, importantes matices entre cada una de las zonas estudiadas, destacando sobre todo Trujillo y su entorno, así como el Parque Nacional de Monfragüe, mientras que queda algo más rezagada la zona correspondiente al Geoparque (Tabla 1).

Tabla 1. Principales parámetros turísticos de la zona de estudio

	Demanda		Oferta		Ratios	
Zona analizada	Viajeros	Pernoctaciones	Alojamiento	Restauración	Estancia media	Pernoctaciones / plaza
Geoparque Villuecas-Ibores-Jara	34.891	56.744	2.774	5.584	1,63	20,46
Parque Nacional de Monfragüe y su entorno	77.593	148.925	4.202	11.049	1,92	35,44
Trujillo y su entorno	96.522	164.414	5.380	14.032	1,70	30,56
Σ	209.006	370.083	12.356	30.665		

Fuente: Campesino *et al.* (2018)

Como se observa en la breve descripción del entorno, existe cierto nivel de desarrollo turístico, aunque es posible que la capacidad de atracción pueda mejorarse si se tiene en cuenta la valoración que realiza la demanda sobre los diferentes aspectos recogidos en el cuestionario y que podría mejorar la experiencia de los visitantes. En tal sentido resulta preocupante la baja estancia media que posee la zona, de lo que se deduce la existencia de un importante margen de mejora a la hora de establecer una política turística conducente a incrementar el atractivo de esta área; a la vez, aparece un grave problema cuando se aborda el grado de ocupación de plazas, pues a lo largo del año, cada una de ellas se ocupa 20 días en el caso del Geoparque, hasta un máximo de 35 en el Parque Nacional.

2.2. Método y técnicas

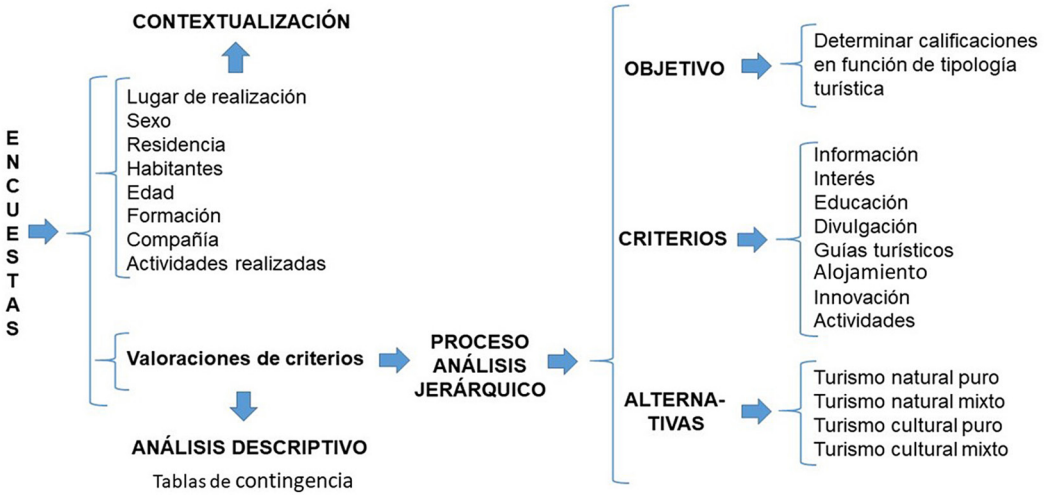
Existen numerosas formas de conocer la valoración que hace la demanda turística de un destino, si bien, han proliferado los portales en Internet que se encargan de recopilar información referida a la experiencia que vive el viajero. En unos casos, se ocupan de recoger las opiniones vertidas sobre un lugar, ya sea refiriéndose a la oferta de alojamientos o de restauración, a las actividades realizadas, o al recurso turístico en sí, de forma libre. No obstante, tienen un control de veracidad poco transparente, como ocurre en Google+ o TripAdvisor, portales en los que cualquier persona puede expresar su opinión, sin que necesariamente la haya podido constatar. Este proceder ha llevado a que este tipo de empresas recopiladoras de opiniones hayan desarrollado métodos específicos para detectar opiniones falsas y garantizar, en cierto modo, que las sentencias recogidas se ajusten a la realidad. Pese a ello, suscitan incertidumbre sobre la veracidad de las mismas, lo que incide en que este tipo de comentarios puedan estar sesgados. No obstante, existen webs específicas que verifican que, al menos cuando se comenta sobre la oferta turística, la persona que realiza el comentario ha debido hospedarse en el alojamiento sobre el que hace la referencia, algo a lo que Booking, por ejemplo, presta más atención.

A pesar de que este tipo de páginas resulta cada vez más abundante, suele ser difícil analizarlas, sobre todo cuando se opina de forma libre y no se encuentra sometida a los mismos criterios y, máxime cuando no se refiere a alojamientos sino al propio destino turístico.

Ante esta dificultad, se muestra preferencia por un desarrollo metodológico sencillo y basado en una técnica bien conocida cuando se trata de jerarquizar algún aspecto, el Proceso de Análisis Jerárquico (Font, 2000; Maris, 2000; Osorio y Orejuela, 2008). Esta técnica se ha utilizado para múltiples propósitos, como el crecimiento sostenible (Hermenegildo y Rueda, 2013), la valoración de atractivos (Hernández, León, Pérez y Casas, 2011; Hoil, Carbajal, Sánchez y Dávila, 2019), estrategias (Hernández, Martínez, Pérez, Mendoza y Bellato, 2018) o productos turísticos (Pérez y González, 2008).

El desarrollo de la investigación se ajusta al siguiente esquema (Figura 2), que será explicado a continuación.

Figura 2. Esquema metodológico



Elaboración propia

Con el fin de analizar y comprender la jerarquización en las opiniones que tiene la demanda turística sobre ciertos aspectos que caracterizan al área analizada, ha sido preciso recurrir a la elaboración de encuestas, ya que no existe ninguna fuente previa que disponga de la información necesaria para cumplir con el objetivo de la presente investigación, centrado en el análisis de preferencias relativas al destino, a la oferta o a la forma de comunicarlo como elemento necesario para la mejora de la experiencia turística.

El procedimiento seguido ha partido del diseño de un cuestionario específico y adaptado para que sea respondido en el menor tiempo posible y también numerosos desplazamientos para mantener el siempre necesario contacto directo con la demanda. El número de encuestas realizadas para el conjunto del área

de estudio ha ascendido a 188, siguiendo un muestreo estratificado, con una afijación proporcional al número de visitantes recibidos en cada una de ellas. Se han realizado aprovechando el periodo estival de 2018 (julio, agosto y septiembre), que coincide precisamente con el de máxima afluencia de turistas en Extremadura. Estas encuestas se han realizado únicamente a turistas, exigiendo, por tanto, la existencia de al menos una pernoctación en el área analizada. Con ello se descarta a numerosos excursionistas que se desplazan desde otras áreas, incluida la propia región. El motivo no es otro que valorar de forma amplia el destino, en el que la oferta de alojamiento forma una parte necesaria aunque no suficiente.

La cifra de encuestas se revela suficiente para determinar la bondad de la metodología propuesta a la hora de obtener una jerarquía de los criterios más valorados por la demanda. Prueba de ello es que, si se toma como referencia los 209.006 turistas que acogió el territorio analizado en 2018 y las 188 encuestas realizadas, el margen de error con un 95% de confianza para el caso más desfavorable es del 7,1% y para el más favorable del 4,3%.

En concreto, los datos específicos sobre la distribución muestral son los siguientes (Tabla 2):

Tabla 2. Características muestrales

Zona	Muestra	Puntos de encuestación
Geoparque Villuercas-Ibores-La Jara	54	Guadalupe y Mina de Logrosán
Parque Nacional de Monfragüe	65	Salto del Gitano, zona alta del Castillo y Centro de Recepción de Visitantes de Villareal de San Carlos
Trujillo	69	Plaza Mayor
Total	188	

Elaboración propia

La metodología diseñada se ha basado en el desarrollo de un cuestionario específico, necesariamente breve al tratarse de un ensayo para medir la idoneidad metodológica, que incluye los aspectos más destacables para definir posteriormente la valoración que merece un destino en función de la propia tipología turística que practique la persona encuestada. Está compuesto por muy pocas preguntas, referidas al lugar de realización, la nacionalidad, el sexo, la edad, el tipo de visitante, la tipología de turismo que practica en diferentes periodos vacacionales y la valoración de los aspectos que permitirán determinar qué criterios prioriza en el destino, siempre partiendo de sus preferencias. Resulta evidente que el número de preguntas podría haberse completado mucho más, aunque esto supone cierto riesgo al elevar el tiempo de respuesta de los turistas, algo que podría haber limitado las respuestas. Además, existen numerosos informes emitidos por el Observatorio de Turismo de Extremadura que analizan de forma exhaustiva el perfil socioeconómico de la demanda, su procedencia, el gasto o incluso el nivel de satisfacción. En cualquier caso, las cuestiones que se plantean a la demanda son suficientes como para abordar con garantías el estudio propuesto.

Precisamente, la jerarquización de los criterios resulta una cuestión clave para la investigación, ya que es uno de los aspectos que tiene poca incidencia en la literatura actual, si bien resulta enormemente útil para diseñar productos turísticos específicos o mejorar los existentes, máxime si se tiene en cuenta que la demanda valora de forma diferenciada cada uno de los criterios, siempre considerando las modalidades turísticas practicadas.

A nivel metodológico, dichos criterios son los más relevantes, ya que persiguen como objetivo fundamental que el turista se pronuncie sobre si aspectos referidos a la información que recibe, el interés despertado, y el uso de tecnologías innovadoras, cumplen realmente una misión educativa o divulgativa. El tiempo estimado y posteriormente corroborado para la cumplimentación del cuestionario es de apenas 2 minutos de duración, periodo de tiempo asumible para la mayor parte de los turistas, sobre todo cuando se les explica el objetivo del cuestionario y cómo puede influir en el futuro turístico del espacio analizado.

Esta forma de obtener información sobre la opinión que tiene la demanda ha sido tratada con otro tipo de técnicas, aunque su enfoque era claramente distinto y se orientaba a valoraciones de atractivos turísticos, para lo que se recurría a una combinación de pares de fotos. No obstante, esa metodología de comparación por parejas en la elaboración de encuestas tendría una duración aproximada de 3 a 5 minutos, aunque dado su desarrollo tendría que simplificarse hasta alcanzar un número de combinaciones razonable, lo que daría lugar a la pérdida de la mitad de los criterios seleccionados para el análisis (Tabla 3).

Tabla 3. Estructura de la encuesta

Variable	Ítems
Lugar de realización	Geoparque Villuercas-Ibores-Jara / Parque Nacional de Monfragüe / Trujillo
Sexo	Hombre / Mujer
Lugar de residencia	España / Extranjero
Tamaño del lugar de residencia	Menos de 2.500 hbs. / De 2.500 a 5.000 / De 5.001 a 10.000 / De 10.001 a 50.000 / Más de 50.000 hbs.
Grupo de edad	Hasta 12 años / De 13 a 17 / De 18 a 25 / De 26 a 35 / De 36 a 45 / De 46 a 55 / De 56 a 65 / Más de 65 años
Nivel educativo	Estudios Primarios / Secundarios / Universitarios / NS-NC
Con quién viaja	Sólo / En pareja / Con amigos / Con familiares / En grupo organizado / Con centro educativo
Actividades realizadas y orden de elección (1ª a 5ª opción)	Visitar patrimonio histórico-artístico / Conocer el patrimonio rural de los pueblos / Visitar museos / Visitar centros de interpretación / Gastronomía-enología / Observación de aves / Practicar deporte / Visitar minas o cuevas y formaciones geológicas / Turismo en ríos y gargantas o embalses / Caza-pesca / Participar en congresos, seminarios, jornadas científicas o de divulgación / Participar en campos de trabajo, aulas de la naturaleza o talleres educativos / Observación del cielo
Calificación de elementos según escala Likert (1=muy malo; 5= muy bueno)	Información suministrada / Interés que manifiesta / Educación / Divulgación / Guías de turismo / Alojamiento / Innovación / Actividades realizadas

Elaboración propia

La información obtenida mediante las encuestas realizadas permite establecer dos tipos de análisis bien diferenciados. Por un lado, se elige un tratamiento meramente descriptivo, cuyo objetivo principal consiste en constatar si existen diferencias en la estructura y opiniones que refleja la demanda sobre cada uno de los ítems analizados. Para ello se ha optado por aplicar un sencillo análisis de contingencia que considera como variable discriminante la zona elegida para la encuestación, y como variable analizada cada criterio. Por otro lado, se ha recurrido a aplicar un proceso de análisis jerárquico, metodología multicriterio desarrollada a finales de la década de los 70 por Saaty, aunque con plena vigencia en la actualidad, como refleja la múltiple literatura especializada.

Esta técnica se basa en una combinación de la percepción humana, así como en el interés y la experiencia para priorizar opciones en situaciones confusas. Es decir, facilita la toma de decisiones en un mundo complejo, donde no todas las opciones tienen las mismas probabilidades de éxito, tal como se ha puesto de manifiesto en múltiples publicaciones (Toskano, 2005). *Grosso modo*, analiza pares de prioridades de importancia, preferencia o probabilidad de parejas de elementos en función de un atributo o criterio común representado en la jerarquía de decisión (Saaty, 1980, 1987, 1990). Para ello se utiliza una escala de preferencias según el planteamiento que se derive de las opiniones. Fluctúa entre 9 para lo extremadamente preferible hasta el 1, que implica una igualdad total en las preferencias.

Según el propio Saaty (1978), el procedimiento que se sigue está orientado hacia el cumplimiento de tres principios básicos:

- La construcción de jerarquías
- El establecimiento de probabilidades
- El principio de consistencia lógica

Sobre ellos se sustenta un armazón complejo que parte de 3 niveles bien diferenciados, pero a la vez interconectados, ya que el sistema no puede funcionar de forma aislada. El primero está configurado por el objetivo, el segundo, por los criterios utilizados, y el tercero, por las alternativas.

En el caso de estudio, el objetivo consiste en determinar el potencial turístico del territorio, tomando como criterios las 8 variables analizadas y que conforman las preguntas realizadas a la demanda, mientras que las alternativas se han centrado en 4: el turismo natural puro (cuando predominan claramente los aspectos naturales), el turismo natural mixto (cuando son mayoritarios los criterios referidos a la naturales, pero no actúan en exclusividad), el turismo cultural puro (cuando predominan los aspectos culturales) y el turismo cultural mixto (cuando los criterios vinculados a la cultura superan a los de naturaleza), al ser los más representativos de Extremadura. Obviamente, se podrían incluir otros subtipos, e incluso se podrían añadir más criterios, aun a costa de incrementar la complejidad. No obstante, dado el matiz de

ensayo de esta apuesta metodológica, se ha preferido apostar por la sencillez y, una vez validada la bondad del método diseñado, profundizar en su nivel de desarrollo.

La aplicación del proceso de análisis jerárquico determina, además de seleccionar criterios y alternativas, unas equivalencias en la escala de preferencias. Para ello, se ha procedido de la siguiente forma:

Cálculo de la media ponderada de todas las respuestas, tomando como elemento discriminante el conjunto de respuestas obtenidas para cada criterio analizado. En este sentido se destaca que, si se considera que dentro de la escala Likert la valoración 1 se corresponde con el valor mínimo y la valoración 5 con el valor máximo, el sumatorio de respuestas valoradas con la puntuación 1, se multiplicaba por 1; la suma de respuestas valoradas con 2 puntos, se multiplicaba por 2 y así sucesivamente hasta llegar a la suma de respuestas valoradas con 5, que se multiplicaba por 5. Es decir, seguía la expresión siguiente:

$$\textit{Media ponderada} = \{(rv_{x1}*1)+(rv_{x2}*2)+(rv_{x3}*3)+(rv_{x4}*4)+(rv_{x5}*5)\} / n;$$

siendo rv_x el número de respuestas que obtiene la puntuación x, valor que fluctúa entre 1 y 5; y n equivale al número total de respuestas.

Para construir la matriz de prioridades y la obtención del vector promedio se ha optado por aplicar la escala de Saaty, estableciendo que se incrementa una categoría en la escala propuesta por dicho autor siempre que se supere 0,25 de diferencia o fracción entre los criterios comparados. De este modo, se obtiene:

Diferencia de medias ponderadas entre criterios	Rango de valores	Escala de Saaty
Criterio a vs. Criterio b	≤ 0,25	1 (igual importancia)
Criterio a vs. Criterio b	> 0,25 – 0,50	2 (valor intermedio entre 1 y 3)
Criterio a vs. Criterio b	> 0,50 – 0,75	3 (moderada importancia)
Criterio a vs. Criterio b	> 0,75 – 1,00	4 (valor intermedio entre 3 y 5)
Criterio a vs. Criterio b	> 1,00 – 1,25	5 (fuerte importancia)
Criterio a vs. Criterio b	> 1,25 – 1,50	6 (valor intermedio entre 5 y 7)
Criterio a vs. Criterio b	> 1,50 – 1,75	7 (muy fuerte importancia)
Criterio a vs. Criterio b	> 1,75 – 2,00	8 (valor intermedio entre 7 y 9)
Criterio a vs. Criterio b	> 2,00	9 (extrema importancia)

Obviamente, las relaciones recíprocas entre las comparativas se obtienen, tal como propone Saaty (1978), con el valor inverso. Esto es, 1; 1/2; 1/3; … 1/9.

Estos mismos criterios son aplicables cuando se realiza la matriz criterios con las correspondientes alternativas, teniendo en cuenta que los promedios ponderados utilizados se refieren a cada una de las alternativas analizadas, ya sean turismo cultural o natural, tanto puros como mixtos. La selección de alternativas se ha realizado siguiendo los criterios que hacen referencia a las opiniones que manifiesta la demanda sobre las actividades que desarrolla durante la visita.

De forma concreta, se incluyen como actividades vinculadas al turismo cultural puro la visita al patrimonio histórico-artístico y los museos, a las que se ha añadido la participación en congresos o seminarios y, por supuesto, la gastronomía y enología como expresiones culturales. En cambio, se ha asociado al turismo natural puro la visita al patrimonio rural vinculado al aprovechamiento del mismo como medio para disfrutar de la naturaleza o la práctica deportiva, como sucede con las vías pecuarias o las vías verdes. Junto a esta actividad se han incluido otras como la observación de aves o del cielo, la visita a formaciones geológicas, el turismo en ríos y embalses, o la práctica de deportes además de la caza y pesca. También en este grupo se han integrado la participación en campos de trabajo, aulas de naturaleza o talleres educativos y la visita a centros de interpretación de la naturaleza. A pesar de que estos grupos aparecen claramente definidos, también se ha optado por incluir otras dos alternativas, referidas a un tipo de demanda mixta, que disfruta de todos los atractivos naturales y culturales disponibles en el territorio. En este caso, se ha dado prevalencia en la nomenclatura al conjunto de actividades que predomina. Así, la alternativa turismo cultural mixto engloba las respuestas de quienes seleccionan más criterios culturales que naturales. En cambio, cuando sucede lo contrario, se asigna a la alternativa de turismo natural mixto (Tabla 4).

Tabla 4. Determinación de alternativas basada en actividades realizadas

Turismo cultural puro	Turismo natural puro	Turismo cultural mixto	Turismo natural mixto
Visitar patrimonio histórico-artístico	Conocer el patrimonio rural de los pueblos vinculado al aprovechamiento del medio.	Predominan las respuestas en los criterios culturales, aunque también son importantes en el turismo natural.	Predominan las respuestas en los criterios naturales sobre los culturales.
Visitar museos	Visitar centros de interpretación de la naturaleza		
Gastronomía/enología	Observación de aves		
Participar en congresos, seminarios o jornadas científicas o de divulgación	Practicar deporte		
	Visitar minas o cuevas y formaciones geológicas		
	Turismo en ríos y gargantas o embalses		
	Caza/pesca		
	Participar en campos de trabajo, aulas de la naturaleza o talleres educativos		
	Observación del cielo		

Elaboración propia

A partir de este punto, únicamente resta obtener la matriz de jerarquías ponderadas, cuyos resultados, una vez interpretados, servirán de base para realizar unas propuestas de actuación.

3. Resultados

La aplicación de la metodología propuesta precisa del análisis exhaustivo de las dos técnicas centrales: las tablas de contingencia y el proceso de análisis jerárquico. La primera permite la aplicación de la segunda, así como su mejor comprensión, si bien, son los resultados del proceso de análisis jerárquico los que fundamentan la investigación.

3.1. Análisis de tablas de contingencia

Los resultados que ofrece la tabla de contingencia emitida por las valoraciones que realizan los encuestados a las preguntas que configuran los criterios seleccionados para la aplicación del proceso de análisis jerárquico, son esclarecedores. Se observan diferencias entre las áreas analizadas, sobre todo en las puntuaciones más elevadas (Tabla 5). Destacan la educación, la innovación y la divulgación como los criterios peor valorados, alcanzando las mejores valoraciones la información y el alojamiento.

Existen escasas variaciones entre zonas en el caso de la información, aunque algo más notorias en el alojamiento, que aparece peor valorado en la zona de Trujillo (valor 4 de 32,3%; valor 5 de 25,8%), frente al Geoparque (valor 4 de 51,5%; valor 5 de 25,5%) y el Parque Nacional (valor 4 de 52,5%; valor 5 de 23%). No obstante, se debe considerar que, a nivel general, para los criterios con mejores puntuaciones, los porcentajes más elevados se recogen en el nivel 4 de la escala, y no en el 5, lo que significa que existe cierto margen de mejora. Tanto es así que, para el valor 5 de la escala Likert, las puntuaciones más altas apenas recogen el 35% de las valoraciones. Así, queda patente la necesidad de trabajar en la mejora de estos aspectos, al menos, hasta conseguir que las mayores valoraciones superen a las precedentes.

En el extremo opuesto se encuentran la educación, la innovación y la divulgación, cuyas puntuaciones más elevadas se recogen en los niveles de respuesta más bajos (1, 2 y 3), sosteniendo porcentajes que varían entre el 3,3%-15,4%, el 15,4%-34,4% y el 26,2%-49,2%, respectivamente. Ello identifica la escasa presencia del factor educativo en las experiencias turísticas, ítem que alcanza las puntuaciones inferiores en el caso del Parque Nacional (valor 4 de 9,8%; valor 5 de 3,3%), si bien en el Geoparque (valor 4 de 13,5%; valor 5 de 7,7%) y en Trujillo (valor 4 de 23%, valor 5 de 13,1%) también son reducidas. Este criterio comprende todo lo relativo a la comprensión, sensibilización y concienciación patrimonial, lo que refleja las valoraciones de unos turistas que demandan mayor preocupación e insistencia en los procesos

educativos que manifiesten actitudes de respeto hacia el entorno y todo el conjunto patrimonial que albergan las zonas analizadas.

Tabla 5. Valoraciones según el lugar de visita de las personas encuestadas

		Valoraciones (%)					
		NS/NC	1	2	3	4	5
Información	Geoparque	0,0	0,0	0,0	32,0	42,0	26,0
	Monfragüe	0,0	0,0	0,0	20,6	57,1	22,2
	Trujillo	0,0	1,6	6,6	16,4	45,9	29,5
Interés	Geoparque	0,0	5,8	11,5	40,4	21,2	21,2
	Monfragüe	0,0	3,2	14,3	49,2	22,2	11,1
	Trujillo	0,0	1,6	7,9	31,7	22,2	36,5
Educación	Geoparque	0,0	15,4	15,4	48,1	13,5	7,7
	Monfragüe	0,0	3,3	34,4	49,2	9,8	3,3
	Trujillo	0,0	11,5	26,2	26,2	23,0	13,1
Divulgación	Geoparque	6,0	10,0	28,0	26,0	26,0	4,0
	Monfragüe	0,0	3,6	5,5	50,9	30,9	9,1
	Trujillo	3,3	6,6	26,2	34,4	23,0	6,6
Guías turísticos	Geoparque	0,0	0,0	34,7	24,5	24,5	16,3
	Monfragüe	0,0	0,0	3,4	20,7	48,3	27,6
	Trujillo	0,0	1,9	9,6	26,9	46,2	15,4
Alojamiento	Geoparque	0,0	0,0	4,3	19,1	51,1	25,5
	Monfragüe	0,0	1,6	1,6	21,3	52,5	23,0
	Trujillo	0,0	1,6	1,6	38,7	32,3	25,8
Innovación	Geoparque	0,0	16,2	18,9	32,4	18,9	13,5
	Monfragüe	0,0	1,9	24,1	55,6	14,8	3,7
	Trujillo	2,0	4,0	18,0	38,0	28,0	10,0
Actividades	Geoparque	0,0	11,4	15,9	29,5	25,0	18,2
	Monfragüe	0,0	0,0	5,5	30,9	47,3	16,4
	Trujillo	4,0	4,0	10,0	36,0	28,0	18,0

Elaboración propia

En lo relativo a la innovación, sigue una línea similar al caso anterior, si bien, con puntuaciones algo más elevadas en los valores 4 y 5 y manteniendo su mayor peso en los valores 1, 2 y 3, con cifras que oscilan entre el 1,9%-16,2% en el primer caso, el 28%-24,1% para el siguiente valor y entre el 29,5%-55,6% para la puntuación 3. Nuevamente, el Parque Nacional de Monfragüe se sitúa como la zona peor valorada en cuanto a la Innovación (valor 4 de 14,8%; valor 5 de 3,75%), seguido del Geoparque (valor 4 de 18,95%; valor 5 de 13,5%) y de Trujillo, con cifras considerablemente mejoradas (valor 4 de 28%; valor 5 de 10%). Los resultados sostienen la necesidad de perfeccionar la innovación y aumentar el atractivo de los centros de interpretación y museos de la zona. Ello implica, no solo un progreso en las infraestructuras y los materiales de los centros, sino también en las estrategias metodológicas que el personal de estos centros de educación no formal utiliza para enseñar a interpretar el entorno.

La divulgación también se sitúa como uno de los tres criterios peor valorados, aunque, en este caso, el Parque Nacional resulta la zona con puntuaciones más elevadas (valor 4 de 30,9%; valor 5 de 9,1%), frente al Geoparque (valor 4 de 26%; valor 5 de 4%) y a Trujillo (valor 4 de 23%; valor 5 de 6,6%). Las puntuaciones iguales e inferiores al nivel 3 de la escala predomina, con un valor de 1 que fluctúa entre el 3,3%-10%, un valor 2 entre 5,5%-28% y un valor 3 que varía entre el 26%-50,9%. Esto se traduce en una necesidad de mejora de la divulgación de los centros de interpretación, museos, oficinas de turismo, asociaciones o empresas que pongan en conocimiento el valor de los recursos patrimoniales de las zonas; un valor que, en muchas ocasiones, parece no llegar a un gran número de destinatarios.

Junto a ello, aparecen algunos criterios que presentan valoraciones intermedias, como es el caso de los guías turísticos o el interés. Sin embargo, no pasan desapercibidos, debido a la variabilidad de puntuaciones observadas entre las zonas analizadas. En cuanto a los guías, resultan mejor valorados en el Parque Nacional de Monfragüe (valor 4 de 48,3%; valor 5 de 27,6%), seguido por Trujillo (valor 4 de 46,2%; valor 5 de 15,4%) y, por último, con puntuaciones considerablemente inferiores el caso del Geoparque (valor 4 de 24,5%; valor 5 de 16,3%). Esto, unido a la baja valoración recibida a la educación, suscita posibles mejoras futuras en el proceso de educar en patrimonio.

Por otra parte, el interés, criterio relativo a la disposición para conservar y proteger el medio natural y cultural, presenta mejores respuestas en el caso de Trujillo (valor 4 de 22,2%; valor 5 de 36,5%), mientras que en el Geoparque (valor 4 de 21,2%; valor 5 de 21,2%) y en el Parque Nacional (valor 4 de 22,2%; valor 5 de 11,1%) se encuentran puntuaciones inferiores. Así, la zona de Monfragüe necesita mayor implicación en este sentido.

Por último, las actividades turísticas complementarias ofertadas presentan importantes diferencias entre zonas, resultando mejor valoradas en el caso del Parque Nacional (valor 4 de 47,3%; valor 5 de 16,4%) y con puntuaciones menores y similares para el caso de Trujillo (valor 4 de 28%; valor 5 de 18%) y del Geoparque (valor 4 de 25%, valor 5 de 18,2%). En este criterio, las puntuaciones más elevadas se encuentran en el valor 3 de la escala Likert, por lo que el turista demanda la existencia de un mayor número de actividades para complementar su visita, especialmente en las zonas del Geoparque y de Trujillo.

Según los resultados descritos, ninguna de las tres zonas destaca especialmente en los criterios analizados. No obstante, el caso más significativo señala, especialmente, a la educación. Los turistas reconocen la existencia de escasos procesos de enseñanza y aprendizaje, aspecto del que se deriva, a su vez, poco interés por difundir la conciencia sobre el cuidado de los bienes que componen el legado material e inmaterial. Ello enfatiza la concatenación de consecuencias derivadas de una deficiente praxis en la divulgación de los atractivos turísticos. Este hecho es preocupante, pues si no se educa en estos valores, podría desconocerse el valor que acoge cada recurso como símbolo portador de riqueza natural y cultural y, fruto de ello, podrían desprenderse conductas poco favorables para su conservación y protección. Todo implica la necesidad de reforzar los procesos de identidad patrimonial, es decir, ofrecer técnicas para que el turista o toda aquella persona que visite estas áreas pueda comprender el rico acervo cultural de las mismas, en su más amplia acepción, además de incrementar la sensibilidad hacia la preservación del bien que utilizan y disfrutan.

La valoración de los entrevistados sobre los criterios que han servido de base para este estudio tiene especial interés cuando se muestran los resultados correspondientes a diferentes grupos de edad. Para ello se analizan 8 tramos etarios que comprenden desde menores de 12 años hasta mayores de 65 (Tabla 6). A nivel general, se observa la tendencia de que, a mayor edad, existen valoraciones más bajas, especialmente para aquellas personas con más de 65 años, si bien la franja de edad situada entre los 56 a los 65 años también se muestra exigente ante muchos de los criterios señalados. Así, aquellos turistas que tienen una edad igual o inferior a 25 años señalan frecuentemente las puntuaciones más altas. Partiendo de esta idea, el resto de grupos de edad evalúa de forma similar otros criterios, siempre teniendo en cuenta que aquellos más valorados, como se indicaba anteriormente, son la información y el alojamiento, así como los menos valorados resultan la educación, la divulgación y la innovación.

El criterio que muestra mayores contrastes en su valoración sobre los distintos niveles de edad es la educación, pues quienes tienen hasta 25 años le confieren una puntación bastante más elevada que el resto. Especialmente relevantes son las diferencias con el grupo de edad de entre 56 y 65 años, que registra los resultados más bajos de todo el conjunto (valor 4 de 9,1%; valor 5 de 3%).

Asimismo, existen otros criterios que también recogen puntuaciones dispares, sobre todo en lo que respecta a algún grupo etario en particular. Este es el caso del interés; criterio en el que los turistas mayores de 65 años otorgan puntuaciones superiores (valor 4 de 57,1%; valor 5 de 14,3%). Otro caso llamativo es la divulgación, con unos valores muy bajos para la población mayor de 65 años (valor 4 de 16,7%; valor 5 de 0%) que, sin duda, se muestra más crítica. El último de los criterios analizados responde a las actividades, mejor valoradas por la población mayor de 65 años (valor 4 de 66,7%; valor 5 de 0%).

No obstante, los resultados más elevados suelen registrarse en los valores 2, 3 y 4 de la escala Likert, por lo que, a nivel global, se considera la interpretación de unos resultados que parten de valores fundamentalmente medios.

Tabla 6. Valoración de criterios según la edad de las personas encuestadas

Valoraciones (%)							Franja etaria		Valoraciones (%)					
NS/NC	1	2	3	4	5				NS/NC	1	2	3	4	5
0	0	0	33,3	33,3	33,3	Información	**Hasta 12 años**	Guías turísticos	0	33,3	0	33,3	0	33,3
0	0	0	0	80	20		**13 a 17 años**		0	0	0	20	60	20
0	16,7	0	0	83,3	0		**18 a 25 años**		0	0	16,7	16,7	66,7	0
0	0	0	9,5	57,1	33,3		**26 a 35 años**		0	0	11,1	27,8	38,9	22,2
0	0	7,7	21,2	38,5	32,7		**36 a 45 años**		0	0	12,8	23,4	44,7	19,1
0	0	0	29,8	48,9	21,3		**46 a 55 años**		0	0	18,6	20,9	41,9	18,6
0	0	0	27,3	48,5	24,2		**56 a 65 años**		0	0	13,3	33,3	30	23,3
0	0	0	28,6	57,1	14,3		**Más de 65 años**		0	0	42,9	0	28,6	28,6
0	0	33,3	0	0	66,7	Interés	**Hasta 12 años**	Alojamiento	0	0	0	0	66,7	33,3
0	0	0	50	0	50		**13 a 17 años**		0	0	0	40	0	60
0	0	14,3	28,6	14,3	42,9		**18 a 25 años**		0	0	0	33,3	66,7	0
0	0	4,8	57,1	14,3	23,8		**26 a 35 años**		0	0	0	21,1	47,4	31,6
0	7,7	15,4	30,8	15,4	30,8		**36 a 45 años**		0	2	2	21,6	47,1	27,5
0	2,1	12,5	45,8	25	14,6		**46 a 55 años**		0	2,1	2,1	25,5	51,1	19,1
0	2,9	5,9	47,1	32,4	11,8		**56 a 65 años**		0	0	3	42,4	36,4	18,2
0	0	14,3	14,3	57,1	14,3		**Más de 65 años**		0	0	16,7	16,7	16,7	50
0	0	0	33,3	33,3	33,3	Educación	**Hasta 12 años**	Innovación	0	0	33,3	33,3	0	33,3
0	0	66,7	16,7	0	16,7		**De 13 a 17 años**		0	0	0	25	75	0
0	14,3	14,3	0	71,4	0		**18 a 25 años**		0	0	33,3	50	0	16,7
0	5	25	50	15	5		**26 a 35 años**		0	5,6	38,9	27,8	16,7	11,1
0	14,8	25,9	37	9,3	13		**36 a 45 años**		2,2	10,9	17,4	39,1	23,9	6,5
0	11,1	31,1	33,3	17,8	6,7		**46 a 55 años**		0	2,9	14,7	55,9	20,6	5,9
0	3	18,2	66,7	9,1	3		**56 a 65 años**		0	8	20	44	16	12
0	16,7	16,7	33,3	33,3	0		**Más de 65 años**		0	0	20	60	20	0
0	0	50	0	50	0	Divulgación	**Hasta 12 años**	Actividades	0	33,3	0	0	33,3	33,3
0	0	50	33,3	0	16,7		**13 a 17 años**		0	0	16,7	0	33,3	50
0	0	28,6	42,9	28,6	0		**18 a 25 años**		0	0	16,7	50	16,7	16,7
0	5	20	35	30	10		**26 a 35 años**		0	0	0	53,3	33,3	13,3
5,8	5,8	23,1	28,8	26,9	9,6		**36 a 45 años**		2,1	6,3	8,3	29,2	35,4	18,8
2,3	7	16,3	39,5	30,2	4,7		**46 a 55 años**		0	2,8	11,1	33,3	36,1	16,7
0	10	13,3	50	23,3	3,3		**56 a 65 años**		3,4	6,9	13,8	34,5	27,6	13,8
16,7	16,7	0	50	16,7	0		**Más de 65 años**		0	0	16,7	16,7	66,7	0

Elaboración propia

En consonancia con lo anterior, cuando se procede al análisis de las valoraciones de los criterios seleccionados, se observan divergencias en función del nivel formativo alcanzado (Tabla 7). La tendencia general indica que las personas con menor nivel de estudios, en este caso, primarios, se muestran menos exigentes ante la valoración de los diferentes criterios otorgando, puntuaciones más altas. En las situaciones en las que los turistas con estudios primarios no representan las puntuaciones más elevadas, el resto de grupos etarios puntúan más alto en los valores 1 y 2 de la escala Likert, tal y como ocurre en la divulgación, el alojamiento o la innovación. Esto se traduce en que, a mayor nivel formativo, los entrevistados son más críticos respecto a los servicios de la zona en la que practican turismo, demandando más mejoras; siempre considerando que, a nivel general, los criterios peor valorados son la educación, la divulgación y la innovación, así como los mejores son la información y el alojamiento.

Tabla 7. Valoración de criterios según la formación académica de las personas encuestadas

		Valoraciones (%)					
	Formación	NS/NC	1	2	3	4	5
Información	Primarios	0,0	0,0	0,0	16,7	66,7	16,7
	Secundarios	0,0	0,0	6,2	26,2	38,5	29,2
	Universitarios	0,0	1,0	0,0	20,6	54,9	23,5
Interés	Primarios	0,0	0,0	20,0	0,0	40,0	40,0
	Secundarios	0,0	6,1	7,6	40,9	18,2	27,3
	Universitarios	0,0	1,9	12,3	42,5	23,6	19,8
Educación	Primarios	0,0	16,7	16,7	16,7	33,3	16,7
	Secundarios	0,0	9,1	22,7	42,4	15,2	10,6
	Universitarios	0,0	8,9	28,7	41,6	14,9	5,9
Divulgación	Primarios	0,0	0,0	25,0	50,0	25,0	0,0
	Secundarios	4,9	8,2	18,0	37,7	23,0	8,2
	Universitarios	2,0	5,0	21,0	37,0	29,0	6,0
Guías turísticos	Primarios	0,0	14,3	14,3	42,9	0,0	28,6
	Secundarios	0,0	0,0	13,1	27,9	37,7	21,3
	Universitarios	0,0	0,0	16,7	20,0	45,6	17,8
Alojamiento	Primarios	0,0	0,0	0,0	33,3	33,3	33,3
	Secundarios	0,0	1,6	6,5	27,4	33,9	30,6
	Universitarios	0,0	1,0	0,0	26,7	52,5	19,8
Innovación	Primarios	16,7	0,0	16,7	33,3	16,7	16,7
	Secundarios	0,0	6,3	14,6	39,6	31,3	8,3
	Universitarios	0,0	7,0	24,4	46,5	14,0	8,1
Actividades	Primarios	16,7	16,7	0,0	16,7	33,3	16,7
	Secundarios	0,0	3,7	14,8	14,8	38,9	27,8
	Universitarios	1,1	4,5	8,0	43,2	31,8	11,4

Elaboración propia

Por su parte, las personas con niveles de estudios secundarios y universitarios, registran valoraciones inferiores. Las diferencias más señaladas entre estos dos grupos se encuentran, especialmente, en la innovación, siendo peor valorada por los turistas con un nivel universitario (valor 4 de 14%; valor 5 de 8,1%) frente a aquellos con estudios secundarios (valor 4 de 31,3%; valor 5 de 8,3%). También resultan notorios los contrastes en las actividades, criterio ante el que los turistas con formación universitaria (valor 4 de 31,8%; valor 5 de 11,4%) siguen registrando los valores más bajos, frente a los que poseen estudios secundarios (valor 4 de 38,9%; valor 5 de 27,8%). Por su parte, la educación también presenta referencias en función del nivel de estudios, existiendo más exigencias por parte del colectivo con estudios universitarios (valor 4 de 14,9%; valor 5 de 5,9%) respecto a la formación secundaria (valor 4 de 15,2%; valor 5 de 10,6%).

3.2. Proceso de análisis jerárquico

La discriminación en la jerarquía que tienen los criterios respecto a las alternativas valoradas se realiza mediante el proceso de análisis jerárquico. A grandes rasgos, se encuentran diferencias determinantes entre criterios, siendo la educación aquel que tiene mayor peso en el estudio en comparación con el resto y, por lo tanto, sobre el que debe incidirse en la toma futura de decisiones para satisfacer las necesidades de la demanda turística en las zonas objeto de estudio.

Tabla 8. Respuestas y promedios ponderados

		Puntuaciones totales obtenidas según criterios							
		Información	Interés	Educación	Divulgación	Guías	Alojamiento	Innovación	Actividades
General	Puntuación 5	225	205	70	55	160	210	60	130
	Puntuación 4	340	156	108	176	256	304	116	204
	Puntuación 3	117	216	213	186	114	138	183	144
	Puntuación 2	8	40	90	66	48	8	58	30
	Puntuación 1	1	6	17	11	1	2	9	7
	Promedio Ponderado	**3,97**	**3,5**	**2,86**	**3,07**	**3,64**	**3,89**	**3,04**	**3,5**
Natural Puro	Puntuación 5	55	35	5	25	65	55	0	40
	Puntuación 4	84	56	28	56	72	72	28	60
	Puntuación 3	15	36	42	36	6	18	54	30
	Puntuación 2	0	6	24	2	6	2	12	2
	Puntuación 1	0	2	2	2	0	1	1	0
	Promedio Ponderado	**4,16**	**3,55**	**2,81**	**3,56**	**4,14**	**4**	**2,97**	**3,88**
Natural Mixto	Puntuación 5	30	20	10	5	20	30	10	10
	Puntuación 4	48	20	20	32	36	28	4	20
	Puntuación 3	27	39	36	33	27	33	39	36
	Puntuación 2	0	10	12	8	8	2	10	6
	Puntuación 1	0	1	3	1	0	0	1	2
	Promedio Ponderado	**3,89**	**3,21**	**2,89**	**3,16**	**3,5**	**3,72**	**2,91**	**3,08**
Cultural Puro	Puntuación 5	35	25	10	5	15	25	15	20
	Puntuación 4	36	28	12	32	40	48	20	12
	Puntuación 3	21	30	27	21	15	24	27	27
	Puntuación 2	6	8	14	10	10	2	4	2
	Puntuación 1	0	1	5	3	0	1	3	2
	Promedio Ponderado	**3,77**	**3,41**	**2,62**	**2,96**	**3,48**	**3,7**	**3,14**	**3,32**
Cultural Mixto	Puntuación 5	45	60	20	5	30	55	10	30
	Puntuación 4	84	12	20	20	52	64	24	44
	Puntuación 3	24	57	54	39	24	33	30	24
	Puntuación 2	2	10	18	32	18	0	16	8
	Puntuación 1	0	2	5	4	0	0	2	2
	Promedio Ponderado	**3,97**	**3,44**	**2,85**	**2,56**	**3,44**	**4**	**2,93**	**3,48**

Elaboración propia

La Tabla 8 recoge las puntuaciones obtenidas por los distintos criterios seleccionados, que muestran ciertas diferencias entre las cuatro alternativas turísticas propuestas y explicadas en la metodología. Según la ponderación de las respuestas, las puntuaciones promedio, a nivel global, identifican la información (3,97) y el alojamiento (3,89) como los criterios mejor valorados por los turistas, seguido de los guías (3,64) y las actividades (3,50), siendo la educación (2,86) aquella que presenta una valoración sustancialmente baja.

No obstante, es preciso señalar diferencias entre las cuatro alternativas de turismo ofrecidas. A nivel general, los turistas que practican un turismo natural puro ofrecen las valoraciones más elevadas, especialmente en lo que respecta a la información (4,16), los guías (4,14) o el alojamiento (4,00). Por otra parte, el turismo natural mixto, el turismo cultural puro y el turismo cultural mixto siguen una línea parecida, alcanzando, cada uno de ellos, en al menos un criterio, la valoración más baja.

En cuanto a las diferencias más sustanciales entre las cuatro alternativas, es preciso señalar el caso del turismo cultural puro, cuyas puntuaciones más bajas resultan significativas en el caso de la educación (2,62) y de la divulgación (2,96). El resto de puntuaciones para los demás criterios no logran alcanzar un valor promedio de 4, pues el más alto es concedido a la información (3,77). Respecto al turismo natural mixto, los promedios más bajos se registran en la educación (2,89) y la innovación (2,91), mientras que el resto de criterios, al igual que para la alternativa anterior, no alcanzan un valor de 4, siendo el promedio más elevado el alcanzado nuevamente por la información (3,89). Por otra parte, la última de las alternativas relativa al turismo cultural mixto ofrece sus puntuaciones más bajas para la divulgación (2,56), la educación (2,85) y la innovación (2,93), mientras que el alojamiento se sitúa como el mejor valorado por aquellos que practican este tipo de turismo (4,00).

Continuando con el proceso de análisis jerárquico, la Tabla 9 refleja que hay criterios que en la matriz bruta tienen un sumatorio bastante más elevado que el resto, como ocurre en la información (∑=19) o el alojamiento (∑=18), lo que señala que, a priori, son los más importantes para la demanda. En el lado opuesto se encuentra la educación (∑=2,91), siendo el criterio con peor valoración por los encuestados y, por lo tanto, aquel en el que más se debe incidir para la introducción de mejoras que respondan a las demandas turísticas. Igualmente, la innovación (∑=6,74) y la divulgación (∑=7,16), también se mantienen como los dos siguientes criterios que precisan más impulsos.

Tabla 9. Comparación por pares de criterios

Matriz bruta	Información	Interés	Educación	Divulgación	Guías turísticos	Alojamiento	Innovación	Actividades
Información	1	0,5	0,25	0,33	0,5	1	0,25	0,5
Interés	2	1	0,25	0,5	0,5	2	0,33	1
Educación	4	3	1	3	4	4	3	4
Divulgación	3	2	0,33	1	2	3	1	2
Guías turísticos	2	2	0,25	0,5	1	2	0,5	0,5
Alojamiento	1	0,5	0,25	0,33	0,5	1	0,33	0,5
Innovación	4	3	0,33	1	2	3	1	3
Actividades	2	1	0,25	0,5	2	2	0,33	1
∑	19	13	2,91	7,16	12,5	18	6,74	12,5
Matriz ponderada	Información	Interés	Educación	Divulgación	Guías turísticos	Alojamiento	Innovación	Actividades
Información	0,05	0,04	0,09	0,05	0,04	0,06	0,04	0,04
Interés	0,11	0,08	0,09	0,07	0,04	0,11	0,05	0,08
Educación	0,21	0,23	0,34	0,42	0,32	0,22	0,45	0,32
Divulgación	0,16	0,15	0,11	0,14	0,16	0,17	0,15	0,16
Guías	0,11	0,15	0,09	0,07	0,08	0,11	0,07	0,04
Alojamiento	0,05	0,04	0,09	0,05	0,04	0,06	0,05	0,04
Innovación	0,21	0,23	0,11	0,14	0,16	0,17	0,15	0,24
Actividades	0,11	0,08	0,09	0,07	0,16	0,11	0,05	0,08
Vector promedio								
Información	0,05							
Interés	0,08							
Educación	0,31							
Divulgación	0,15							
Guías turísticos	0,09							
Alojamiento	0,05							
Innovación	0,18							
Actividades	0,09							

Elaboración propia

Contemplando los resultados del vector promedio, la educación aparece como el criterio con el peso más elevado (31), seguido de la Innovación (18) y de la divulgación (15). Esto refleja la necesidad de acometer actuaciones que mejoren estos aspectos, especialmente en el primero de ellos. Por otra parte, existen criterios que cumplen en gran medida con las demandas de los encuestados y, por tanto, precisan menos actuaciones, como la información (5%) y el alojamiento (5%), seguidos del interés (8%) y los guías turísticos (9%).

Tabla 10. Valoración de alternativas según criterios

		TNP	TNM	TCP	TCM	TNP	TRM	TCP	TCM	PROMEDIOS
Información	TNP	1	0,5	0,5	1	0,17	0,14	0,14	0,33	0,20
	TNM	2	1	1		0,33	0,29	0,29	0,00	0,23
	TCP	2	1	1	1	0,33	0,29	0,29	0,33	0,31
	TCM	1	1	1	1	0,17	0,29	0,29	0,33	0,27
	Σ	**6**	**3,5**	**3,5**	**3**					
Interés	TNP	1	0,5	1	1	0,20	0,14	0,25	0,25	0,21
	TNM	2	1	1	1	0,40	0,29	0,25	0,25	0,30
	TCP	1	1	1	1	0,20	0,29	0,25	0,25	0,25
	TCM	1	1	1	1	0,20	0,29	0,25	0,25	0,25
	Σ	**5**	**3,5**	**4**	**4**					
Educación	TNP	1	1	1	1	0,25	0,20	0,33	0,20	0,25
	TNM	1	1	0,5	2	0,25	0,20	0,17	0,40	0,25
	TCP	1	2	1	1	0,25	0,40	0,33	0,20	0,30
	TCM	1	1	0,5	1	0,25	0,20	0,17	0,20	0,20
	Σ	**4**	**5**	**3**	**5**					
Divulgación	TNP	1	0,5	0,33	0,25	0,10	0,09	0,08	0,12	0,10
	TNM	2	1	1	0,33	0,20	0,18	0,23	0,16	0,19
	TCP	3	1	1	0,5	0,30	0,18	0,23	0,24	0,24
	TCM	4	3	2	1	0,40	0,55	0,46	0,48	0,47
	Σ	**10**	**5,5**	**4,33**	**2,08**					
Guías turísticos	TNP	1	0,33	0,33	0,33	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10
	TNM	3	1	1	1	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
	TCP	3	1	1	1	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
	TCM	3	1	1	1	0,30	0,30	0,30	0,30	0,30
	Σ	**10**	**3,33**	**3,33**	**3,33**					
Alojamiento	TNP	1	0,5	0,5	1	0,14	0,11	0,11	0,33	0,17
	TNM	2	1	1	0,5	0,29	0,22	0,22	0,17	0,22
	TCP	2	1	1	0,5	0,29	0,22	0,22	0,17	0,22
	TCM	2	2	2	1	0,29	0,44	0,44	0,33	0,38
	Σ	**7**	**4,5**	**4,5**	**3**					
Innovación	TNP	1	1	1	1	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
	TNM	1	1	1	1	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
	TCP	1	1	1	1	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
	TCM	1	1	1	1	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
	Σ	**4**	**4**	**4**	**4**					
Actividades	TNP	1	0,25	0,33	0,5	0,10	0,09	0,10	0,11	0,10
	TNM	4	1	1	2	0,40	0,36	0,30	0,44	0,38
	TCP	3	1	1	1	0,30	0,36	0,30	0,22	0,30
	TCM	2	0,5	1	1	0,20	0,18	0,30	0,22	0,23
	Σ	**10**	**2,75**	**3,33**	**4,5**					

Códigos: TNP: Turismo de naturaleza puro / TNM: Turismo de naturaleza mixto / TCP: Turismo cultural puro / TCM: Turismo cultural mixto

Elaboración propia

Atendiendo a los valores promedios recogidos en la Tabla 10, los criterios analizados presentan diferencias en función de la disyuntiva propuesta; esto es, ciertos criterios tienen más importancia o más peso en el análisis para unas tipologías turísticas que para otras, existiendo una relación más significativa entre ellas. La única alternativa que no muestra un promedio mayor que el resto en ninguna ocasión es el turismo de naturaleza puro. Esto quiere decir que los encuestados que practican este tipo de turismo han sido menos críticos en el momento de calificar. Tan solo la innovación se presenta como el único criterio que, curiosamente, mantiene el mismo peso para las cuatro alternativas propuestas, alcanzando el mismo promedio (0,25).

En el caso del turismo de naturaleza mixto, presenta un promedio mayor en la valoración del interés (0,30) y las actividades (0,38) frente al resto de alterativas, que presentan promedios menores. Por tanto, los turistas que practican esta modalidad revelan datos interesantes para el estudio en relación a sendos criterios. Si se compara con la Tabla 8, son aquellos que han registrado las puntuaciones más bajas para ellos.

Por su parte, la educación (0,30) y la información (0,31), criterios peor y mejor valorados en el conjunto del estudio, muestran más peso en el turismo cultural puro. Es decir, de este tipo dependen las valoraciones más relevantes para los análisis que se efectúan. Nuevamente, en consonancia con la Tabla 8, esto se traduce en que el turismo cultural señala una valoración más baja que el resto de alternativas para estos dos criterios.

Por último, la divulgación (0,47) y el alojamiento (0,38) muestran más peso en el turismo cultural mixto, presentando los promedios más elevados de la tabla analizada.

Por otra parte, resulta llamativo que los guías (0,25) muestren el mismo promedio para las tres últimas tipologías de turismo, salvo para el caso del turismo de naturaleza puro. Este tipo de turismo le confiere una valoración mayor, por lo que el resto de turistas que practican otras tipologías de turismo se muestran más críticos y exigentes ante este criterio.

La Tabla 11 sintetiza el proceso de análisis jerárquico, que muestra los resultados relativos a la valoración final de cada criterio en función de la alternativa propuesta. La primera idea que se recoge de esta última tabla es la gran similitud que existe en el valor final entre las alternativas turismo de naturaleza mixto (0,26), el turismo cultural puro (0,27) y el turismo de naturaleza mixto (0,28), que presentan muy pocas variaciones entre ellas. Resulta llamativo el valor tan alejado del resto que presenta el turismo de naturaleza puro (0,19), obteniendo el valor total más bajo. Esto se traduce en que, si bien todas las alternativas turísticas precisan mejoras según las valoraciones de los turistas, son especialmente las tres últimas tipologías que se recogen en la tabla las que sugieren mayor atención.

Tabla 11. Matriz de jerarquías ponderadas

	Información	Interés	Educación	Divulgación	Guías turísticos	Alojamiento	Innovación	Actividades	TOTAL
TNP	0,20	0,21	0,25	0,10	0,10	0,17	0,25	0,10	0,19
TNM	0,23	0,30	0,25	0,19	0,30	0,22	0,25	0,38	0,26
TCP	0,31	0,25	0,30	0,24	0,30	0,22	0,25	0,30	0,27
TCM	0,27	0,25	0,20	0,47	0,30	0,38	0,25	0,23	0,28
Vector Promedio	0,05	0,08	0,31	0,15	0,09	0,05	0,18	0,09	

Elaboración propia

El turismo cultural puro plantea más necesidades de mejora en lo relativo a la información (0,31) y la educación (0,30). Por su parte, el turismo de naturaleza mixto sostiene sus necesidades de progreso en el interés (0,30) por la conservación ambiental y cultural, así como para la oferta de un mayor número de actividades (0,38) turísticas complementarias. Por último, destaca especialmente el caso del turismo cultural mixto, que hace sus requerimientos al alojamiento (0,38) y, especialmente, a la divulgación (0,47) de los recursos patrimoniales.

4. Discusión

El presente estudio aúna dos temáticas que, hasta el momento, han sido poco investigadas de forma conjunta, como son los factores de educación e interpretación del patrimonio vinculados con el turismo; menos aún, empleando proceso de análisis jerárquico. Este método ha sido utilizado profusamente en la literatura más variada, obteniendo resultados muy interesantes, aunque no hay que pasar por alto que se trata de una forma de sistematizar la toma de decisiones. En este sentido, precisa de datos correctos y fiables para maximizar su potencial como herramienta que facilita el análisis y la posterior toma de decisiones.

El caso analizado persigue afianzar un diseño metodológico que facilite el análisis de la interacción que se establece entre los turistas y los destinos, para lo que se ha recurrido a un ensayo, basado en un número de encuestas limitadas, aunque con un grado de fiabilidad aceptable. Su interés principal es analizar la importancia que tienen algunos criterios para los turistas que visitan el Parque Nacional de Monfragüe, el Geoparque-Villuercas-Ibores-Jara y Trujillo. Entre ellos se encuentran: a) la educación, referida a la valoración que el turista otorga al interés por sensibilizar y concienciar, a la oferta de actividades de enseñanza-aprendizaje y al desarrollo de estrategias didácticas para la comprensión del legado patrimonial; b) la innovación, que apela a la labor de los centros de interpretación, como instituciones educativas que deben transmitir los conocimientos entre el público a la vez que ofertan experiencias singulares; y c) la divulgación, basada en estrategias comunicativas que parten de la didáctica y dan a conocer el patrimonio, propiciando su conservación mediante una difusión preventiva (Mateos, 2008; Beck y Cable, 2002). Estos tres criterios del ámbito educativo se han intercalado con otros del turístico con el fin de complementar el estudio.

La aplicación de este método ha servido para determinar cuál es importancia de los criterios educativos en la valoración del destino y si pueden considerarse prioritarios en la toma de decisiones futuras para el diseño y la oferta de actividades turísticas, en función de las opiniones de los encuestados, al menos, es lo que se deduce de los resultados del estudio. Revelan la importancia que tienen los criterios definidos como educación, innovación y divulgación, en cada una de las cuatro alternativas turísticas seleccionadas (turismo natural puro, turismo cultural puro, turismo natural mixto, turismo cultural mixto) para la valoración de un destino. Estos adquieren unas valoraciones más bajas por parte de los encuestados que otros criterios como la información y el alojamiento, que ocupan una posición óptima. Por ello, las necesidades de mejora surgen, sobre todo, en los criterios de corte educativo. Los hallazgos muestran la necesidad de introducir componentes educativos en las tres zonas para mejorar la valoración de los destinos. Esto apoya los resultados de otros estudios que afirman que el turismo no puede entenderse sin una estructura pedagógica (Geovan *et al.,* 2017).

Si bien existen numerosos estudios orientados a mejorar los productos turísticos utilizando el proceso de análisis jerárquico para la toma de decisiones (Vanegas, Restrepo, Arango, Henao y Ortiz, 2017; González, Rito y Naranjo, 2016; Hoil *et al.,* 2019), para el análisis de la imagen del destino (Kim y Yoon, 2003), del comportamiento de los turistas (Tabata, Dolah y Abas, 2016), ninguno incluye entre los criterios aspectos de temática educativa. La tendencia de investigación recogida hasta el momento muestra la escasa relevancia que se da a la educación patrimonial como herramienta para mejorar el potencial turístico-educativo de los destinos.

El ensayo realizado determina que es preciso valorar criterios relacionados con la educación patrimonial, puesto que aparecen señalados como prioridades de actuación para la mejora de las valoraciones de los turistas.

Integrar proyectos educativos en las experiencias que se ofrecen en los destinos turísticos es una labor importante y urgente. Más aún si se consideran los hallazgos de otros estudios en los que se afirma que las visitas como medio pedagógico en el ámbito turístico aún resultan un hecho utópico (Choay, 2011). En este sentido, la educación patrimonial puede generar beneficios en la medida en la que los individuos sean formados en el conocimiento, el respeto, la comprensión, valoración, sensibilización, disfrute, cuidado y difusión de la realidad patrimonial (Fontal-Merillas, 2016). Este modelo de educación se considera como un proceso pedagógico que utiliza el patrimonio como recurso para el aprendizaje, generando valores como la concienciación, el respeto y la implicación en su conservación.

Las experiencias directas en el medio resultan una estrategia didáctica idónea para promover la educación patrimonial, puesto que favorecen el contacto de los bienes con las personas. El sector turístico y todos los agentes implicados (centros de interpretación, museos, oficinas de turismo y empresas de

ocio) pueden contribuir a su desarrollo durante las experiencias turísticas, generando acciones didácticas orientadas a generar un sentimiento de valoración. En este sentido, los profesionales del sector turístico deben dirigir su discurso al cumplimiento de tres grandes objetivos: de aprendizaje, emocionales y actitudinales, favoreciendo cambios en el conocimiento y en la conducta de los turistas (Veverka, 2011).

La potencialidad educativa del fenómeno del turismo resulta un hecho evidente puesto que, esta actividad, bajo una gestión adecuada, genera numerosos beneficios pedagógicos: concienciación, preservación y revalorización del patrimonio, desarrollo de actividades colectivas, recuperación de la cultura local, favorecimiento de la diversidad cultural y la generación de recursos para la propia conservación (Orduna y Urpí, 2010). A partir de lo anterior, resulta evidente que el turismo posibilita la creación de una vertiente cognitiva que va acompañada de sensaciones, de un impacto socio-afectivo y emocional. Es decir, las prácticas turísticas pueden desencadenar procesos de aprendizaje y permiten establecer estrategias educativas con todo lo que ellas implican: incremento o cambio de conocimientos, en la forma de pensar, de sentir y en el restablecimiento de propias ideas u opiniones, interviniendo directamente en la formación integral de la persona.

Para ello, la formación profesional de todas las personas integrantes del sector turístico, animadores, técnicos y monitores, debe contemplar técnicas, métodos y estrategias educativas y comunicativas. De acuerdo con otros autores (Colom y Brown, 1993), si se aprovechase el impacto que tiene cada año el turismo sobre millones de personas para incidir en estas cuestiones, la aceptación de otras culturas, el respeto a las particularidades específicas y la preservación del patrimonio estarían mucho más desarrolladas y los impactos ambientales negativos se verían reducidos.

Pese al enorme crecimiento del turismo en España, aún queda un largo camino por recorrer para que pueda considerarse una actividad sostenible (Martín y Martín, 2016). Algunos autores afirman que un diseño inadecuado de esta actividad puede generar tensiones entre la conservación y el uso turístico del patrimonio (Troncoso y Almirón, 2005), dando lugar a numerosos impactos ambientales y culturales y llegando a ser una causa de degradación patrimonial (Cànoves *et al.,* 2006; Reyes, Olague y Verján, 2018). Es importante considerar que la actividad turística tendrá unos impactos u otros en función de la fragilidad de los recursos, el tipo de patrimonio, la aptitud del territorio, la preparación de los recursos humanos y el modelo de gestión turística (Teruel, 2016). Por ello, resulta imprescindible que este modelo de gestión considere la integración de estrategias educativas y pedagógicas en los proyectos turísticos, entendiendo la educación patrimonial como una herramienta de gestión turística responsable (Geovan *et al.,* 2017). Esta contribuye a la formación de ciudadanos conscientes y respetuosos con su entorno inmediato, favorece un sentimiento de pertenencia y de respeto a otras formas de vida y fomenta la implicación en la conservación patrimonial. Todo ello evita los desgastes y pérdidas patrimoniales que ocurren de manera acusada, especialmente, en aquellos lugares que reciben un gran tránsito de visitantes (Ruiz y Pulido, 2015).

A pesar de los grandes avances en los últimos años, aún existe un escaso conocimiento de la actividad turística a escala local, dificultando la toma de decisiones (De la Calle y Ruiz, 2012). En respuesta a esta situación, este estudio ofrece unos hallazgos que pueden ser empleados para introducir medidas encaminadas a mejorar la valoración de los destinos turísticos y para gestionar la actividad turística de un modo sostenible.

Así, en el diseño de experiencias turísticas no pueden pasarse por alto la introducción de estrategias educativas puesto que, como se refleja en los resultados, los encuestados identifican una clara necesidad de mejora en los criterios de esta índole. Por ello, el presente estudio integra criterios como la educación, como un acto novedoso pero, sobre todo, como una necesidad de actuación urgente. Es preciso vincular la actividad turística con la educación patrimonial, de forma que los procesos didácticos se encuentren inmersos de forma intrínseca en cualquier actividad que suponga un contacto directo con los bienes patrimoniales y el medio.

Dado el carácter del estudio presentado, queda patente la posible continuidad del mismo a través de tres vías. La primera, centrada en la ampliación de la muestra de trabajo hasta alcanzar un número suficiente de encuestas que permitan trabajar con un error muestral máximo del 3%. La segunda, consistiría en replicar esta metodología en los principales puntos turísticos de la comunidad autónoma, ampliando con ello otras variedades de turismo más especializadas. La tercera en cambio, apostaría por incrementar los ítems contemplados en la encuesta, introduciendo a la vez otros parámetros que permitan un análisis más detallado de la demanda.

5. Conclusiones

Extremadura cuenta con numerosos atractivos patrimoniales que van desde parques y monumentos naturales, parque nacional, conjuntos histórico-artísticos, yacimientos arqueológicos de diferentes culturas hasta manifestaciones del patrimonio intangible que se exteriorizan en forma de costumbres y tradiciones. Todos ellos confieren una identidad particular a cada población que se distribuye por la geografía extremeña. La gran variedad y diversidad de este patrimonio, junto al incipiente auge del turismo rural, identifica Extremadura como un destino turístico de interior cada vez más apreciado por los turistas (Sánchez y Rengifo, 2019), lo cual resulta un motivo suficiente para promocionar la necesidad de desarrollar un turismo sustentable.

Concretamente, las tres áreas seleccionadas en nuestro estudio, el Parque Nacional de Monfragüe, Trujillo y el Geoparque Villuercas-Ibores-Jara, poseen un gran valor desde el punto de vista turístico, pues reciben numerosos turistas a lo largo del año. Además, la ubicación y cercanía entre los tres lugares objeto de interés, posibilita que las visitas se desplacen de un punto a otro en poco tiempo. Sumado a este valor como recurso turístico, su rico patrimonio posee un gran potencial educativo y didáctico que puede incrementar su atractivo. Sin embargo, los factores educativos pocas veces se tienen en consideración en los estudios sobre la valoración del fenómeno turístico. Tanto es así que resulta frecuente encontrar investigaciones que aplican el proceso de análisis jerárquico para facilitar la toma de decisiones en relación a criterios puramente turísticos (accesibilidad, hospedaje, restauración, etc.), mientras que ningún estudio determina la importancia que tiene la educación patrimonial, como principal criterio y atractivo para la elección de un destino turístico. Considerando que la aplicación de este método permite investigar en un amplio abanico de temáticas, puede resultar interesante para demostrar la necesidad de incidir en algunos aspectos descuidados por la actividad turística en el espacio analizado. Entre ellos se ha demostrado que no se presta especial atención a criterios como la educación, aspecto que puede marcar la diferencia en una experiencia turística. Este hecho cobra especial relevancia si se tiene en cuenta que cualquiera de las zonas elegidas es un escenario ideal para la educación o la formación si se quiere en aspectos como el medioambiente, la cultura, la fauna, la flora, la geología y geomorfología, etc.

Por ello, el presente estudio se presenta como un trabajo original, puesto que supone una medición inicial de criterios que proceden del ámbito educativo y que no suelen tenerse en cuenta en la valoración de los destinos turísticos ni en otros trabajos de esta disciplina. Los resultados evidencian la idoneidad de introducir estrategias didácticas para mejorar la valoración de las experiencias y, con ello, contribuir a su competitividad turística y la proyección de su potencialidad educativa. Al mismo tiempo, amplía los conocimientos sobre las relaciones del ser humano con el paisaje, afirmando que las experiencias *in situ* pueden verse favorecidas mediante la oferta de experiencias didácticas y patrimoniales. Estos hallazgos proveen de información valiosa para ser utilizada en el proceso de toma de decisiones y en las pautas de intervención para gestionar la actividad turística de un modo sostenible. Su relevancia es mayor si se considera que las áreas seleccionadas son grandes focos de atracción turística.

En respuesta a los objetivos iniciales planteados, los resultados revelan que la educación es el criterio con mayor susceptibilidad para recibir mejoras, dadas las bajas puntuaciones que le han otorgado los encuestados, seguido de la innovación y la divulgación. Por el contrario, los criterios relativos al ámbito turístico, es decir, aquellos que suelen incorporarse en los estudios que aplican este proceso de análisis (información, alojamiento, guías turísticos, etc.), no resultan prioritarios en cuanto a la toma de decisiones, puesto que han sido mejor valorados por el conjunto de encuestados. La detección de este comportamiento diferenciado puede explicarse por la concepción errónea de las necesidades que reclaman los turistas, ya que se prioriza facilitar aspectos vinculados a la oferta, pero no tanto a la demanda.

Financiación

Esta publicación se encuadra dentro de las investigaciones llevadas a cabo durante la ejecución del proyecto “Diseño y elaboración de productos estratégicos diferenciados para la potenciación del turismo rural en Extremadura. De la detección de problemas a la propuesta de soluciones basadas en criterios geoestadísticos”, cuya clave es IB 16040, y se encuentra financiado por la Consejería de Economía e Infraestructuras de la Junta de Extremadura y por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER); también ha sido financiando por la Junta de Extremadura y el Fondo Social Europeo: una forma de hacer Europa, a través de la “Financiación de contratos predoctorales para la formación de Doctores en los

centros públicos de I+D pertenecientes al Sistema Extremeño de Ciencia, Tecnología e Innovación". Expediente PD16025. Además, se incluye en las actividades realizadas por el Grupo de Investigación "LIJ" del Catálogo de grupos de la Junta de Extremadura (SEJ036), ayudas cofinanciadas por FONDOS FEDER. Nº de expediente GR18026.

Referencias

Beck, L., & Cable, T. (2002). *Interpretation for the 21st Century. Fifteen Guiding Principles for Interpreting Nature and Culture*. Champaign, Illinois: Sagamore.

Blockley, M., & Hems, A. (2013). *Heritage interpretation*. https://doi.org/10.4324/9780203389379

Campesino, A.J., Ramajo, J., Rengifo, J.I, Sánchez, J.M., & Sánchez, M. (Coords). (2018). *Informe anual sobre el perfil del visitante que acude a las oficinas de turismo. Año 2017*. Mérida: Junta de Extremadura.

Cànoves, G., Villaniro, M., & Herrera, L. (2006). Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, *41*, 199-217. Recuperado de https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/1997/1910

Choay, F. (2011). *Alegoria do patrimonio*. São Paulo: Unesp.

Colom, A. J., & Brown, G. (1993). Turismo y Educación (bases para una pedagogía del turismo). *Revista española de pedagogía, 51*(194), 57-75. Recuperado de https://revistadepedagogia.org/li/no-194/turismo-y-educacion-bases-para-una-pedagogia-del-turismo/101400038507/

Da Silva, A. (2010). Educación turística-reflexiones para la elaboración de una propuesta con base en la cultura. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 8*(1), 61-69. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2010.08.005

De la Calle, M., & Ruiz, A (2012). Ciudades Patrimonio de la Humanidad y Turismo: un ámbito de reflexión compartido. En H. Cairo, A. Cabezas, T. Mallo, E. D. C. García y J. C. Martín (Eds.), *XV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles* (pp. 870-886). Madrid: Trama. Recuperado de https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00875588/document

Font, E. (2000). Gestión de la información en la utilización del proceso analítico jerárquico para la toma de decisiones de nuevos productos. *Anales de documentación, 3*(3), 55-66. Recuperado de https://revistas.um.es/analesdoc/article/view/2501

Fontal-Merillas, O. (2008). La importancia de la dimensión humana en la didáctica del patrimonio. En S. M. Mateos (Coord.), *La comunicación global del patrimonio cultural* (pp. 79-107). Gijón: Trea.

Fontal-Merillas, O. (2016). El patrimonio a través de la educación artística en la etapa de primaria. *Arte, Individuo y Sociedad, 28*(1), 105-120. https://doi.org/10.5209/rev_ARIS.2016.v28.n1.47683

Geovan, D., Baptista, L., & Cardozo, P. (2017). Educación, restauración y turismo: Una reflexión dialéctica aplicada a la Casa Sede de la Hacienda Forestal (Irati, Brasil). *Estudios y perspectivas en turismo, 26*(2), 441-460. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6327733

González, I. (2015). *Patrimonio Cultural. Conceptos, debates y problemas*. Madrid: Cátedra.

González, A., Rito, G., & Naranjo, J. M. (2016). Proceso Analítico Jerárquico (AHP) para la determinación de los indicadores de Turismo Rural. En X. M. Santos, P. Taboada y L. López (Eds.), *Actas del X Congreso Internacional de Turismo Rural y Desarrollo Sostenible* (pp. 475-486). Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.

Guillén, R., & Hernández, A. M. (2018). La colaboración de la escuela y las instituciones culturales para la Educación Patrimonial. *CLIO. History and History teaching*, *44*, 146-169. Recuperado de http://clio.rediris.es/n44/articulos/10Hernandez2018.pdf

Hermenegildo, M. V. H., & Rueda, Y. (2013). Metodología de análisis multicriterio aplicación al crecimiento sostenible en la Unión Europea. *Gestión en el Tercer Milenio, 16*(31), 19-28. Recuperado de https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/8668

Hernández, A., León, M. A., Pérez, V. E., & Casas, M. (2011). Valoración económico-ambiental del atractivo turístico Parque Nacional Viñales. *Retos Turísticos, 10*(3), 22-27. Recuperado de http://retos.mes.edu.cu/index.php/retojs/article/viewFile/75/66

Hernández, I. A., Martínez, D., Pérez, I., Mendoza, I. I., & Bellato, P. L. (2018). Prospectiva turística para el diseño de estrategias aplicando AHP. *Journal CIM, 6*(1), 59-66. Recuperado de http://reini.utcv.edu.mx/bitstream/123456789/1281/1/Articulo_daniel_cim.pdf

Hoil, C. A., Carbajal, J. J., Sánchez, L. P., & Dávila, A. D. (2019). Modelo difuso para la evaluación de condiciones apropiadas para turismo en litorales de México. *Research in Computing Science, 148*(10), 179-189. Recuperado de https://www.rcs.cic.ipn.mx/2019_148_10/Modelo%20difuso%20para%20la%20evaluacion%20de%20condiciones%20apropiadas%20para%20turismo%20en%20litorales%20de%20Mexico.pdf

ICOMOS. (1999). *Carta internacional sobre turismo cultural*. México. Recuperado de https://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf.

INE (2019). *Cifras oficiales de población resultantes de la revisión del Padrón municipal a 1 de enero*. Recuperado de https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2853&L=0

Kim, S., & Yoon, Y. (2003) The hierarchical effects of affective and cognitive components on tourism destination image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *14*(2), 1-22. https://doi.org/10.1300/J073v14n02_01

Ley 6/2018. Diario Oficial de Extremadura, nº 137, 16 de julio de 2018. Recuperado de http://doe.gobex.es/pdfs/doe/2018/1370o/18010007.pdf

Maris, S. (2000). *Uso de análisis multicriterio en la toma de decisiones grupales en el ámbito universitario* (Tesis de Doctorado). Universidad Nacional de Mar del Plata. Recuperado de http://nulan.mdp.edu.ar/690/1/valiente_sm.pdf

Martín, I., & Martín, F. (2016). Interpretación del patrimonio y gestión sostenible del turismo en espacios rurales. Los casos de Montejo de la Sierra y Patones. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 72*, 169-193. https://doi.org/10.21138/bage.2336

Mateos, S. M. (2008). Hacia una comunicación global del patrimonio cultural, o cómo potenciar su uso fomentando su preservación. En S. M. Mateos (Coord.), *La comunicación global del patrimonio cultural* (pp. 19-47). Gijón: Trea.

Moncada, J. A., Aranguren, J., & Pellegrini, N. (2016). Los senderos transitados: Una mirada al estado del arte de la interpretación ambiental en Venezuela entre 2000 y 2015. *Revista de Investigación, 40*(88), 15-37. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6326452

Morales, J. (2008). El sentido y la metodología de la interpretación del patrimonio. En S. M. Mateos (Coord.), *La comunicación global del patrimonio cultural* (pp. 53-75). Gijón: Trea.

Orduna, G., & Urpí, C. (2010). Turismo cultural como experiencia educativa de ocio. *Polis. Revista Latinoamericana*, *9*(26), 85-108. http://dx.doi.org/10.4067/S0718-65682010000200005

Osorio, J. C., & Orejuela, J. P. (2008). El proceso de análisis jerárquico (AHP) y la toma de decisiones multicriterio. Ejemplo de aplicación. *Scientia et technica, 2*(39), 247-252. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/849/84920503044.pdf

Palafox, A. (2017). Turismo e imperialismo ecológico: el capital y su dinámica de expansión. Prefacio para su análisis. *Ecología Política. Cuadernos de debate internacional, 52,* 18-25. Recuperado de https://www.ecologiapolitica.info/?p=6717

Pereiro, X., & Fernandes, F. (2018). *Antropologia e Turismo: teorías, métodos e praxis*. Tenerife: PASOS. Recuperado de http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita20.pdf

Pérez, V. E., & González, M. (2008). Selección multicriterio de nuevos productos turísticos en Pinar del Río, Cuba. *Investigación Operacional, 29*(2), 98-108. Recuperado de http://rev-inv-ope.univ-paris1.fr/fileadmin/rev-inv-ope/files/29208/io29208-02.pdf

Rengifo, J. I. & Sánchez, J. M. (2017). El patrimonio en Extremadura: un mecanismo para la cooperación transfronteriza. *Polígonos: Revista de Geografía*, *29*, 223-248. https://doi.org/10.18002/pol.v0i29.5207

Reyes, M., Olague, J. T., & Verján, R. (2018). Estrategia de gestión pública para un enoturismo sustentable a partir de la percepción de problemas ambientales: el Valle de Guadalupe (México). Estudios y perspectivas en turismo, 27(2), 375-389. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6353749

Ruiz, A., & Pulido, J. L. (2015). El impacto del turismo en los Sitios Patrimonio de la Humanidad. Una revisión de las publicaciones científicas de la base de datos Scopus. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 13*(5), 1247-1264. https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.084

Saaty, T.L. (1978). Modeling unstructured decisión problems – the theory of analytical hierarchies. *Matematics and Computers in Simulation, 20*(3), 147-158. https://doi.org/10.1016/0270-0255(87)90473-8

Saaty, T. L. (1980). *The anallytic hierarchy process*. Nueva York: McGrau-Hill.

Saaty, T. L. (1987). The analytic hierarchy process - what it is and how it is used. *Mathematicall Modelling, 9*(3-5), 161-176. https://doi.org/10.1016/0270-0255(87)90473-8

Saaty, T. L. (1990). How to Make a Decision. *European Journal of Operational Research., 48*, 9-26. https://doi.org/10.1016/0377-2217(90)90057-I

Sánchez, J. M., Rengifo, J. I., & Martín, L. M. (2019a). Tourist mobility at the destination toward protected areas: The case-study of Extremadura. *Sustainability, 10*, 4853. https://doi.org/10.3390/su10124853

Sánchez, J. M., Rengifo, J. I., & Martín, L. M. (2019b). Characterisation of the tourist demand of the Villuercas-Ibores-Jara Geopark: a destination with the capacity to attract tourists and trippers. *Geosciences, 9*, 335. https://doi.org/10.3390/geosciences9080335

Sánchez, J. M., & Rengifo, J. I. (2019). Evolución del sector turístico en la Extremadura del siglo XXI: auge, crisis y recuperación. *Lurralde: investigación y espacio,42*, 19-50. Recuperado de http://www.ingeba.org/lurralde/lurranet/lur42/42sanchez.pdf

Santana, A. (1997). *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?*. Barcelona: Ariel.

Tabata, R., Dolah, R., & Abas, N. (2016). Comparative Studies between Japanese and Malaysian Students on Tourism Behaviour using Analytic Hierarchy Process. En N. R. Mohd, H. Norehan, S. Albati y S. Sarip (Eds.), *Proceedings of the 1st Master Project Symposium on Engineering Business Management* (pp. 56-63). Kuala Lumpur: Universiti Teknologi Malaysia. Recuperado de https://razak.utm.my/master-project/wp-content/uploads/sites/234/2016/02/Proceedings-1st-MP-EBM.pdf#page=63

Teruel, M. D. (2016). Eficiencia comunicativa de las Páginas Web en el caso de la gestión turística de los Sitios Patrimonio de la Humanidad en España. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 71,* 323-346. https://doi.org/10.21138/bage.2285

Tilden, F. (2009). *Interpreting our heritage. Chapel.* Hill: Univ of North Carolina Press.

Toskano, G. (2005). *El proceso de análisis jerárquico (AHP) como herramienta para la toma de decisiones en la selección de proveedores. Aplicación en la selección del proveedor para la Empresa Gráfica Comercial MyE.* Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Troncoso, C. A., & Almirón, A. (2005). Turismo y patrimonio. Hacia una relectura de sus relaciones. *Aportes y Transferencias, 9*(1), 56-74. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/276/27690104.pdf

Vanegas, J., Restrepo, J., Arango, A., Henao, A., & Ortiz, E. (2017). Evaluación multicriterio e inventario de atractivos turísticos: estudio de caso. *Espacios, 38*(23), 25. Recuperado de http://www.revistaespacios.com/a17v38n23/a17v38n23p25.pdf

Veverka, J. (2011). *Interpretive Master Planning*. Edinburgh: Museums.