



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

ADMINISTRACIÓN

turística  hotelera



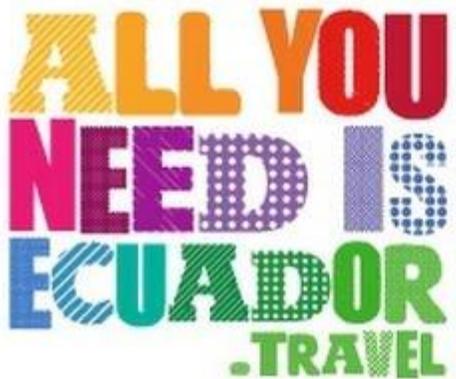
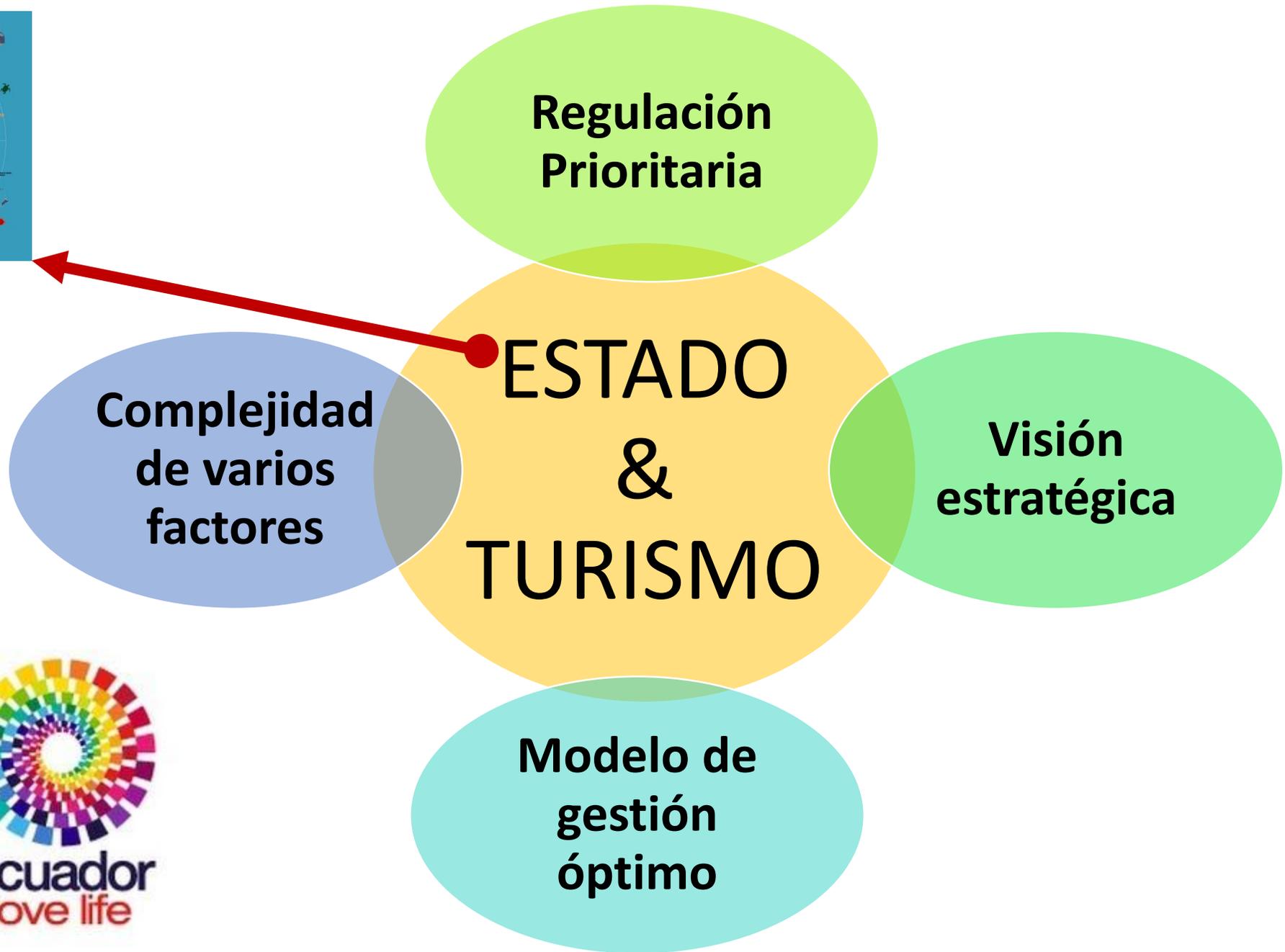
PROPUESTA DE INDICADORES PARA UN OBSERVATORIO TURÍSTICO ENFOCADO A LAS PROVINCIAS DE LA ZONA 3 DEL ECUADOR



Autores:
Diego Fabricio Brazales Herrera (MSc.)
Mayra Fernanda Quiñonez Bedón (MSc.)
Juan Gabriel Tapia Pazmiño (MSc.)



Modelos Gubernamentales



ZONA 3



Cuál es el aporte real del PIB turismo de la zona 3 al PIB nacional?

Cómo afecta el turismo al ambiente y entorno socio-cultural y ambiental?

Cuáles atractivos/recursos son prioritarios para su recuperación, remodelación, potencialización?

Cómo se distribuye cada dólar gastado por los turistas?

Castros, mapas georeferenciados de rutas, circuitos, actividades turísticas?

Es rentable el turismo?

Se implementan nuevas metodologías y/o innovadoras tecnologías para la recolección, análisis, sistematización de datos estadísticos de actividades turísticas?



Cuál es el mejor segmento de mercado, o línea de producto para la inversión?



CUÁL ES EL PERFIL DEL TURISTA?



Tiene una buena infraestructura turística y ofrece productos/servicios turísticos de calidad?



Los trabajadores del sector turístico son especialistas en su profesión?



Forzado a tomar decisiones estratégicas y a abordar líneas de actuación sin disponer previamente de los conocimientos indispensables para prever y valorar adecuadamente las implicaciones de esas decisiones.



Objetivo



Desarrollar indicadores acoplables para el observatorio turístico de la Zona 3



Metodología



Permite tener la presencia de indicadores de recopilación y procesamiento de datos sobre el turismo con el uso de tecnologías de información y comunicación (descriptiva exploratoria)

Resultados y Discusión



Fuente: UNWTO, 2017

Sustainability



BASES DEL OTZ3

Resultados

**Mejora continua
del concepto**

**Elaborados y
sistematizados los
indicadores del O.T.**

Oferta

Demanda

Destinos turísticos

Eficiencia laboral

Sostenibilidad



OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA ZONA 3

- **CONCEPTO:** *Herramienta estratégica para el análisis, observación, interpretación, control, monitoreo y generación de información estadística oportuna, precisa y clara del sector turístico de la zona 3, por medio de indicadores medidores de la actividad turística, cuyos resultados permiten elegir la mejor estrategia de competencia de productos turísticos en el mercado turístico nacional e internacional (Brazales, 2017).*



a) Demanda. Perfil del turista

Socio-demográficos

26

- Nacionalidad, edad, sexo, profesión; país/ciudad de proveniencia, tipo de viajero (solo, casados, pareja); motivo del viaje ; nivel de educación; estado civil, frecuencia de viaje; organización de viajes; medio de reservación; la forma de viajar; los medios de alojamiento; fuentes de información del destino, parámetros de elección del tour, Tipo de alojamiento, A&B, transporte preferido, lugar preferido del turista en el destino, souvenir preferido, actividad preferida del turista y otras alternativas de descanso. Gastronomía preferida, etc.

Geográficos

6

- Turistas de diferentes mercados, turista en tránsito, temporada de llegada, tipo de transporte preferido de arribo y viaje. Viaje frecuente al destino al año, etc.

Distribución del gasto del turista

5

- Cantidad de pernoctaciones. Días de estancias. Gasto del turista al día en compra de productos y/o servicios hoteleros, turísticos, transporte, gastronómicos, etc.

Satisfacción turista

6

- Nivel de satisfacción , cumplimiento de expectativas, satisfacción del turista por segmentos (calidad, precio, seguridad, de la planta turística,) factores motivantes para el regreso, o no regreso, que servicios no encontró el turista, etc.

Valoración productos/ servicios

4

- Valoración de los productos y servicios turísticos: Relación personal, ciudadanos con los clientes, valoración de los servicios urbanos seguridad, espacios verdes, tráfico, recomendaciones

b) Oferta. Situación actual y real

Catastro de la planta turística

- Nombre, registro, ciudad, cantón, provincia, propietario, teléfono, mail, dirección, coordenadas, tipo de actividad, sub-actividad, servicios, numero de hombre/mujeres de la empresa, precio promedio por PAX, horario, redes sociales, web.

Matriz y gráfico coyuntural de establecimientos de alojamiento.

- Por tipo(hotel, hostel, hotel-apartamento, posada, motel ,etc)
- Por promedio tarifa
- Numero total

Matriz y gráfico de la capacidad hotelera

- Por categoría (lujo, primera, segunda, tercera clase, etc.)
- Por el número total

Matriz y gráfico de empresas de A&B

- Por tipo (restaurante, café, bar, etc)
- Por categoría(lujo, 1,2,3 clase, etc.)
- Por el número total
- Capacidad máxima

Matriz y gráfico de empresas turísticas

- Numero total, tipo de actividad (operador, agencia)

Matriz y gráfico estadístico de turistas en feriados

- Carnaval, pascua, 1 mayo, 24 de mayo, 10 de agosto, navidad, etc.)

Matriz y gráfico de empresas de la planta turística con distintivos de Calidad

- Distintivo Q, Quality, Mintur
- Internacionales

c) DESTINOS TURÍSTICOS

INVENTARIO, MAPEO, GEOREFERENCIADOS

Recursos turísticos

Atractivos turísticos

Festivales

Manifestaciones culturales

Manifestaciones religiosas

Mapas y gráficos

Lugares de gran flujo turístico

Rutas turísticas



d. Eficiencia laboral



- Matriz de la cantidad de personas ocupadas en el sector turístico en la zona 3 en general, por tipo de contrato
- Matriz de trabajadores ocupados en el sector turístico con certificado en competencias laborales por segmentos, provincias, cantones y ciudades.
- Importancia del consumo turístico receptor en el PIB
- Importancia del consumo turístico emisor en el PIB
- Balanza turística como proporción al PIB
- Grado de apertura turística
- Grado de cobertura turística
- Porcentaje del consumo turístico receptor/exportación de bienes
- Porcentaje del consumo turístico receptor/exportación de servicios
- Porcentaje del consumo turístico receptor/exportación de bienes y servicios
- Porcentaje del consumo turístico receptor/total créditos cuenta corriente
- Porcentaje del consumo turístico emisor/importación de bienes
- Porcentaje del consumo turístico emisor/importación de servicios
- Porcentaje del consumo turístico emisor/importación de bienes y servicios
- Porcentaje del consumo turístico emisor/total débitos cuenta corriente
- Porcentaje del consumo turístico receptor/remesas

e. Sostenibilidad



Indicadores de sostenibilidad turística

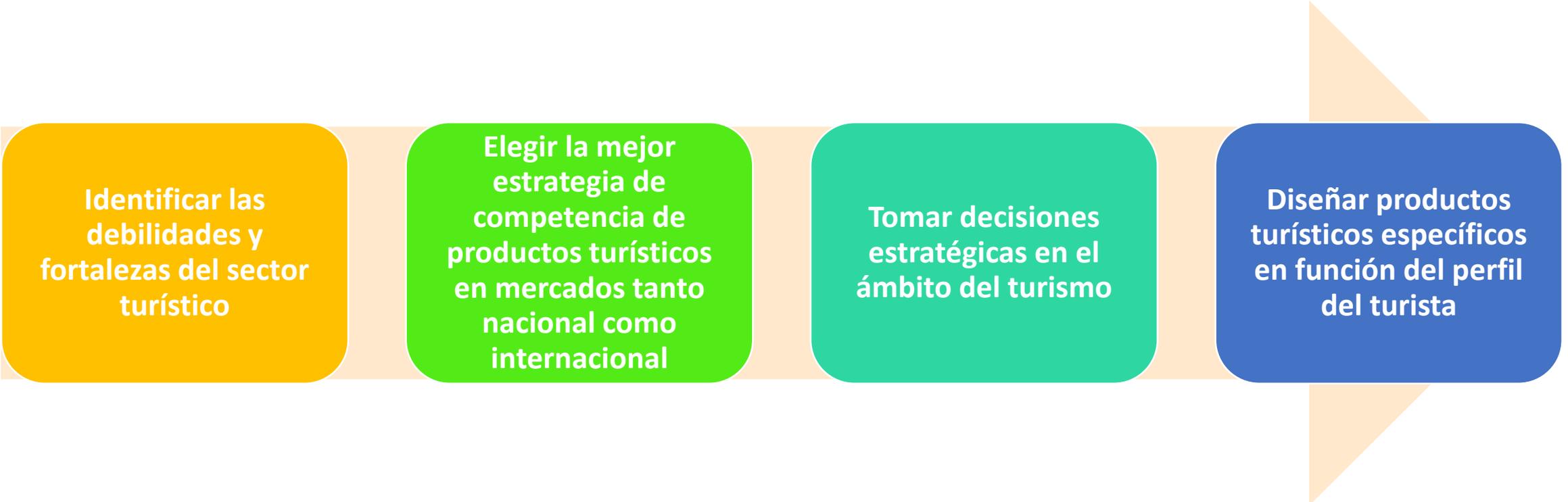


Indicadores de sostenibilidad turística



Conclusiones

Observatorio turístico es un instrumento estratégico de la investigación científica, que permite recopilar y generar información estadística oportuna, precisa y clara sobre el sector turístico, a través de indicadores de los 5 ejes que nos permite:



Identificar las debilidades y fortalezas del sector turístico

Elegir la mejor estrategia de competencia de productos turísticos en mercados tanto nacional como internacional

Tomar decisiones estratégicas en el ámbito del turismo

Diseñar productos turísticos específicos en función del perfil del turista

Referencias bibliográficas

- CEPAL y OMT (2007). *Indicadores económicos del turismo*. Recuperado de https://www.cepal.org/publicaciones/xml/3/33603/2008_06_ind_economicosturismos_vf.pdf
- Glăvan, V. (2016). *Tourism potential and its development*. Bucharest, Romania: Fundației România de Măine
- Hall, C. M. y Page, S. J. (2004) *The Geography of Tourism and Recreation*. New York, Estados Unidos: Routledge
- Muntele, I. y Iașu, C. (2006) *Tourism geography-Concepts, methods, spatial patterns*. Sedcom Libris
- Drozdov, A. V. (1999) Ecoturismo: turismo, principios, signos, formas. *Memorias de la conferencia practico-científica "Perspectivas de desarrollo del turismo en el sur de Moscú*, 1-7. Recuperado de <http://www.twirpx.com/file/1074648/>
- Santágata, H. G. (2011) La importancia de un observatorio turístico en provincia de Buenos Aires como instrumento de orientación en la toma de decisiones y en la planificación. *Notas en Turismo y Economía* (3), 10. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/25780/Documento_completo.pdf?sequence=1
- Santelices, O., & Rivas, H. (1999). Planificación Integral en Areas Rurales: Un desafío para la competitividad de los destinos de ecoturismo. Theme A—Ecotourism Policies and.
- Tetenkina, O. L. (2013) A la pregunta sobre la definición del concepto "Atractivo turístico de una región". *Economía y gestión moderna: teoría y práctica: memorias de la XXVII conferencia internacional de la ciencia y práctica*, 200-201. Recuperado de <https://sibac.info/conf/econom/xxvii/33438>
- Torres, G. A. (2012). *Diseño de un Observatorio Turístico Cultural para la Planificación y Gestión del Turismo Sostenible del cantón Riobamba* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2233/1/23T0333%20.pdf>

***Make your business more
sustainable,
IS A GOOD BUSINESS CHOICE!!***



