

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA ANÁLISIS DE DESTINOS TURÍSTICOS. CASO APLICADO A LA OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE POPAYÁN



**Universidad
del Cauca**

Trabajo de grado en modalidad de investigación presentado como requisito parcial para optar al título de Administradora de Empresas

Mónica Isabel Beltrán Carmona

Directora: Mg. A.E. Ángela Rocío Chantre Astaiza

CoDirector: PhD. Ing. Gustavo Adolfo Ramírez González

Universidad del Cauca

Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

Departamento de Ciencias Administrativas

Popayán, Septiembre de 2013

Nota de Aceptación

Mag. Carolina Delgado Hurtado
Jurado

Mag. Andres Jose Castrillón Muñoz
Jurado

Esp. Gustavo Adolfo Fuentes Delgado
Jurado

Popayán, Septiembre de 2013

Dedico este trabajo a José Beltrán, Miryam Carmona,
Andrés Fernando Beltrán C., Juan José Beltrán C.
y Jhonatan Meneses;
por su confianza, apoyo y motivación para salir
adelante y ser mejor persona cada día.

Agradecimientos

A Dios por darme la vida, la oportunidad y la fortaleza para llevar a cabo este trabajo.

A mis padres y hermanos, por su amor y apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera profesional.

A la Mag. A.E. Ángela Rocío Chantre y al PhD. Ing. Gustavo Adolfo Ramírez, por su acertada orientación, apoyo y compromiso.

Al A.E. Jhonatan Meneses por su ayuda en el desarrollo del presente trabajo.

A Cotelco Capítulo Cauca y los once establecimientos asociados a ésta, participantes en la investigación, por su colaboración y disposición en el desarrollo del caso aplicado en la ciudad de Popayán.

Tabla de Contenido

1. Introducción	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.1.1. Justificación desde el sector turismo	1
1.1.2. Necesidad de las metodologías de análisis de destinos turísticos	3
1.1.3. Problemática central de este proyecto	4
1.2. Objetivos	5
1.2.1. Objetivo general	5
1.2.2. Objetivos específicos	5
1.3. Metodología de investigación	5
1.4. Estructura del documento	8
2. Estado del Arte	9
2.1. Selección de fuentes de información	9
2.1.1. Biblioteca y Hemeroteca de la Universidad del Cauca	9
2.1.2. Hemeroteca Corporación Universitaria Autónoma del Cauca	9
2.1.3. Biblioteca Luis Ángel Arango y su red de bibliotecas	10
2.1.4. EBSCO HOST	10
2.1.5. ScienceDirect	11
2.1.6. JSTOR	11
2.1.7. ProQuest	11
2.1.8. Springer	11
2.1.9. TESEO	11
2.1.10. Google Académico	11
2.1.11. Organización Mundial del Turismo OMT	12
2.2. Búsqueda y análisis de relevancia	12
2.2.1. Selección de palabras clave	12
2.2.2. Proceso de búsqueda de palabras clave.	13
2.3. Estadísticas sobre las fuentes	61
2.4. Conceptos Fundamentales	67
2.4.1. Turismo	67
2.4.2. Sistema Turístico	68
2.4.3. Destino Turístico	68
2.5. Conclusiones del capítulo	70
3. Metodologías de análisis de destino	71
3.1. Metodología 1: Marketing de destinos turísticos	71
3.1.1. Introducción	71

3.1.2.	Propuesta del autor	72
3.1.3.	Resumen y análisis	75
3.2.	Metodología 2: Planificación de destinos turísticos (Gestión de destinos turísticos)	76
3.2.1.	Introducción	76
3.2.2.	Propuesta del autor	77
3.2.3.	Resumen y análisis	78
3.3.	Metodología 3: Análisis estratégico de destinos turísticos (Gestión de destinos turísticos)	79
3.3.1.	Introducción	79
3.3.2.	Propuesta del autor	80
3.3.3.	Resumen y análisis	83
3.4.	Metodología 4: Gestión Municipal del Turismo	85
3.4.1.	Introducción	85
3.4.2.	Propuesta del autor	86
3.4.3.	Resumen y análisis	88
3.5.	Metodología 5: Planificación turística, un enfoque metodológico	90
3.5.1.	Introducción	90
3.5.2.	Propuesta del autor	90
3.5.3.	Resumen y análisis	93
3.6.	Metodología 6: Turismo: metodología para su planificación	95
3.6.1.	Introducción	95
3.6.2.	Propuesta del autor	95
3.6.3.	Resumen y análisis	97
3.7.	Metodología 7: Plan turístico convencional; Plan ambiental turístico (Asistencia técnica en planificación del turismo)	99
3.7.1.	Introducción	99
3.7.2.	Propuesta del autor	99
3.7.3.	Resumen y análisis	105
3.8.	Metodología 8: Plan maestro de turismo (Asistencia técnica en planificación del turismo)	106
3.8.1.	Introducción	106
3.8.2.	Propuesta del autor	106
3.8.3.	Resumen y análisis	109
3.9.	Metodología 9: Destinos turísticos de éxito	111
3.9.1.	Introducción	111
3.9.2.	Propuesta del autor	111
3.9.3.	Resumen y análisis	121
3.10.	Metodología 10: Planificación del turismo en las entidades territoriales	123
3.10.1.	Introducción	123
3.10.2.	Propuesta del autor	125
3.10.3.	Resumen y análisis	129
3.11.	Metodología 11: Metodología para determinar productos turísticos competitivos	132
3.11.1.	Introducción	132
3.11.2.	Propuesta del autor	132
3.11.3.	Resumen y análisis	145
3.12.	Metodología 12: Modelo FAS	148
3.12.1.	Introducción	148
3.12.2.	Propuesta del autor	148
3.12.3.	Resumen y análisis	153

3.13. Metodología 13: Análisis de demanda y oferta actual y potencial de productos turísticos sostenibles en el área de influencia de los tramos 2 y 3 del Corredor Vial Interoceánico Sur (CVIS)	156
3.13.1. Introducción	156
3.13.2. Propuesta del autor	156
3.13.3. Resumen y análisis	158
3.14. Metodología 14: Impulso a las prácticas de turismo con base local y negocios inclusivos turísticos en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo del Qhapac-Ñan o Camino Principal Andino. Análisis de la oferta turística.	160
3.14.1. Introducción	160
3.14.2. Propuesta del autor	160
3.14.3. Resumen y análisis	161
3.15. Metodología 15: Análisis diagnóstico general del turismo en Panamá	164
3.15.1. Introducción	164
3.15.2. Propuesta del autor	164
3.15.3. Resumen y análisis	168
3.16. Metodología 16: Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo	169
3.16.1. Introducción	169
3.16.2. Propuesta del autor	171
3.16.3. Resumen y análisis	173
3.17. Metodología 17: Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio	175
3.17.1. Introducción	175
3.17.2. Propuesta del autor	177
3.17.3. Resumen y análisis	177
3.18. Metodología 18: Análisis y metodología para el estudio del sector turístico de una comarca: el caso del Bajo Segura (Alicante)	181
3.18.1. Introducción	181
3.18.2. Propuesta del autor	181
3.18.3. Resumen y análisis	183
3.19. Síntesis de las metodologías	185
3.20. Conclusiones del capítulo	191
4. Instrumento de evaluación de las metodologías	193
4.1. Diseño del instrumento de evaluación	193
4.1.1. Criterios de evaluación	193
4.1.2. Instrumento de evaluación	205
4.2. Aplicación del instrumento de evaluación	207
4.3. Resultados de aplicación del instrumento de evaluación	224
4.4. Conclusiones del capítulo	224
5. Propuesta metodológica	227
5.1. Proceso de selección de los elementos para análisis de destinos turísticos	227
5.2. Caracterización de un destino como la ciudad de Popayán	228
5.2.1. Como ciudad	228
5.2.2. Como destino	229
5.2.3. Perfil para destinos similares	230
5.3. Propuesta metodológica para análisis de destinos turísticos	232
5.3.1. Fases de referencia de la metodología	233

5.3.2. Modelo organizacional	234
5.3.3. Estructura para el análisis de destinos turísticos	235
5.4. Conclusiones del capítulo	241
6. Caso aplicado	243
6.1. Modelo organizacional	243
6.2. Fases de referencia de la metodología	245
6.2.1. Trabajo de planeación	245
6.2.2. Trabajo de campo	246
6.2.3. Análisis de resultados	247
6.3. Estructura para el análisis de destinos turísticos	247
6.4. Productos	248
6.4.1. Trabajo de planeación	248
6.4.2. Trabajo de campo	253
6.4.3. Análisis de resultados	254
6.5. Conclusiones del capítulo	288
7. Conclusiones y Trabajo Futuro	289
7.1. Conclusiones por capítulo	289
7.1.1. Conclusiones del estado del arte	289
7.1.2. Conclusiones de las metodologías de análisis de destinos	289
7.1.3. Conclusiones del instrumento de evaluación de las metodologías	290
7.1.4. Conclusiones de la propuesta metodológica	290
7.1.5. Conclusiones del caso aplicado	291
7.2. Conclusiones generales	292
7.3. Aportes de la investigación	292
7.4. Lecciones Aprendidas	292
7.5. Trabajos Futuros	293
Referencias	295

Listado de Figuras

2.1. Resultado total de la búsqueda de palabras clave	63
2.2. Referentes con tres o más combinaciones de palabras clave que pasan a revisión	64
2.3. Referentes de interés (resultados de una revisión por título, palabras clave y resumen)	65
2.4. Referentes que proponen alguna metodología en su contenido	66
2.5. Referentes que cumplen con los criterios de selección	67
3.1. Esquema del proceso de elaboración del plan de marketing del destino	71
3.2. Diagnóstico de la situación actual del destino turístico	76
3.3. Metodología para la planificación de destinos turísticos	77
3.4. Proceso de diagnóstico	79
3.5. Análisis estratégico de destinos turísticos	84
3.6. Esquema básico del proceso de elaboración del plan municipal del turismo	85
3.7. Diagnóstico de la situación actual del turismo	89
3.8. Diagnóstico (Planificación turística)	94
3.9. Proceso integral de planificación	96
3.10. Diagnóstico (Turismo, metodología para su planificación)	98
3.11. Compilación; documento diagnóstico del Plan Turístico Convencional y del Plan Ambiental Turístico y sus componentes	103
3.12. Proceso de elaboración del Plan Turístico Convencional y del Plan Ambiental Turístico	104
3.13. Componentes del documento diagnóstico (Asistencia técnica en planificación del turismo)	106
3.14. Metodología de elaboración del Plan Maestro de Turismo	107
3.15. Proceso de elaboración del Plan Maestro de Turismo	108
3.16. Análisis de la situación actual en el sector turístico	110
3.17. El diagnóstico de la situación actual	122
3.18. Esquema del proceso de elaboración del plan de desarrollo turístico	124
3.19. Evaluación de limitantes y potencialidades (diagnóstico) - Parte 1	130
3.20. Evaluación de limitantes y potencialidades (diagnóstico) - Parte 2	131
3.21. Etapas de la metodología para determinar productos turísticos competitivos	132
3.22. Principales áreas de servicios turísticos	141
3.23. Metodología para determinar productos turísticos competitivos - Parte 1	146
3.24. Metodología para determinar productos turísticos competitivos - Parte 2	147
3.25. Modelo FAS	149
3.26. Factores	150
3.27. Atractores	151
3.28. Soportes	152
3.29. Modelo FAS y componentes	155
3.30. Metodología de trabajo utilizada en la evaluación de la oferta turística	159

3.31. Metodología de análisis de la oferta turística - Parte 1	162
3.32. Metodología de análisis de la oferta turística - Parte 2	163
3.33. Proceso metodológico para el diagnóstico general del turismo	165
3.34. Etapas operativas de un plan estratégico para el desarrollo del turismo a nivel local/Regional . . .	170
3.35. Elementos de análisis en el diagnóstico del destino	172
3.36. Diagnóstico	174
3.37. Esquema metodológico para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio	176
3.38. Diagnóstico de la situación turística del territorio - parte 1	179
3.39. Diagnóstico de la situación turística del territorio - parte 2	180
3.40. Análisis del sistema turístico	184
4.1. Actividades y oferta turística	195
4.2. Esquema del patrimonio turístico	197
4.3. Esquema general metodológico de un plan de desarrollo turístico	198
4.4. Componentes del producto turístico	199
4.5. Nomenclatura en la compilación de elementos de oferta turística	201
4.6. Compilación estructura de atractivos turísticos	202
4.7. Compilación estructura de infraestructura	202
4.8. Compilación estructura de la planta turística	203
4.9. Compilación estructura de la superestructura	203
4.10. Compilación estructura de otros servicios complementarios	204
4.11. Matriz de evaluación	206
4.12. Evaluación de elementos, componentes y subcomponentes	208
4.13. Evaluación de ítems - Parte 1	209
4.14. Evaluación de ítems - Parte 2	210
4.15. Evaluación de aspectos - parte 1	211
4.16. Evaluación de aspectos - parte 2	211
4.17. Evaluación de aspectos - parte 3	212
4.18. Evaluación de aspectos - parte 4	213
4.19. Evaluación de aspectos - parte 5	214
4.20. Evaluación de aspectos - parte 6	215
4.21. Evaluación de aspectos - parte 7	216
4.22. Evaluación de aspectos - parte 8	217
4.23. Evaluación de aspectos - parte 9	218
4.24. Evaluación de aspectos - parte 10	219
4.25. Evaluación de aspectos - parte 11	220
4.26. Evaluación de aspectos - parte 12	221
4.27. Evaluación de aspectos - parte 13	221
4.28. Evaluación de aspectos - parte 14	222
4.29. Evaluación de aspectos - parte 15	223
5.1. Proceso de selección de elementos de la metodología	227
5.2. Niveles de una metodología	231
5.3. Metodología de análisis de destinos turísticos	232
5.4. Estructura para el análisis de destinos	235
6.1. Metodología de análisis de destinos turísticos	244
6.2. Ruta a seguir en el trabajo de campo	253

6.3. Años de funcionamiento	255
6.4. Categoría	257
6.5. Forma jurídica	258
6.6. Total habitaciones	261
6.7. Porcentaje de ocupación promedio	263
6.8. Servicios complementarios	265
6.9. Tipo de tecnología empleada	272
6.10. Total de empleados por género	274
6.11. Empleados por género y nivel de formación	275
6.12. Empleados por género y relación laboral	276
6.13. Programas de capacitación	280
6.14. Mecanismo de detección de satisfacción del usuario	281
6.15. Formas de pago	285

Listado de Tablas

1.1. Metodología de la investigación - parte 1	6
1.2. Metodología de la investigación - parte 2	7
2.1. Resultados de la búsqueda general por fuentes bibliográficas y palabras clave	14
2.2. Referentes de interés por fuentes bibliográficas y palabras clave, resultado de una revisión por título, palabras clave y resumen	18
2.3. Descripción referentes de interés biblioteca y hemeroteca Universidad del Cauca. Parte 1	20
2.4. Descripción referentes de interés biblioteca y hemeroteca Universidad del Cauca. Parte 2	21
2.5. Descripción referentes de interés biblioteca Luis Ángel Arango	22
2.6. Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 1	23
2.7. Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 2	24
2.8. Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 3	25
2.9. Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 4	26
2.10. Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 5	27
2.11. Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 6	28
2.12. Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 7	29
2.13. Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 8	30
2.14. Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 9	31
2.15. Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 10	32
2.16. Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 11	33
2.17. Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 12	34
2.18. Descripción referentes de interés base de datos Science Direct Parte 1	35
2.19. Descripción referentes de interés base de datos Science Direct Parte 2	36
2.20. Descripción referentes de interés base de datos Science Direct Parte 3	37
2.21. Descripción referentes de interés base de datos Proquest Parte 1	38
2.22. Descripción referentes de interés base de datos Proquest Parte 2	39
2.23. Descripción referentes de interés base de datos Proquest Parte 3	40
2.24. Descripción referentes de interés base de datos Proquest Parte 4	41
2.25. Descripción referentes de interés base de datos Proquest Parte 5	42
2.26. Descripción referentes de interés base de datos Proquest Parte 6	43
2.27. Descripción referentes de interés base de datos Springer	44
2.28. Descripción referentes de interés base de datos TESEO Parte 1	45
2.29. Descripción referentes de interés base de datos TESEO Parte 2	46
2.30. Descripción referentes de interés Google Académico Parte 1	47
2.31. Descripción referentes de interés Google Académico Parte 2	48
2.32. Descripción referentes de interés Google Académico Parte 3	49
2.33. Descripción referentes de interés Google Académico Parte 4	50

2.34. Descripción referentes de interés Google Académico Parte 5	51
2.35. Descripción referentes de interés OMT	52
2.36. Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 1	53
2.37. Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 2	54
2.38. Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 3	55
2.39. Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 4	56
2.40. Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 5	57
2.41. Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 6	58
2.42. Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 7	59
2.43. Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 8	60
2.44. Resultados de la revisión bibliográfica por fuentes y selección de referentes	62
3.1. Cuadro resumen metodología 1	75
3.2. Cuadro resumen metodología 2	78
3.3. Cuadro resumen metodología 3	83
3.4. Cuadro resumen metodología 4	88
3.5. Cuadro resumen metodología 5	93
3.6. Cuadro resumen metodología 6	97
3.7. Cuadro resumen metodología 7	105
3.8. Cuadro resumen metodología 8	109
3.9. Cuadro resumen metodología 9	121
3.10. Cuadro resumen metodología 10	129
3.11. Técnica sugerida por área a evaluar	140
3.12. Cuadro resumen metodología 11	145
3.13. Cuadro resumen metodología 12	154
3.14. Cuadro resumen metodología 13	158
3.15. Cuadro resumen metodología 14	161
3.16. Cuadro resumen metodología 15	168
3.17. Cuadro resumen metodología 16	173
3.18. Cuadro resumen metodología 17	178
3.19. Cuadro resumen metodología 18	183
3.20. Síntesis de metodologías - parte 1	186
3.21. Síntesis de metodologías - parte 2	187
3.22. Síntesis de metodologías - parte 3	188
3.23. Síntesis de metodologías - parte 4	189
3.24. Síntesis de metodologías - parte 5	190
6.1. Ruta a seguir en el trabajo de campo	254
6.2. Años de funcionamiento	254
6.3. Tipo de establecimiento	256
6.4. Categoría	257
6.5. Forma jurídica	258
6.6. Pertenencia a alguna cadena hotelera	259
6.7. Certificación de calidad	259
6.8. Número de habitaciones por establecimiento y tipo de acomodación	260
6.9. Total de habitaciones	261
6.10. Capacidad total por número de camas	262
6.11. Porcentaje de ocupación promedio	263

6.12. Servicios complementarios	264
6.13. Tarifas vigentes por tipo de habitación y establecimiento	266
6.14. Tarifas vigentes por rango y tipo de habitación	267
6.15. Características de la construcción de las instalaciones	268
6.16. Tipo de edificación	268
6.17. Pisos	269
6.18. Infraestructura básica	269
6.19. Plan de emergencia	270
6.20. Rutas de evacuación	270
6.21. Socialización de rutas y plan de emergencia	270
6.22. Tecnología empleada	271
6.23. Tipo de tecnología empleada	271
6.24. Número de empleados por género y establecimiento	273
6.25. Total de empleados por género	273
6.26. Empleados por género y nivel de formación	274
6.27. Empleados por género y relación laboral	276
6.28. Empleados miembros de una misma familia	277
6.29. Planes de expandir servicios que implique nuevas contrataciones	277
6.30. Numero de empleos requeridos por nuevos servicios	277
6.31. Diseño de programas de capacitación	278
6.32. Frecuencia de la capacitación	279
6.33. Programas de capacitación	279
6.34. Mecanismo de detección de satisfacción del usuario	281
6.35. Dominio de un idioma extranjero	282
6.36. Señalización del establecimiento en otro idioma	282
6.37. Periodo en que más se concentra la actividad	283
6.38. Consumo promedio aproximado por cliente	284
6.39. Formas de pago	285
6.40. Aspectos positivos para el desarrollo turístico	286
6.41. Limitantes para el desarrollo turístico	287

Capítulo 1

Introducción

En el presente capítulo, se detallan inicialmente algunos aspectos relevantes del trabajo de investigación, tales como, el planteamiento del problema, la descripción de objetivos, general y específicos, y la metodología empleada para el logro de éstos. Así mismo, en la sección estructura del documento, se presenta brevemente el contenido de cada uno de los capítulos que componen dicho trabajo.

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Justificación desde el sector turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (Sancho, 1998) (p. 11).

Hoy en día, hacer turismo es relativamente más fácil y accesible debido a los cambios que se han presentado a lo largo de los años, tales como el incremento y la mejora de la infraestructura de transporte, el crecimiento relativo en la renta disponible de las familias y del tiempo libre, la aparición de las vacaciones pagadas y el desarrollo de tecnologías de la información y las comunicaciones. Internet, por ejemplo, es una herramienta que hoy en día juega un papel clave en la decisión del turista, dado que permite conocer la oferta existente en un destino turístico y seleccionar lo que más se acerque a sus expectativas.

El aumento de la oferta turística, los bajos precios, la calidad, la competitividad y el continuo crecimiento de las relaciones comerciales entre países y mercados mundiales, son otros aspectos importantes, que según estadísticas e informes públicos mundiales, han contribuido de cierta manera con el crecimiento de la actividad turística y el desarrollo del sector.

Por otro lado, el turismo ha sido considerado como una de las actividades más importantes en la economía mundial no solo por ser generadora de riqueza y crecimiento económico, sino también por el efecto positivo generado en otros sectores involucrados en su operación. Esta afirmación la sustentan diferentes autores del turismo como (Sancho, 1998), pues debido a la interdependencia existente entre estos sectores, un aumento en la demanda de servicios turísticos llevará a que las empresas de este sector produzcan más y por ende demanden más bienes y servicios producidos por otras empresas del mismo o de diferente sector.

Según la OMT, a nivel mundial el turismo ha crecido más de un 4 % entre los meses de enero y agosto de 2012, logrando la llegada de 705 millones de turistas internacionales, 28 millones más que en el mismo periodo de 2011, siendo mayor en los países emergentes que en los desarrollados (Sarralde, 2012).

Este crecimiento del sector turismo en la economía también se ve reflejado en Colombia a través de las estadísticas que expone el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el Informe turismo Septiembre 2012 (Mincomercio, 2012b). A continuación, se presentan algunas de ellas:

Según cifras del Dane, en el año 2011 el crecimiento del PIB fue 5,9 %, el más alto desde 2008. Por encima de la media se ubicaron los sectores de minas y canteras (14,5 %); comercio (7,0 %) y transporte, almacenamiento, comunicaciones (6,7 %); en la media los establecimientos financieros (5,9 %) y por debajo de la media agricultura (2,1 %), la industria manufacturera (4,1 %), electricidad (1,7 %), construcción (5,5 %), actividades de servicios sociales (3,2 %) y reparación (3,8 %). El sector hoteles y restaurantes se incremento 4,4 %, lo que representó 1,5 puntos porcentuales por debajo de la media.

En el primer semestre de 2012, el crecimiento del PIB fue de 4,8 %. Se destaca por encima de la media los crecimientos de los sectores de minas y canteras (10,8 %), construcción (7,9 %), transporte (5,9 %) y hotelería y restaurantes (5,2 %). Por debajo de la media estuvieron los sectores de electricidad (4,0 %), reparación (4,0 %), servicios sociales (4,6 %), comercio (4,4 %), financiero (3,7 %), agricultura (1,2 %). No registró crecimiento la industria manufacturera (0,2 %).

En septiembre de 2012, de 20.627 (miles) de personas ocupadas en el país, el 26,6 % correspondió al sector comercio, hoteles y restaurantes, lo que significó 4,8 % más que el mismo período del año anterior y 1,8 puntos porcentuales por encima del total nacional (3,0 %).

En el 2011, la Inversión Extranjera Directa (IED) en el país fue de US\$13.297 millones. Hacia el sector petrolero se dirigieron US\$5.125 millones (38,5 % del total); le siguió el sector de minas y canteras, al que ingresaron US\$2.546 millones (19,1 % del total). Se destacó el sector de comercio, restaurantes y hoteles con US\$2.311 millones, con un crecimiento superior al 500 %, lo que le permitió ubicarse en tercer lugar en importancia, con el 16 % del total de IED en 2011. En el primer semestre de 2012 la Inversión Extranjera fue de US\$811 millones de dólares lo que representó un crecimiento de 33 % con respecto al mismo período de 2011 (US\$609).

En septiembre de 2012 ingresaron 168.991 viajeros no residentes en el país, 12,7 % más que el mismo mes de 2011 (150.007). En los primeros nueve meses del año han llegado 1.711.629 viajeros, 0,6 % más que el mismo período del año anterior.

Los principales motivos de viaje de los no residentes que ingresaron por los puntos de control migratorio fueron los relacionados con vacaciones, recreo y ocio (64,4 %), negocios y motivos profesionales (12,5 %) y trabajo (10,6 %). Importante crecimiento de los viajeros extranjeros que ingresaron al país en los primeros nueve meses de 2012 con motivos de trabajo (16,1 %) y educación y formación (16,2 %).

Estados Unidos (51 %), España (14 %) y Venezuela (7 %) son los principales mercados emisores de los colombianos no residentes en el país que visitaron Colombia en los primeros nueve meses del año.

En agosto de 2012 la ocupación hotelera alcanzó el 54,9 %, esto es, 0,1 puntos porcentuales más que el mismo mes de 2011 (54,8 %). De enero a agosto la ocupación fue de 53,0 % lo que representó 1,8 puntos porcentuales más que el mismo período de 2011 (51,2 %).

Los ingresos de los hoteles y el personal ocupado presentaron crecimientos en los ocho primeros meses del año, 8,6 % aumentaron los ingresos y 3,5 % el personal ocupado. Igual comportamiento registraron las agencias de viajes en el primer semestre, los ingresos crecieron 5,2 % y el personal ocupado 1,4 %.

A septiembre de 2012 se encontraban activos en el Registro Nacional de Turismo¹ 17.256 prestadores de servicios turísticos. De este total el 31,1 % se localizaban en las grandes capitales, el 16,2 % en la Costa Atlántica, el 10,7 % en la zona cafetera, el 4,6 % en las zonas fronterizas y el 37,4 % en el resto del país.

De tal forma y con el fin de generar nuevos empleos en el sector turismo, en Colombia, el Ministro Sergio Díaz Granados mencionó, en el boletín N° 33 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo lanzado el viernes 17 de agosto de 2012 (Mincomercio, 2012a) que se está avanzando en la ejecución de siete estrategias clave y en el desarrollo de siete productos. Las primeras son: Buen gobierno; desarrollo de la infraestructura turística; conectividad aérea, marítima y terrestre; productividad empresarial; competitividad de los destinos; promoción y mercadeo; y realización de estudios e investigaciones para el sector. Los destinos prioritarios a apoyar con más ahínco para que sean competitivos y atraigan más viajeros nacionales e internacionales que trabaja el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, son: Turismo de naturaleza; turismo de salud y bienestar; turismo cultural; turismo de sol y playa; turismo náutico; turismo de aventura; y turismo de congresos y reuniones.

Partiendo de la anterior revisión del estado actual del turismo, no solo a nivel mundial sino también a nivel nacional, se puede concluir que el turismo en Colombia ha cobrado una participación importante como sector económico en el desarrollo del país y por tanto debe fomentarse y aprovecharse cada una de las oportunidades latentes en el sector. De esta manera, se justifica la elaboración de trabajos e investigaciones que trabajen en pro del desarrollo del sector turismo y por ende del país y su economía.

1.1.2. Necesidad de las metodologías de análisis de destinos turísticos

Debido al crecimiento del sector turismo, los destinos turísticos juegan hoy en día un papel fundamental en el sector al ser considerados como la base de la experiencia turística, sin embargo, su éxito como destino depende de la gestión que se haga del mismo teniendo en cuenta entre otros aspectos, las diversas necesidades y exigencias de los turistas actuales, la oferta turística del destino y el crecimiento continuo de la competencia, es decir de otros destinos turísticos existentes en el mundo. De esta manera, es fundamental lograr una armonía entre lo que quiere encontrar el turista y lo que existe en el destino, aprovechando las ventajas que se tengan frente a otros siendo competitivos y especialmente utilizando la planeación como herramienta de gestión fundamental en cada uno de los proyectos que se pretendan realizar.

La planeación es un proceso indispensable para conseguir que un municipio, lugar o zona sea considerado como destino turístico y logre ser interesante y atractivo para los turistas, en la medida en que, a través de la planeación se pretende crear estrategias y diseñar una guía o plan de trabajo a seguir para conseguir unos objetivos preestablecidos. Sin embargo, antes de planear se debe diagnosticar y analizar el entorno, saber qué está sucediendo, qué se está haciendo bien y qué no tan bien, entre otros elementos que se consideren importantes para la gestión de un destino turístico.

Así pues, para llevar a cabo un análisis del entorno, de la situación o en este caso del destino turístico, debe seguirse una metodología, la cual es definida por el Diccionario de la Real Academia Española como el “Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal”, que facilite el diagnóstico y análisis de un destino, a través de unas etapas definidas, y por ende la planeación y toma de decisiones respecto al destino turístico.

Sin embargo, no existe una única metodología de análisis de destinos turísticos debido a que cada destino cuenta con características propias, únicas, las cuales se ven reflejadas en la naturaleza de sus atractivos como destino, del clima, del espacio geográfico, de su cultura y tradiciones, del interés del ser humano en la actividad

¹Registro Nacional de Turismo: En Colombia, el Registro Nacional de Turismo (RNT) fue establecido mediante el Artículo 61 de la Ley 300 de 1996. En este Registro, se deben inscribir todos los Prestatarios de Servicios Turísticos entre otros: Alojamiento, Agencias de Viaje, Oficinas de Representaciones Turísticas, Operadores de Congresos, Operadoras, Mayoristas, Guías de Turismo, Arrendadoras de Vehículos, etc. Disponible en: <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/R/REGISTRO-NACIONAL-DE-TURISMO-1054/>

turística, de las políticas que rijan en él y de todo su entorno, en el que se destaca el sistema turístico como un factor clave en el destino.

Es por ello, que en el presente trabajo se revisará, seleccionará y evaluará diferentes metodologías de análisis de destino turístico existentes y sus elementos, con el fin de seleccionar entre ellas la más adecuada para un destino turístico como la ciudad de Popayán-Cauca, considerando esta última como centro subregional de segundo orden según la clasificación que hace el Instituto Geográfico Agustín Codazzi, el cual define como centros subregionales a “aquellos que, dentro de una región adscrita a la influencia de una metrópoli regional, poseen un grado sobresaliente de bienes y servicios especializados, sirven de apoyo a la metrópolis en varias de sus funciones y establecen sobre un espacio geográfico vínculos de dependencia” (Instituto Geográfico Agustín Codazzi IGAC., 2006).

Finalmente, cabe resaltar que a nivel mundial existen diferentes metodologías utilizadas para analizar un destino turístico, las cuales varían dependiendo del autor y de la naturaleza del destino, pero en sí, están orientadas a conocer en qué estado se encuentra el destino con respecto a atractivos turísticos, oferta turística y demanda turística.

1.1.3. Problemática central de este proyecto

La ciudad de Popayán, considerada como la ciudad blanca de Colombia, ciudad culta y ciudad universitaria, ubicada en el departamento del Cauca del cual es capital, es conocida por sus tradicionales procesiones de Semana Santa, por ser cuna de presidentes, poetas y escritores importantes para Colombia y por todo el patrimonio histórico apreciable presente en cada una de sus calles.

En el año 2005, la ciudad de Popayán fue considerada por la UNESCO “Ciudad Gastronómica” y para el año 2009 las procesiones de la Semana Mayor de Popayán fueron reconocidas por la misma organización como “Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad”. Las procesiones de Semana Santa en Popayán son uno de los principales atractivos de la ciudad y por el cual muchos turistas la visitan. De igual manera, la ciudad tiene una serie de atractivos turísticos y toda una historia por contarle a Colombia y al mundo.

Basandose en lo anterior, y con el fin de contribuir a que la ciudad de Popayán logre ser un destino turístico de éxito se propone la elaboración de este trabajo, el cual pretende a través de la evaluación de metodologías de análisis de destinos turísticos, proponer la metodología más adecuada para un destino turístico como la ciudad de Popayán, y emplearla en la misma como caso aplicado del presente trabajo, siendo este un primer paso para que la ciudad busque su desarrollo turístico.

Teniendo en cuenta que, por lo general en las metodologías de análisis de destinos turísticos los elementos comunes de estudio son la demanda, la oferta y los atractivos turísticos; el enfoque de este trabajo está orientado a la oferta turística, partiendo de que en la ciudad de Popayán actualmente se han realizado estudios relacionados con los atractivos turísticos y la demanda turística; con relación a los atractivos turísticos, recientemente se realizó el Inventario turístico del Municipio de Popayán, el cual fue socializado en el mes de Noviembre de 2012. Este trabajo fue realizado por Laura Marcela Hortúa Gutiérrez y Leidi Paola Mulcué Vitopía, estudiantes del programa de Hotelería y Turismo de la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca. Con respecto a la demanda turística, se llevó a cabo el proyecto de trazabilidad turística con el fin de hacerle un seguimiento al turista con respecto a los lugares que visita y a algunos de sus datos importantes, utilizando la llamada Tarjeta Turista, proyecto que contribuye con estadísticas, facilitando toma de decisiones. Por otro lado, analizar la oferta turística de un destino es muy importante porque en conjunto con los atractivos turísticos son la base fundamental para realizar la actividad turística.

Finalmente, teniendo en cuenta lo planteado en el presente capítulo, la pregunta central de este trabajo es:

¿Qué metodología de análisis de destinos turísticos, es la más adecuada para el caso específico de la ciudad de Popayán?

A partir de esta pregunta, se plantea la siguiente hipótesis a desarrollar durante el trabajo:

Es posible plantear una propuesta metodológica de análisis de destinos turísticos adaptada a partir de metodologías existentes para ciudades como Popayán.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Formular una propuesta metodológica para el análisis de destinos turísticos, adecuada para un destino como la ciudad de Popayán.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Establecer un inventario de las metodologías utilizadas para analizar un destino turístico.
2. Diseñar un instrumento de evaluación para las metodologías de análisis de destinos turísticos halladas en la búsqueda.
3. Evaluar cada una de las metodologías de análisis de destinos turísticos seleccionadas con el fin de elegir la que más se adapte a la ciudad de Popayán.
4. Definir la propuesta metodológica de análisis de destinos turísticos más adecuada para aplicarla a la ciudad de Popayán.
5. Aplicar la propuesta metodológica de análisis de destinos turísticos seleccionada a la oferta turística de la ciudad de Popayán.

1.3. Metodología de investigación

El presente trabajo se desarrolló por etapas, las cuales se presentan a continuación con cada una de las actividades fundamentales para su realización.

Eta 0. Generación del Anteproyecto		
Eta 1. Inventario de metodologías		
OBJETIVO:	Establecer un inventario de las metodologías utilizadas para analizar un destino turístico	
ACTIVIDADES		RESULTADOS
1	Búsqueda de fuentes bibliográficas e especializadas en las que se planteen metodologías de análisis de destinos turísticos	Compilado de metodologías y casos de estudio de destinos turísticos
2	Búsqueda en la web sobre metodologías y casos de análisis de destinos turísticos	
3	Listado de las metodologías de análisis de destinos turísticos planteadas en cada referente encontrado	
Eta 2. Diseño del instrumento de evaluación		
OBJETIVO:	Diseñar un instrumento de evaluación para las metodologías de análisis de destinos turísticos halladas en la búsqueda.	
ACTIVIDADES		RESULTADOS
1	Búsqueda de métodos de evaluación en la web y en fuentes bibliográficas	Instrumento de evaluación para las metodologías de análisis de destinos turísticos
2	Selección y ajuste del método de evaluación	
3	Definición y ponderación de criterios de evaluación	
Eta 3. Evaluación de metodologías		
OBJETIVO:	Evaluar cada una de las metodologías de análisis de destinos turísticos seleccionadas con el fin de elegir la que más se adapte a la ciudad de Popayán.	
ACTIVIDADES		RESULTADOS
1	Revisión de las metodologías de análisis de destinos turísticos a evaluar	Resultados de evaluación de cada una de las metodologías de análisis de destinos turísticos
2	Aplicación del instrumento de evaluación diseñado anteriormente a cada metodología	
3	Listado de las metodologías y sus resultados de evaluación	

Tabla 1.1: Metodología de la investigación - parte 1 - Fuente: elaboración propia

Etapa 4. Propuesta metodológica		
OBJETIVO:	Definir la propuesta metodológica de análisis de destinos turísticos más adecuada para aplicarla a la ciudad de Popayán.	
ACTIVIDADES		RESULTADOS
1	Revisión detallada de las metodologías y sus resultados de evaluación	Metodología de análisis para un destino turístico como la ciudad de Popayán
2	Selección de la(s) metodología(s) de análisis de destinos turísticos más adecuada(s) para un destino como la ciudad de Popayán	
3	Propuesta metodológica para análisis de destinos turísticos	
Etapa 5. Caso aplicado		
OBJETIVO:	Aplicar la propuesta metodológica de análisis de destinos turísticos seleccionada, a la oferta turística de la ciudad de Popayán.	
ACTIVIDADES		RESULTADOS
1	Selección de los elementos de la oferta turística a analizar	Documento con los resultados del análisis de la oferta turística de la ciudad de Popayán
2	Elaboración de un plan de trabajo para recopilar la información requerida en la metodología propuesta	
3	Recopilación y análisis de la información	
4	Conclusiones del análisis de la oferta turística de la ciudad de Popayán como destino turístico	
Etapa 6. Informe final		
OBJETIVO:	Presentar el informe final	
ACTIVIDADES		RESULTADOS
1	Compilación de todo el trabajo realizado en cada una de las etapas	Documento – Informe Final
2	Conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado	
3	Presentación y sustentación del trabajo	

Tabla 1.2: Metodología de la investigación - parte 2 - Fuente: elaboración propia

1.4. Estructura del documento

A continuación, se presenta una breve descripción de los siete capítulos que contiene el documento, por medio de los cuales se desarrolló cada uno de los objetivos definidos, siguiendo la metodología planteada.

El **capítulo 1** abarca tanto los objetivos de la investigación, como el problema, la justificación y la metodología empleada.

El **capítulo 2** por su parte, recoge una serie de referentes relacionados con el tema de investigación, los cuales son filtrados y empleados para la construcción de la propuesta metodológica. Adicionalmente, este capítulo incluye la descripción de algunos conceptos fundamentales, permitiendo un mejor desarrollo y entendimiento del trabajo realizado.

En el **capítulo 3** se compilan y describen las metodologías de análisis de destinos turísticos, expuestas en los referentes seleccionados en el capítulo 2.

El **capítulo 4** incluye el diseño y aplicación de un instrumento de evaluación para las metodologías de análisis de destinos turísticos, detalladas en el capítulo anterior, con el fin de evaluar los elementos, componentes, subcomponentes de cada una de ellas, y lograr un insumo base para la propuesta metodológica.

El **capítulo 5** contiene la descripción del objetivo principal del trabajo, es decir, la propuesta metodológica para el análisis de un destino turístico como la ciudad de Popayán, para la cual se tomaron como insumo tanto los resultados de evaluación del capítulo anterior, como el perfil del destino-ciudad.

El **capítulo 6** incluye una prueba piloto de la metodología, dirigida a analizar el subcomponente alojamiento del elemento planta turística de la ciudad de Popayán, con el fin de validar parte de la propuesta metodológica.

Finalmente, el **capítulo 7** presenta las conclusiones generales del estudio, así como las recomendaciones y trabajos futuros.

Capítulo 2

Estado del Arte

El segundo capítulo corresponde al desarrollo del estado del arte como componente de investigación documental del presente trabajo, el cual expone la búsqueda realizada por diferentes fuentes bibliográficas respecto al tema general de investigación, para conocer tanto el grado de innovación y aporte al conocimiento por parte de este proyecto, como las diferentes metodologías de análisis de destinos turísticos existentes, las cuales serán insumo esencial en el desarrollo del trabajo, pues estas últimas serán estudiadas en detalle y empleadas en el planteamiento de la propuesta metodológica que se menciona en el capítulo 1. Del mismo modo, se presenta una base conceptual de los términos asociados con el tema de investigación, con el fin de obtener claridad de los mismos y un mejor desarrollo del presente trabajo.

2.1. Selección de fuentes de información

A continuación, se presentan las fuentes de información consultadas, entre las que prevalecen bases de datos y catálogo de bibliotecas, utilizadas para realizar la búsqueda de información relevante relacionada con la presente investigación, su tema principal y las diferentes metodologías de análisis de destinos turísticos existentes.

2.1.1. Biblioteca y Hemeroteca de la Universidad del Cauca

La búsqueda se realizó específicamente en la Biblioteca Central José María Serrano, siendo ésta una de las seis bibliotecas con que cuenta la Universidad del Cauca; en ella se encuentran distintas obras de carácter bibliográfico, textos, tesis, entre otros documentos relacionados con las Ciencias Naturales, Exactas y de la Educación, la Ingeniería Civil, la Ingeniería Electrónica, las Telecomunicaciones y las Ciencias Contables, Económicas y Administrativas. Del mismo modo, se consultó en la hemeroteca de la Universidad, la cual posee publicaciones periódicas, tesis, mapas, láminas, microfichas, lectores e impresores.

La Biblioteca Central José María Serrano, cuenta con un total de 23.524 títulos y 34.666 copias según la información disponible en la página web de la biblioteca.¹

2.1.2. Hemeroteca Corporación Universitaria Autónoma del Cauca

Debido a que la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca ofrece el programa de Hotelería y Turismo como estudio de pregrado en la ciudad de Popayán, se consideró necesario realizar una búsqueda en el catálogo de la hemeroteca de esta misma institución, para identificar los trabajos de grado de interés, relacionados con la

¹Biblioteca Central José María Serrano Universidad del Cauca. Disponible en: <http://www.unicauca.edu.co/versionP/servicios/bibliotecas/biblioteca-central-jose-maria-serrano>

presente investigación. Cabe resaltar que en esta fuente se pueden consultar además, las tesis generadas por los diferentes programas de pregrado y posgrado ofertados por la institución educativa.

2.1.3. Biblioteca Luis Ángel Arango y su red de bibliotecas

El Banco de la República, a través de la Red de Bibliotecas facilita el acceso a conocimiento, bienes y servicios culturales a toda la población de la nación, sus colecciones están conformadas por libros, revistas, materiales audiovisuales (en diversos formatos), manuscritos, mapas y planos, archivos documentales y documentos digitales. Reúne libros de interés general, producción colombiana y colombianista de cualquier período o región, inédita o publicada en cualquier formato, editada en Colombia o en el exterior, en español o en otros idiomas. Se destacan la colección de economía, ciencias sociales, humanidades, derecho, música (incluye grabaciones y partituras), y una colección básica sobre los países de América Latina.²

2.1.4. EBSCO HOST

Esta base de datos considerada multidisciplinar, ha sido seleccionada porque además de ser de fácil acceso a través del contrato que tiene con la Universidad del Cauca, es una gran base de datos (biblioteca para todos los programas) que permite acceder a otras bases como Academic Search Complete; News (AP, UPI, etc.); Business Source Premier; Education Research Complete; ERIC; Fuente Académica Premier; GreenFILE; Library, Information Science Y Technology Abstracts; MedicLatina; MEDLINE with Full Text; Regional Business News y Small Business Reference Center; de las cuales fueron seleccionadas para la búsqueda de palabras clave las que se presentan a continuación, acompañadas con un breve resumen disponible en la página principal de EBSCO HOST.³

Academic Search Complete

Esta base de datos académica multidisciplinaria incluye más de 8.500 textos completos de publicaciones periódicas, entre las que se incluyen 7.300 publicaciones arbitradas, y ofrece además índices y resúmenes de más de 12.500 publicaciones y un total de más de 13.200 publicaciones diversas, entre las que se incluyen monografías, informes, actas de conferencias, etc. La base de datos presenta contenidos en PDF que se remontan hasta 1887, con la mayoría de los títulos de texto completo en formato PDF nativo (con opción de búsqueda).

Business Source Premier

Esta base de datos de investigación empresarial contiene textos completos de más de 2.300 publicaciones, que incluyen el texto completo de más de 1.100 títulos arbitrados. Provee además textos completos que se remontan a 1886 y referencias citadas con posibilidad de búsqueda que se remontan a 1998. En sus disciplinas empresariales se incluyen: marketing, gestión, sistema de información de gestión, gestión de producción y operaciones, contabilidad, finanzas y economía.

Fuente Académica Premier

Es una colección de rápido crecimiento que contiene más de 570 publicaciones académicas provenientes de Latino América, Portugal y España. Se cubren todas las áreas temáticas principales, con mayor énfasis en agricultura, biología, economía, historia, leyes, literatura, filosofía, psicología, administración pública, religión y sociología.

²Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaa/informacion-general>

³Disponible en: <http://ehis.ebscohost.com/ehost/search/selectdb?sid=45662834-3642-4011-ad8b-2d0e6b179da6%40sessionmgr11&vid=1&hid=5>

Regional Business News

Esta base de datos provee una amplia cobertura en texto completo de publicaciones de negocios a nivel regional. Incluye más de 80 publicaciones de negocios regionales que abarcan todas las áreas metropolitanas y rurales de Estados Unidos.

2.1.5. ScienceDirect

Es otra de las bases de datos a la que se tiene acceso por intermedio de la Universidad del Cauca. Es una base de datos científica, multidisciplinar, de texto completo, perteneciente al grupo Elsevier, que ofrece más de 2.500 revistas revisadas por pares y más de 11.000 libros.

2.1.6. JSTOR

Es una base de datos on-line, multidisciplinar, de publicaciones académicas; la cual es también de fácil acceso por el convenio existente con la Universidad del Cauca. Las áreas que abarca esta base de datos son: Economía, Historia, Ciencias Políticas, Sociología, Arqueología, Lengua y Literatura, Música, Cine, Teatro, Filosofía, Religión, Arte, Arquitectura, Ecología y Medioambiente, Matemáticas y Estadística. Además permite descargar imágenes de páginas y ediciones de publicaciones, escaneadas a alta resolución, según fueron creadas, impresas e ilustradas originalmente.

2.1.7. ProQuest

Proquest es una base de datos que contiene millones de artículos publicados originalmente en revistas, periódicos y publicaciones seriadas en general. Sus áreas temáticas son las siguientes: Artes, Ciencias sociales, Ciencia y tecnología, Economía y negocios, Historia, Lengua y literatura, Noticias y periódicos, Salud y medicina, y Tesis doctorales y tesinas. El acceso a esta base de datos se logra a través del contrato existente entre la Universidad del Cauca y Proquest.

2.1.8. Springer

A pesar de que Springer es una editorial que realiza publicaciones científicas relacionadas principalmente con ciencia, tecnología y medicina, en las bases de datos que la componen tales como SpringerLink, Springer-Protocols y SpringerImages, se encuentran trabajos de investigación, libros de texto, monografías y series de libros que pueden ser de interés para la presente investigación. Cabe resaltar además, que existen más de 35 mil títulos catalogados como libros electrónicos organizados en 13 colecciones temáticas.

2.1.9. TESEO

La Base de Datos TESEO, del Consejo de Universidades, recoge y permite recuperar información acerca de las tesis doctorales leídas y consideradas aptas en las Universidades españolas desde 1976. La información procede directamente de la Comisión de Doctorado de las Universidades, que remite al Consejo de Universidades la correspondiente ficha de tesis.⁴

2.1.10. Google Académico

Este buscador posee una gran base de datos disponible en internet que incluye artículos de revistas científicas y un amplio conjunto de trabajos de investigación científica de diferentes áreas y formatos de publicación.

⁴Disponible en: http://biblioteca.ugr.es/pages/biblioteca.electronica/bases_datos/teseo

2.1.11. Organización Mundial del Turismo OMT

Portal que contiene alrededor de 300 títulos de publicaciones editadas por la Organización Mundial del Turismo. Además, con la opción Tourism Factbook se puede tener acceso a la información estadística más actualizada relacionada con el turismo; y con la opción Advanced Search pueden recuperarse documentos que incluyan una o varias palabras-clave y consultarlos en su versión a texto completo.⁵

2.2. Búsqueda y análisis de relevancia

2.2.1. Selección de palabras clave

Para llevar a cabo una búsqueda completa de la información relevante para la presente investigación, se definió una serie de combinaciones de palabras clave en inglés y en español asociadas con el tema principal, partiendo desde el término general “turismo” y refinando cada vez más la búsqueda con términos más específicos que faciliten esta última y garanticen información más filtrada y acorde con el tema de interés. Estas palabras son las siguientes:

- a. Turismo
- b. Destinos AND turísticos
- c. Destinos AND turísticos AND análisis
- d. Destinos AND turísticos AND análisis AND metodología
- e. Destinos AND turísticos AND análisis AND metodología AND propuesta
- f. Destinos AND turísticos AND análisis AND propuesta
- g. Destinos AND turísticos AND gestión
- h. Destinos AND turísticos AND diagnóstico
- i. Destinos AND turísticos AND evaluación
- j. Sistema AND turístico AND análisis
- k. Oferta AND turística AND análisis
- l. Tourism
- m. Tourism AND destinations
- n. Tourist AND destinations
- o. Tourist AND destinations AND analysis
- p. Tourist AND destinations AND analysis AND methodology
- q. Tourist AND destinations AND analysis AND methodology AND proposal
- r. Tourist AND destinations AND analysis AND proposal

⁵Disponible en: <http://www.urjc.es/biblioteca/Servicios/BBDDmaterias/turismo.html>

- s. Tourist AND destinations AND diagnosis
- t. Tourist AND destinations AND evaluation
- u. Tourist AND offer AND analysis

2.2.2. Proceso de búsqueda de palabras clave.

Teniendo en cuenta las palabras clave y las diferentes combinaciones definidas anteriormente, se procedió a realizar la búsqueda de éstas por cada una de las fuentes bibliográficas seleccionadas en el aparte 2.1, teniendo como rango de tiempo los años 2003 a 2013 y otras restricciones de búsqueda propias de cada fuente. De esta manera, se obtuvo como resultado 609.001 referentes encontrados en total, tal como se visualiza en la tabla 2.1, de los cuales 22.639 fueron revisados uno a uno por título y resumen, y cuando fuere necesario por su contenido, para llegar de esta manera a aquellos de verdadero interés para la presente investigación, es decir, a aquellos referentes orientados a analizar un destino turístico. Cabe aclarar, que esta revisión en detalle se hizo con los resultados obtenidos para las combinaciones compuestas por tres o más palabras clave, resaltadas con color azul en la tabla 2.1, por su cercanía con el tema central de la investigación, debido a la amplitud de otras palabras como “turismo” que presenta diversos resultados que incluyen gran variedad de temáticas y contenido. Finalmente, después de la revisión en detalle se llegó a un total de 75 referentes de interés encontrados y 20 más por búsqueda libre tal como se presenta en la 2.2.

A continuación, se describe el proceso de búsqueda realizado en cada una de las fuentes bibliográficas para llegar a los resultados mencionados:

Palabras clave en la búsqueda	Fuentes Bibliográficas											TOTAL
	Biblioteca Universidad del Cauca	Biblioteca Luis Ángel Arango	Ebsco	Science Direct	Jstor	Proquest	Springer	TESEO	Google Académico	OMT	OMT	
a	195	298	1839	56	20	15824	745	706	15300	177	35160	
b	9	12	292	4	0	540	2	81	587	0	1527	
c	2	0	59	2	0	1	0	47	60	0	171	
d	1	0	14	0	0	0	0	20	2	0	37	
e	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	5	
f	0	0	2	0	0	0	0	11	3	0	16	
g	6	1	45	0	0	13	0	24	52	0	141	
h	1	0	2	0	0	2	0	3	3	0	11	
i	1	0	10	0	0	4	1	14	16	0	46	
j	4	3	27	3	2	0	3	81	13	0	136	
k	0	0	7	0	0	5	0	48	8	0	68	
l	11	22	45373	4627	749	362620	28533	47	47700	690	490372	
m	0	0	3672	772	20	22882	4978	5	843	115	33287	
n	0	2	4712	588	20	14707	5418	5	517	47	26016	
o	0	0	189	213	3	1286	4112	4	47	19	5873	
p	0	0	10	14	1	123	1483	0	0	1	1632	
q	0	0	0	0	0	4	335	0	0	0	339	
r	0	0	3	3	0	11	873	0	0	0	890	
s	0	0	4	1	0	29	320	0	0	0	354	
t	0	0	32	42	0	133	2139	1	0	2	2349	
u	0	0	61	46	1	335	10112	2	4	10	10571	
TOTAL	230	338	56353	6371	816	418519	59054	1104	65155	1061	609001	

Tabla 2.1: Resultados de la búsqueda general por fuentes bibliográficas y palabras clave - Fuente: elaboración propia

Catálogo de biblioteca y hemeroteca de la Universidad del Cauca

La búsqueda se realizó en línea, en el catálogo de bibliotecas disponible en la página web de la Universidad del Cauca por búsqueda avanzada, introduciendo las palabras clave unidas por el conector AND, lo cual arrojó como resultado final 230 referentes tal como se visualiza en la tabla 2.1. Posteriormente, de estos 230, 15 pasaron a revisión por título, tabla de contenido y resumen, con el fin de seleccionar los más relevantes para el desarrollo de la presente investigación. De esta manera, se llegó a 9 referentes de interés en total (ver tabla 2.2) donde 8 de ellos corresponden a libros y serán utilizados tanto como soporte para la definición de los conceptos fundamentales del presente trabajo desarrollados más adelante en este mismo capítulo, como para el estudio de las metodologías de análisis de destinos turísticos que cada autor propone en su libro, las cuales serán explicadas y analizadas en el capítulo 3. El referente restante, consiste en un trabajo de grado presentado en la modalidad de investigación que se considera también de interés pues en su contenido se exponen algunos datos del sector turismo de la ciudad para el año 2000 como resultado del diagnóstico que se realizó como etapa previa a la creación del plan de desarrollo turístico.

Por otro lado, cabe mencionar, que se realizó una búsqueda in situ en el catálogo de la hemeroteca de la Universidad del Cauca, en la que se archivan todos los trabajos de grado, y no se encontró ningún referente de interés, a parte del ya mencionado, en las carpetas de los programas de pregrado de Administración de Empresas y de Economía, a pesar de que efectivamente si existen trabajos relacionados con el turismo. Con respecto al programa de Profesional en Turismo de la Universidad del Cauca, no se tienen trabajos de grado archivados en la hemeroteca pues aún no se ha graduado la primera cohorte.

Hemeroteca de la Corporación Universitaria Autónoma del Cauca

La revisión realizada se llevó a cabo directamente en las instalaciones de la hemeroteca de dicha institución educativa en la que se consultó específicamente las carpetas de los programas de pregrado de Hotelería y Turismo, y de Administración de Empresas, encontrando diversos trabajos enfocados al turismo, pero ninguno de ellos considerado relevante para la investigación, al no estar relacionados con el tema principal de esta última, es por ello que en la tabla 2.1 no se tiene registro de esta búsqueda.

Por otro lado, se conoció a través de la socialización del mismo, un trabajo de grado relevante para el presente estudio, denominado “Inventario turístico del municipio de Popayán” elaborado recientemente por dos estudiantes del programa de Hotelería y Turismo de esta Universidad y sustentado en el mes de febrero del año 2013. Por esta razón, aun no se encuentra disponible en la hemeroteca de dicha institución.

Biblioteca Luis Ángel Arango y su red de bibliotecas

A través de la página web de la biblioteca, se realizó la búsqueda de las palabras clave en búsqueda avanzada por “catálogo completo” introduciendo las palabras clave sin el conector AND, en “cualquier campo” y en “título”, lo cual arrojó un total de 338 referentes encontrados, de los cuales solo 4 pasaron a revisión en detalle y 1 de ellos resultó de interés, sin embargo este último ya había sido rescatado en la búsqueda realizada en la biblioteca de la Universidad del Cauca. De esta manera, se procedió a examinar los referentes restantes llegando así a 2 de interés los cuales serán expuestos más adelante.

EBSCO HOST

La búsqueda realizada en EBSCO HOST, específicamente en EBSCO HOST Bases de Datos “Bibliotecas Virtuales para todos los Programas”, partió de la selección de las bases de datos descritas en el aparte 2.1.3 del presente capítulo y de la posterior búsqueda de las palabras clave ya definidas, unidas por el conector AND, a través de Búsqueda Avanzada.

Cabe resaltar, que la búsqueda de estas palabras clave se llevó a cabo tanto en “TI Title” como en “AB Abstract”, es decir, por título y resumen con el propósito de obtener información más filtrada y relacionada con el tema de investigación. De esta manera, los resultados que se muestran en la tabla 2.1, respecto a cada una de las combinaciones de las palabras clave, corresponde a la sumatoria de los resultados obtenidos en los dos tipos de búsqueda.

En consecuencia, se obtuvo 56.353 referentes (ver tabla 2.1) de los cuales 465 fueron revisados en detalle uno a uno debido a su aproximación con el tema principal (combinaciones de 3 o más palabras clave), lo cual permitió llegar a un total de 24 referentes de interés como lo muestra la tabla 2.2, que serán estudiados más adelante.

ScienceDirect

La búsqueda en ScienceDirect de cada una de las palabras clave, en sus diferentes combinaciones, se realizó por búsqueda avanzada en “abstract, title and keywords” es decir, por resumen, título y palabras clave, además, se utilizó el conector AND entre las palabras que fueron incluidas en la búsqueda. De esta manera, se llegó a un total de 6.371 resultados obtenidos, de los cuales 324 pasaron a revisión detallada y solo 5 se consideraron de interés para la investigación, tal como se visualiza en la tabla 2.2.

JSTOR

La búsqueda de las palabras clave en JSTOR se llevó a cabo por búsqueda avanzada en dos fases; la primera de ellas en “ítem title”, es decir, por título y una segunda búsqueda por “abstract”. Esto con el fin de llegar directamente a una información más filtrada y acorde con el tema de investigación. Cabe resaltar, que los datos que muestra la tabla 2.1 por cada una de las combinaciones de las palabras clave en esta base de datos, representa la suma de los resultados obtenidos en la búsqueda tanto por título como por abstract.

En consecuencia, se obtuvo un total de 816 referentes de los cuales 7 fueron revisados en detalle, sin embargo, ninguno de ellos se consideró de interés para la presente investigación (Ver tabla 2.2).

ProQuest

La consulta de las palabras clave llevada a cabo en esta base de datos, se realizó por búsqueda avanzada en “cualquier campo excepto el texto completo All” introduciendo cada una de las palabras ligadas por el conector AND, lo que llevó a un total de 418.519 referentes de los cuales 1.946 fueron revisados en detalle y solo 14 fueron considerados relevantes para la investigación (ver tabla 2.2) y serán estudiados más adelante.

Springer

En esta base de datos, se realizó la búsqueda de las palabras clave a través de búsqueda avanzada limitándola al periodo de tiempo establecido inicialmente. De esta manera, se obtuvo como resultado 59.054 referentes encontrados, de los cuales 19.378 debían pasar a revisión, teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, con respecto a la cercanía de las combinaciones con las palabras clave al tema principal de la investigación, sin embargo, debido a la revisión tan amplia que se debía hacer y teniendo en cuenta que esta base de datos está orientada principalmente a la ingeniería y las ciencias, se optó por enfocar la revisión solo en aquellas combinaciones de palabras clave aún más filtradas correspondientes a las letras p,q,r en la tabla 2.1. De esta manera, se procedió a revisar tanto los resultados obtenidos en la búsqueda de estas tres combinaciones como de los resultados obtenidos en español, es decir, un total de 2.695 referentes de los cuales se consideró finalmente de interés, después de una revisión bastante detallada, un total de 3 referentes tal como se evidencia en la tabla 2.2.

TESEO

La consulta en esta base de datos de tesis doctorales se realizó por búsqueda avanzada haciendo uso de las palabras clave sin el conector AND. En buscar tesis, se introdujo las palabras claves en: “con todas las palabras” por título/resumen, obteniendo así 1.104 resultados, de los cuales 260 pasaron a revisión y finalmente 5 de ellos se consideraron de interés (ver tabla 2.2) y serán estudiados más adelante.

Google Académico

La revisión en Google académico se realizó a través de búsqueda avanzada, introduciendo las palabras claves en el espacio denominado “con todas las palabras” sin hacer uso del conector AND y con la opción donde las palabras aparezcan en el “título del artículo”. De esta manera, se llegó a 65.155 resultados tal como se visualiza en la tabla 2.1, de los cuales pasaron a revisión 208 y finalmente, se consideraron relevantes para la investigación 12 referentes (ver tabla 2.2), los cuales serán analizados posteriormente.

Organización Mundial del Turismo OMT

La búsqueda de las palabras clave se realizó por título, abstract y tabla de contenido en búsqueda avanzada, teniendo como restricción el periodo de tiempo mencionado anteriormente. De esta manera, se logró llegar a 1.061 resultados de los cuales 32 pasaron a revisión y posteriormente solo un (1) referente se consideró de interés.

Búsqueda libre, Otros

Adicional a la búsqueda realizada en las fuentes bibliográficas y los resultados obtenidos en cada una de ellas, se tuvo acceso a otros referentes de interés vía internet y por recomendación de expertos, los cuales suman en total 20 referentes relevantes y serán también estudiados más adelante.

En la tabla 2.2 se presenta a manera de resumen, el total de referentes encontrados considerados de interés para la presente de investigación por cada una de las fuentes bibliográficas y las combinaciones de palabras clave correspondientes.

Palabras clave en la búsqueda	Fuentes Bibliográficas										TOTAL
	Biblioteca Universidad del Cauca	Biblioteca Luis Ángel Arango	Ebsco	Science Direct	Jstor	Proquest	Springer	TESEO	Google Académico	OMT	
a	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
b	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2
c	1	0	6	0	0	0	0	0	0	5	12
d	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
e	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
f	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	3
g	0	0	3	0	0	0	0	1	2	0	6
h	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
i	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	3
j	6	0	3	0	0	0	0	0	2	0	11
k	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0	4
l	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
m	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
n	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
o	0	0	7	2	0	8	-	0	0	0	17
p	0	0	0	1	0	3	3	0	0	0	7
q	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
r	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
s	0	0	0	0	0	0	-	0	0	0	0
t	0	0	0	0	0	1	-	0	0	0	1
u	0	0	0	2	0	2	-	0	0	0	4
TOTAL	9	2	24	5	0	14	3	5	12	1	75
										+ Búsqueda libre - otros	20
										TOTAL REFERENTES DE INTERÉS	95

Tabla 2.2: Referentes de interés por fuentes bibliográficas y palabras clave, resultado de una revisión por título, palabras clave y resumen - Fuente: elaboración propia

Luego de la búsqueda realizada por las diferentes fuentes bibliográficas, y de la revisión detallada de cada referente, se llegó a un número más reducido y relevante al que se tenía inicialmente, pues se pasó de 609.001 a 22.639 y de este último a 75 referentes por fuentes bibliográficas más 20 por búsqueda libre, es decir, a un total de 95 documentos de interés, los cuales son analizados a continuación uno a uno y clasificados por título, resumen, tipo y metodología, con el fin de llegar a aquellos referentes realmente importantes que planteen, f bien sea una metodología de análisis de destinos turísticos o una serie de elementos a tenerse en cuenta en el análisis de estos.

Cabe mencionar que en la revisión en detalle que se llevó a cabo por los 22.639 referentes se encontró diferentes tipos de documentos como artículos, libros, capítulos de libros, publicaciones en revistas, noticias entre otros, relacionados tanto con el tema de investigación como con otros temas del turismo como la imagen, los productos y servicios, la competencia, políticas, normas, proyectos, gestión, calidad y mix de marketing de destinos turísticos; la conceptualización del turismo y sus tipos, como por ejemplo el turismo activo, de naturaleza, entre otros temas del sector e informes de gestión y reportes económico-sociales de la actividad turística en diferentes destinos.

A continuación, se presenta muy concretamente cada uno de los 95 referentes considerados de interés por cada fuente bibliográfica en las tablas de la 2.3 a la 2.43.

Fuente Bibliográfica:		BIBLIOTECA Y HEMEROTECA UNIVERSIDAD DEL CAUCA	
Nº	Título	Tipo	Metodología
1	Introducción al turismo (Sancho, 1998)	Libro de texto de fundamentos sobre turismo	No presenta metodología para llevar a cabo un análisis de destinos turísticos, sin embargo, se tiene en cuenta como referente conceptual.
2	Marketing de Destinos Turísticos (Acerenza, 2004)	Libro de texto sobre marketing de destinos turísticos	Metodología propuesta por el autor denominada: "Diagnóstico de la situación actual del destino turístico".
3	Gestión de Destinos Turísticos: Cómo atraer personas a polos, ciudades y países (Vignati, 2009)	Libro de texto sobre gestión de destinos turísticos	En su libro el autor propone dos metodologías para analizar un destino turístico, denominadas: "diagnóstico" y "Análisis estratégico de destinos turísticos".
4	Turismo Metodología para su Planificación (Molina, 1997, reimp. 2005)	Libro de texto de fundamentos de la planificación en turismo	Metodología propuesta por el autor denominada: "Diagnóstico".
5	Los Municipios Turísticos (Boullón, 2003, reimp. 2009)	Libro de texto de fundamentos sobre municipios turísticos	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.3: Descripción referentes de interés biblioteca y hemeroteca Universidad del Cauca. Parte 1 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:		BIBLIOTECA Y HEMEROTECA UNIVERSIDAD DEL CAUCA	
N°	Título	Tipo	Metodología
6	Gestión Municipal del Turismo (Acerenza, 2008)	Libro de texto sobre la gestión municipal del turismo	Metodología propuesta por el autor denominada: "Diagnóstico de la situación actual de turismo".
7	Planificación Turística: Un Enfoque metodológico (Hernández, 1982, reimp. 2009)	Libro de texto de fundamentos de la planificación en turismo	Metodología propuesta por el autor denominada: "Diagnóstico".
8	Plan de desarrollo turístico sostenible para el municipio de Popayán (Sarría López, Gonzalez Rojas, & Muñoz Cedeño, 2000)	Trabajo de grado en modalidad de investigación	No presenta como tal una metodología de análisis de destinos turísticos a pesar de que en él se exponen algunos datos del sector turismo de la ciudad de Popayán para el año 2000.
9	Política turística y planificación del turismo (Acerenza, 2006)	Libro de texto de fundamentos de la planificación en turismo	Esta metodología propuesta por el autor, esta dirigida al sector turismo, específicamente a las prioridades nacionales de desarrollo y a dos actores del mismo: La población y la industria turística. Por lo tanto, no presenta metodología de análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.4: Descripción referentes de interés biblioteca y hemeroteca Universidad del Cauca. Parte 2 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:		BIBLIOTECA LUIS ÁNGEL ARANGO	
Nº	Título	Tipo	Metodología
1	Planificación territorial del turismo (Clavé y otros, 2005)	Libro de texto de fundamentos de la planificación en turismo	En capítulo II de este libro, se exponen diferentes técnicas e instrumentos para el análisis territorial orientado al turismo. Sin embargo, a pesar de que no plantea una metodología de análisis, se tendrá como referente de consulta para la creación de los instrumentos de la metodología.
2	La planificación del turismo en las entidades territoriales (Fernández & Porras, 1995)	Libro de texto de fundamentos de la planificación en turismo	En este libro se propone como parte del plan de desarrollo turístico la evaluación de limitantes y potencializadores (diagnóstico).

Tabla 2.5: Descripción referentes de interés biblioteca Luis Ángel Arango - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			EBSCO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
1	Competitividad de los destinos turísticos. Modelo de evaluación basado en las capacidades dinámicas y sus implicancias en las políticas Públicas. (Pascarella & Fontes, 2010)	Aplicación empírica de un modelo de evaluación de la competitividad de destinos turísticos en base a las capacidades dinámicas (adaptadas al turismo).	Caso aplicado a 20 ciudades (destinos turísticos) Brasileñas.	El modelo de competitividad para destinos turísticos fue elaborado en base a las teorías de los recursos (RBV) y de las capacidades dinámicas, la metodología utilizada fue elaborada para la investigación la cual contempla 79 actividades dinámicas.
2	La gestión turística municipal en el archipiélago de Chiloé (Martínez & Escalona, 2012)	Evaluación de la gestión turística municipal del archipiélago de Chiloé mediante la comparación de las competencias teóricas y reales en planificación y ordenación de la actividad para orientar la gestión turística local.	Modelo teórico basado en los ámbitos de evaluación y gestión municipal en el área turística desarrollados por Boullón (1990) - Caso aplicado en 7 unidades de Turismo municipales de Chiloé, Chile.	No presenta metodología para llevar a cabo un análisis de destinos turísticos.
3	Evaluación de la visión y las expectativas de los actores de un destino turístico: Caso de estudio Destino Holguín, Cuba (Batista, Ronda, Torres, & Escalona, 2013)	Propuesta y aplicación de un procedimiento para la mejora de la eficacia en la toma de decisiones así como la innovación y desarrollo a partir del monitoreo integrado de la visión y expectativas que sobre un determinado destino turístico tienen sus actores.	Introducción de la técnica de Análisis de actores desde la perspectiva de la Inteligencia Competitiva en la valoración de la visión y expectativas de los actores del Destino Turístico Holguín, Cuba.	En este caso se analiza un destino a partir del punto de vista de los diferentes actores turísticos a través del procedimiento propuesto por los autores para el monitoreo integrado de la visión y expectativas de los principales actores de un destino turístico. Cabe aclarar que no se analiza el destino partiendo de un diagnóstico como tal.

Tabla 2.6: Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 1 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			EBSCO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
4	La incidencia del destino turístico en la eficiencia y la productividad de las empresas hoteleras: El Caso de España y los hoteles de la Comunidad de Madrid (Oliver, Esteban, Merchante & Devesa, 2012)	Evaluación de la incidencia del destino turístico correspondiente al segmento de hoteles de ciudad sobre la eficiencia y la productividad de las empresas hoteleras. Para la evaluación del rendimiento se emplea la metodología frontera (DEA) y la estimación del cambio productivo se realiza mediante el empleo de los índices de Malmquist.	Caso aplicado a las empresas hoteleras de la Comunidad de Madrid, España.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.
5	Modelos de Competitividad para Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad (Mazaro & Varzin, 2008)	El artículo explora el contenido de cuatro modelos teóricos de representación del sistema turístico de una localidad que interpretan la dinámica del sistema turístico en base a factores del nuevo contexto competitivo influenciado por los condicionantes sostenibles.	Análisis comparativo de los cuatro modelos con el fin de establecer sus propiedades comunes, en base a categorías de atributos previamente definidos.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.7: Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 2 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			EBSCO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
6	Dimensiones de la oferta complementaria en el destino turístico de Holguín desde la perspectiva de los clientes (Ferrer, 2008)	El objetivo principal de este trabajo es distinguir las dimensiones dadas por los clientes al producto extrahotelero del destino turístico de Holguín, como fundamento para la gestión eficiente de esos.	Diseño y aplicación de una encuesta con el fin de conocer los atributos generales de las ofertas complementarias del destino. El análisis de la información se hace a través de el Análisis de Clasificación de Clúster Jerárquico para la escala binaria utilizando la distancia de Euclides al cuadrado para dar mayor peso a la diferenciación, y criterio de unión de Ward, que evalúa la cercanía entre los grupos desde el análisis de la variación de las distancias entre grupos.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.
7	Metodología para establecer orden de prioridad de intervención en un Centro Histórico con vista a su desarrollo turístico (González, 2007)	Esta investigación realiza una propuesta metodológica que tiene como base la orientación de las intervenciones arquitectónicas en el patrimonio cultural, ordenándolas según una serie de categorías turísticas, arquitectónicas, sociales y económicas, que contribuyen a que se realice de forma armónica y sustentable el desarrollo turístico de la zona.	Propuesta metodológica de intervención para un centro histórico en Cuba.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.8: Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 3 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			EBSCO	
N°	Título	Resumen	Tipo	Metodología
8	TIC, asociatividad y turismo, tres factores unidos para potenciar el Caribe colombiano (Uribe & Soza, 2010)	Expone la experiencia obtenida por un grupo de investigadores de la Universidad Simón Bolívar de Barranquilla-Colombia, tras la ejecución de un proyecto que consistió en la construcción de un sistema de gestión y el desarrollo de un conjunto de estrategias para potenciar las ventajas del Caribe Colombiano como sector turístico. La finalidad del proyecto era mejorar el desarrollo económico y social de esta región y hacerla atractiva para turistas nacionales y extranjeros.	Caso práctico de un proyecto de investigación en el Caribe Colombiano.	A pesar de que en la metodología de trabajo se menciona la realización del inventario turístico de la zona, no se emplea ningún tipo de metodología para llegar a este, y por ende tampoco una metodología de análisis de destinos turísticos.
9	Modelo de gestión para el desarrollo sostenible en destinos turísticos. Caso Venezuela. (Ortiz, Sánchez & Jiménez, 2006)	Aborda una propuesta de modelo de gestión ambiental sostenible para destinos turísticos, desde la perspectiva de un caso concreto en la República Bolivariana de Venezuela.	Propuesta de un modelo de gestión ambiental sostenible a partir de un concepto multidimensional.	Aunque en el modelo propuesto se mencionan como elementos de éste tanto la exploración inicial del territorio como el diagnóstico integral del mismo, no se enfatiza en la manera en que estos deban hacerse, por lo tanto no se plantea una metodología para analizar el destino turístico.

Tabla 2.9: Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 4 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			EBSCO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
10	Observando la comunidad local y su involucramiento con el turismo. Un abordaje perceptivo sobre el paisaje del distrito Taquaruçu, Palmas-TO, Brasil (Milagres & Barbosa, 2012)	El objetivo de este estudio fue relevar información sobre la elección, el comportamiento y la percepción sensorial de los pobladores de un destino turístico en relación al paisaje, el turismo y sus efectos económicos, sociales y ambientales. Asimismo, se propuso destacar a través del abordaje perceptivo de Whyte (1977) la importancia del compromiso de las comunidades locales en el proceso de planificación y desarrollo turístico de sus regiones.	Este artículo presenta los resultados y consideraciones sobre la relación de los residentes con el paisaje de Taquaruçu (Palmas-TO, Brasil), considerando las variables “elección y comportamiento” y “percepción sensorial” a través del abordaje perceptivo basado en la observación.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos
11	Factores críticos de éxito y evaluación de la competitividad de los destinos turísticos (Ferrerías, 2010)	El presente trabajo resume los principales antecedentes sobre el diseño de un Modelo integral, compacto y operativo para evaluar competitividad de destinos turísticos (DT) basado en la identificación e integración de Factores Críticos de Éxito (FCE), el cual se llevó a cabo en dos fases: Revisión documental y análisis de casos, y Validación empírica del modelo inicial mediante la técnica delphi.	Fomulación un modelo integral para evaluar la competitividad de Destinos Turísticos eficiente y operativo, identificando e integrando factores concretos, basado en un marco teórico conceptual derivado de las disciplinas de la dirección estratégica y el management.	Este artículo es de interés para la presente investigación por la metodología utilizada para la creación del modelo, la cual sirve de referente para la propuesta objetivo de la investigación. Por otro lado cabe aclarar que en el contenido del documento no se propone una metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.10: Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 5 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			EBSCO	
N°	Título	Resumen	Tipo	Metodología
12	Diagnóstico del sistema turístico en la cuenca del Lago Ranco (Peña-Cortés, Hermosilla, Escalona-Ulloa, Rebolledo & Gutiérrez, 2010)	En este trabajo se caracteriza el sistema turístico en la cuenca del lago Ranco y se describen algunos lineamientos potenciales de productos turísticos para las comunas de Futrono y Lago Ranco.	Caso práctico en las unidades turísticas de la cuenca del Río Ranco en Chile.	El análisis de la oferta turística se basó en el levantamiento de información secundaria, la ejecución de talleres de participación y entrevistas a actores locales, lo cual hizo posible cuantificar los principales atractivos turísticos de la cuenca y zonificar unidades geográficas con características particulares, sin embargo, no se presenta una metodología para analizar el destino turístico.
13	El batey azucarero como atractivo turístico. Un caso de estudio en Camagüey (Pupo, 2006)	El objetivo del trabajo es el análisis del batey o asentamiento industrial azucarero de la isla de Cuba. En este se reflejan las características que definen al batey como recurso turístico y se estudian las condiciones para pasar de factor a atractivo turístico y las exigencias y dificultades que este cambio entraña, teniendo en cuenta el contexto sociocultural y político en el que dicho proceso tiene lugar. Para ello se destacan las oportunidades y los problemas que puede tener su valorización turística en la provincia de Camagüey.	Aplicación del modelo FAS al batey azucarero perteneciente a la provincia de Camagüey, Cuba.	La metodología empleada corresponde al Modelo FAS de la OMT que distingue entre factores, atractivos y sistemas de soporte.

Tabla 2.11: Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 6 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			EBSCO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
14	La gestión sostenible y su comunicación en el sector hotelero de la ciudad de Málaga (Cobo, 2011)	Este estudio analiza el comportamiento sostenible y su gestión comunicativa, en los hoteles de cuatro y cinco estrellas de la ciudad de Málaga, capital de la Costa del Sol, durante el último trimestre del año 2010. Mediante un análisis comparativo de los hoteles y las cadenas hoteleras se analizan las herramientas de comunicación que utilizan, los tipos de actuaciones sostenibles más frecuentes y la gestión de los mismos como un valor diferenciador y competitivo.	Caso práctico: Estudio sobre sostenibilidad y comunicación en los 22 hoteles de cuatro y cinco estrellas de la ciudad de Málaga, capital de la Costa del Sol, España.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.
15	Oferta y competitividad turística del poblado de Popotla y su impacto en el desarrollo local (Moreno, Andrade & Romero, 2010)	Tiene por objetivo hacer un análisis – obtenido de una primera impresión – de la oferta turística que tiene el poblado de Popotla, ubicado en el Municipio de Rosarito y que forma parte del corredor turístico Playas de Tijuana –Playas de Rosarito – Ensenada, punto de gran afluencia turística por su cercanía con grandes ciudades como San Diego y Los Ángeles, como primera fase de una investigación macro que tiene por objetivo conocer la oferta y demanda turística de todo el corredor turístico.	Caso aplicado de una metodología para analizar la oferta turística del Poblado de Popotla, ubicado en el municipio de Rosarito, México.	Para determinar las características de la oferta turística, se tomó como base la metodología de la Secretaría de Turismo (SECTUR) para analizar productos turísticos competitivos conjuntamente con el método descriptivo de observación y levantamiento de información en campo.

Tabla 2.12: Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 7 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			EBSCO	
N°	Título	Resumen	Tipo	Metodología
16	Análisis estratégico de la oferta turística portuguesa. El análisis de importancia-valoración (IPA) (Lopes & Silva, 2011)	El objetivo de este trabajo es conocer la importancia que los turistas españoles atribuyen a determinados atributos y saber cuál es la valoración que hacen de la oferta turística de Portugal en base a los atributos considerados (puntos débiles y fuertes). Simultáneamente, se pretende ilustrar las ventajas prácticas del análisis IPA en el contexto del análisis de la oferta turística y su evaluación por parte de los turistas.	Caso aplicado del análisis de importancia-valoración IPA de Martilla & James (1977) a la oferta turística de Portugal.	El análisis de importancia-valoración es utilizada para medir la satisfacción de los consumidores, identificando de forma simple y funcional los puntos fuertes y las áreas a mejorar en determinado servicio. Sin embargo, no presentan una metodología de diagnóstico, es decir, analizan el destino desde otro enfoque.
17	El Destino Jardines del Rey ante los retos de las tendencias turísticas en la actualidad. (Companioni, Falcón, Pereira & Sánchez, 2007)	Un análisis de la situación que presenta el destino Jardines del Rey para insertarse de forma competitiva dentro de la dinámica de desarrollo que caracteriza al turismo mundial en la actualidad. Se determinan cuáles son los factores que lo limitan y se realizan comparaciones con otros destinos dentro del entorno competitivo más cercano: México y República Dominicana; además se exponen las potencialidades del destino objeto de estudio.	Caso práctico: Análisis de la situación actual del destino Jardines del Rey ubicado en Cuba.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.13: Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 8 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			EBSCO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
18	An exploratory study on a potential ecotourism destination in Kampung Merchong, Mukim Bebar, Pekan, Pahang (Said & Pegah, 2011)	Este trabajo de investigación examinó la sub región de Bebar como un posible nuevo destino de ecoturismo en la región costera de Pahang, Malasia. El propósito de este estudio es explorar y examinar el potencial que se puede encontrar en los nuevos destinos de ecoturismo, como en Kampung Merchong, que se encuentra en el Bebar subdistrito.	Caso práctico: Análisis de la subregión de Beber (Pahang, Malasia) como destino ecoturístico, para el cuál es creada una metodología de trabajo.	El análisis de destino llevado a cabo en este estudio, se realizó partiendo de una metodología de trabajo generada para este caso, la cual se basa en el análisis de la lista de verificación de Recursos Naturales, Análisis de la Comunidad, Análisis del Sitio, Servicios de las Instalaciones Turísticas y Análisis y evaluación del Entorno. Los datos fueron recogidos a través de la observación y entrevistas no estructuradas.
19	Crete: Endowed by Nature, privileged by Geography, Threatened by Tourism? (Briassoulis, 2003)	Este artículo realiza un análisis integrado del desarrollo turístico y local de Creta - Grecia en tres periodos de tiempo desde finales de los 60. Además, presenta sus impactos evaluados con un conjunto coherente de criterios de sostenibilidad y sondea los requisitos esenciales para garantizar la sostenibilidad del desarrollo de la isla y de su sector turístico.	Caso práctico: Análisis del sector turístico de Creta, Grecia.	Este estudio adopta una estructura "etapas de desarrollo" para examinar el turismo de una manera integrada y holística en particular, y única trayectoria de desarrollo socio-económico de un territorio (Massey, 1984; cf. Agarwal, 2002). Se centra en las cuestiones estratégicas relacionadas con el desarrollo sostenible, es decir, la interacción entre la oferta y la demanda, factores internos y externos que inciden en el desarrollo, el papel de los extranjeros y locales, turistas y otros actores, formales e informales, y el Estado, y el uso de los recursos naturales y culturales locales.

Tabla 2.14: Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 9 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			EBSCO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
20	Designated Public Festivals of Interest to Tourists (López-Bonilla, López-Bonilla & Sanz-Altamira , 2008)	Este artículo examina los festivales clasificados de interés turístico (FIT) por la Oficina Española de Turismo, en las provincias españolas. Tiene como objetivo agrupar a las provincias de acuerdo a las características de sus FIT para lo cual realiza un análisis de conglomerados y la validez se establece utilizando el estimador insesgado fuera de la bolsa.	Caso práctico: Análisis de las fiestas de interés turístico en España.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.
21	Importance–performance analysis as a diagnostic tool for urban destination managers (Griffin & Edwards, 2012)	Este documento informa sobre la aplicación del método importancia-valoración para el análisis de las dos ciudades australianas como destinos turísticos, Sidney y Canberra, con el fin de evaluar su valor como herramienta de diagnóstico para los gestores de los destinos urbanos.	Aplicación del método de análisis de importancia-valoración en dos destinos turísticos urbanos de Australia.	A través de este método se realiza el análisis del destino turístico partiendo de la opinión de los turistas respecto a ciertos atributos del destino . Sin embargo en este artículo no se presenta una metodología de diagnóstico y análisis de destinos turísticos como tal.

Tabla 2.15: Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 10 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			EBSCO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
22	The tasks of turistical management in the countryside of the Small Hungarian Plain (Darabos, 2011)	Esta investigación expone no solo la posibilidad de hacer de la pequeña llanura Húngara un destino turístico, sino también el tipo de tareas necesarias que deben ser realizadas por los trabajadores del turismo. Adicionalmente se investigó sobre las principales atracciones turísticas y sus puntos conectados, analizando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la región a través de análisis FODA.	Caso práctico: Análisis FODA de la pequeña llanura Húngara.	En este documento es mencionado como punto importante el análisis FODA o DOFA porque permite conocer sobre el destino, sin embargo, no presenta una metodología clara para llevar a cabo el análisis de un destino turístico.
23	Tourism Planning in Sub-regional Destinations: Heterogeneity of the Tourist Experience on the Andalusian Coastal Municipalities (López-Bonilla & López-Bonilla, 2010)	Este trabajo se basa en la evaluación de la percepción del visitante en un destino turístico de acuerdo con diferentes atributos. A su vez, se trata de comparar estas percepciones turísticas entre los distintos municipios costeros andaluces pertenecientes a las provincias de Almería, Cádiz y Málaga con el fin de comprobar la existencia de diferencias en las percepciones, analizando el carácter más homogéneo o heterogéneo que puede existir en la esfera de cada una de las tres provincias bajo análisis.	Estudio empírico de tres destinos turísticos de Andalucía España desde la perspectiva del turismo como un intento de descubrir las similitudes y diferencias entre las diferentes demarcaciones territoriales a partir de las valoraciones realizadas por los visitantes en relación con una serie de componentes de la oferta turística andaluza representante.	El trabajo analiza la oferta turística desde la perspectiva de los visitantes del destino. No se presenta una metodología como tal para diagnosticar y analizar un destino turístico.

Tabla 2.16: Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 11 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			EBSCO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
24	Análisis del desempeño competitivo de los destinos turísticos balnearios. El caso de Algarbe versus el Sur de España (Rodrigues & Carrasqueira, 2011)	El principal objetivo de este estudio es el análisis comparativo entre Algarbe y los destinos balnearios del Sur de España en lo que se refiere a la competitividad turística en base a los scores obtenidos en las variables Infraestructuras, Precio, Patrimonio Cultural, Seguridad, Preservación Ambiental, Competitividad Social y Comunicaciones. Los resultados permitieron identificar dos grupos de destinos turísticos según la homogeneidad y heterogeneidad del desempeño competitivo y permitieron posicionar a los destinos turísticos incluidos en el análisis.	Adaptación y aplicación de metodología para analizar la competitividad de los destinos turísticos balnearios en España.	Desde el punto de vista de la oferta, la realización empírica de esta investigación parte del análisis de Mazanec et al. (2007), Gooroochum & Sugiyarto (2005) y la metodología adoptada por el WTTC hasta 2006. Así, surge la propuesta de un modelo constituido por 7 variables latentes y ajustado a partir de la revisión bibliográfica teniendo en cuenta las características de la muestra. No se presenta una metodología de análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.17: Descripción referentes de interés base de datos Ebsco Parte 12 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			SCIENCE DIRECT	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
1	A comparative analysis regarding European tourism competitiveness: emerging versus developed markets (Gabor, Conțiu & Oltean, 2012)	Este documento tiene por objetivo realizar una investigación sobre la competitividad del turismo en los países Europeos haciendo uso de herramientas estadísticas. El análisis se basa en 14 pilares del índice de competitividad y con el fin de observar cómo estos se están agrupando en los 27 países de la UE y de los otros 15 países no pertenecientes a la UE, se utilizó - por separado para los países de la UE y de los países no comunitarios el análisis de componentes principales (PCA) con rotación varimax y la normalización de Kaiser, seguido de un análisis de conglomerados jerárquico y luego el análisis de conglomerados de k-medias para ver los conglomerados de los países en los resultados de los documentos.	Caso práctico: Análisis de la competitividad del turismo en los países Europeos.	El análisis de la competitividad se basa en los 14 pilares descritos en el Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 - Foro Económico Mundial (http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2011), además se realizan otros como el análisis por conglomerados, etc.
2	Destination appraisal: An Analysis of Critical Incidents (Pritchard & Havitz, 2006)	Este estudio examina la utilidad de la aplicación de un marco tradicional para la evaluación, el análisis de importancia-valoración, a una evaluación analítica de contenido de los comentarios.	Estudio del análisis de Importancia-Valoración.	Importance-Performance Analysis (IPA) o llamado en español como Análisis Importancia-valoración.

Tabla 2.18: Descripción referentes de interés base de datos Science Direct Parte 1 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			SCIENCE DIRECT	
N°	Título	Resumen	Tipo	Metodología
3	The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions (Cracolici & Nijkamp, 2009)	El presente trabajo tiene como objetivo evaluar el atractivo relativo de los destinos turísticos que compiten sobre la base de las percepciones individuales de los visitantes con respecto a un destino de vacaciones. Con la sensación del bienestar turístico alcanzado por los turistas individuales se evalúa indirectamente la capacidad competitiva de la zona turística de ofrecer un sitio turístico compuesto atractivo.	Caso práctico: Análisis del atractivo y competitividad de la región del sur de Italia.	La metodología empleada utiliza cuestionarios individuales sobre "Evaluación de la calidad de las instalaciones turísticas y atributos en un área determinada como base para la construcción de una expresión de agregado para el atractivo relativo de esa zona. Por otro lado se utilizaron diversas técnicas estadísticas multidimensionales, entre otros. Cabe aclarar que no se desarrolla como tal una metodología de análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.19: Descripción referentes de interés base de datos Science Direct Parte 2 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			SCIENCE DIRECT	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
4	Cultural tourism in Ohrid as a selective form of tourism development (Korunovski & Marinovski, 2012)	El objetivo de este trabajo es investigar un tipo específico del turismo relacionado con el patrimonio cultural a través del análisis de los segmentos clave que lo definen. La primera parte crea un contexto más amplio en el que el turismo cultural debe ser una parte de la oferta turística. La segunda sección se centra en un destino turístico concreto, la ciudad de Ohrid. El análisis se basa en la aplicación de la metodología FODA, aplicado para la zona más amplia de Macedonia, con una elaboración detallado estudio de caso para el área de Ohrid como el más adecuado para el desarrollo de turismo cultural.	Caso práctico: análisis del destino turístico ciudad de Ohrid, República de Macedonia.	La metodología de análisis del destino seguida en el caso aplicado corresponde al análisis DOFA.
5	Leisure tourist offer as a component of competitive advantage in the situation of changing environment Case of Ohrid tourist region (Avramoski & Ismaili, 2012)	El objetivo de este trabajo es a través de una encuesta conocer las opiniones de los turistas de la oferta turística de ocio de la ciudad de Ohrid.	Caso práctico: Análisis de la Oferta Turística de Ocio en la ciudad de Ohrid, República de Macedonia.	El análisis de la oferta turística de Ocio se hace a través de encuestas de satisfacción y opinión de los turistas. Sin embargo no se plantea una metodología de análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.20: Descripción referentes de interés base de datos Science Direct Parte 3 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			PROQUEST	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
1	Analysis of Tourist Destination Cluj-Napoca, Romania (Cosma, Negrusa & Dumbrava, 2007)	Este artículo analiza la oferta turística de una de las más grandes ciudades de Romania llamada Cluj-Napoca e identifica la demanda turística de este destino. Adicionalmente este estudio resalta los posibles elementos diferenciadores existentes entre la ciudad y sus principales competidores.	Caso práctico: Análisis del destino turístico Cluj-Napoca, Romania.	Se expone una metodología propia para el análisis del destino turístico, la cual consiste básicamente en la revisión de fuentes secundarias y la obtención de información a través de entrevistas tanto a la demanda como a la oferta. Finalmente se llega a una matriz DOFA.
2	An analysis of the dynamics of the tourism industry in Brazil: challenges and recommendations (Sobral, Peci & Souza, 2007)	El objetivo principal de este estudio es presentar un análisis de la dinámica del mercado turístico de América del Sur y, más concretamente, en Brasil, midiendo y analizando el crecimiento de las llegadas de turistas a la región entre 1998 y 2002.	Caso aplicado: análisis de la dinámica de la industria del turismo en Brasil.	Este estudio utiliza la técnica shift-share la cual descompone el crecimiento del número de turistas en varios componentes, permitiendo el diagnóstico a profundidad de la dinámica del sector en el periodo. Sin embargo no se presenta una metodología que analice como tal el destino turístico.
3	Destinations' Competitiveness in Modern Tourism (Vlahovic, 2010)	Este trabajo tiene entre sus objetivos principales: desarrollar un modelo de competitividad del destino que identifique factores clave de éxito en la determinación de la competitividad del destino; desarrollar un conjunto adecuado de indicadores de competitividad del destino, para poner de relieve las ventajas y limitaciones del modelo y para identificar las áreas de más investigación conceptual y empírica.	Desarrollo de un modelo e indicadores de competitividad para destinos turísticos.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.21: Descripción referentes de interés base de datos Proquest Parte 1 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			PROQUEST	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
4	Assessment of Tourist Competitiveness by Analysing Destination Efficiency (Cracolici, Rietveld & Nijkamp, 2006)	El tema central de este trabajo, inspirado en el modelo de competitividad conceptual desarrollado anteriormente por Crouch y Ritchie, se refiere a la eficiencia de los destinos de los sitios turísticos. El estudio implementa una medida de la competitividad turística de sitio en términos de su eficiencia técnica utilizando métodos paramétricos y no paramétricos, una función de producción estocástica y el análisis envolvente de datos, respectivamente.	Desarrollo del modelo de competitividad conceptual de Crouch y Ritchie.	Para analizar la competitividad de este destino se utiliza el método desarrollado por Crouch y Ritchie. No se presenta metodología de análisis de destinos turísticos.
5	Competitiveness of Slovenia as a Tourist Destination (Gomezelj, 2006)	El objetivo de este trabajo es presentar el modelo de competitividad del destino. Este artículo presenta además los resultados de una encuesta basada en indicadores relacionados con el modelo, para determinar la competitividad de Eslovenia como destino turístico.	Caso práctico: Análisis competitivo de Eslovenia como destino turístico.	Para analizar la competitividad de este destino se utiliza el método desarrollado por Dwyer, Livaic and Mellor (2003). No se presenta metodología de análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.22: Descripción referentes de interés base de datos Proquest Parte 2 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			PROQUEST	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
6	Index of Destination Attractiveness (IDA): A tool for measuring attractiveness of tourism destination (Kresic, 2006)	Este artículo trata sobre la relación entre el atractivo y la competitividad del destino. Tiene dos objetivos principales, el primero consiste en avanzar en el cuerpo del conocimiento existente en el campo del atractivo del destino, el segundo se trata de construir y probar empíricamente la aplicación del índice de IDA, una herramienta de gestión que podría ser utilizado para la descripción cuantitativa de atractivo destino. El artículo también presenta un ejemplo práctico de cálculo del índice IDA para Croacia y el Condado de Dubrovnik-Neretva.	Caso aplicado: Aplicación empírica del índice IDA en Croacia y el Condado de Dubrovnik-Neretva.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.
7	Perceived Critical Success Factors (CSFS) for the tourism industry of Penang Island: a supply perspective (Shan & Marn, 2013)	El objetivo de este estudio es examinar e identificar los principales factores críticos de éxito que son cruciales para el éxito del desarrollo de la industria turística de la isla de Penang. La iniciativa de la investigación fue impulsado principalmente por el rendimiento medio del turismo de los destinos en los últimos años sobre la base de la observación en la llegada de turistas, los ingresos, y la duración de la estancia, en comparación con la ciudad estado de patrimonio común de Malaca.	Caso práctico: Identificación de factores críticos de éxito para el desarrollo de la industria turística de la isla de Penang, Malasia.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.23: Descripción referentes de interés base de datos Proquest Parte 3 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			PROQUEST	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
8	Tourism Planning: Contribution of tourism to Socio-Economic development of Montenegro (Markovic, 2010)	El artículo incluye un análisis de las estrategias turísticas en vigor en Montenegro, la comparación entre la planificación y ejecución, así como los futuros principios estratégicos fundamentales para la planificación del turismo en Montenegro.	Caso práctico: Análisis de las estrategias turísticas de Montenegro, sudeste de Europa.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.
9	Assessing Estambul competitiveness: a multidimensional approach (Minghetti & Montaguti, 2010)	El propósito de este trabajo es analizar el perfil competitivo dinámico de Estambul, y compararlo con otras diez ciudades europeas con un enfoque multidimensional.	Caso práctico: Evaluación de la competitividad de Estambul, Turquía.	Para evaluar el perfil competitivo del destino se recurrió a la metodología "mobilities". No presenta metodología de análisis de destinos turísticos.
10	Diagnosing the zone of tolerance for hotel services (Nadiri & Hussain, 2005)	Su objetivo es abordar el concepto de la "zona de tolerancia" en los juicios de calidad de servicio del hotel. El presente estudio describe la zona de tolerancia para las expectativas de servicio de los clientes y determina el nivel de satisfacción de los clientes en hoteles de Norte de Chipre - que es un nuevo mercado emergente como un destino de la isla.	Descripción del concepto de la "zona de tolerancia" en la calidad de los servicios de los hoteles. Caso aplicado en hoteles del norte de Chipre.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.24: Descripción referentes de interés base de datos Proquest Parte 4 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			PROQUEST	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
11	How can tourist destinations become more competitive. What key tools can be used to achieve this aim? (Costa, Salazar, Montenegro, & Gomes, 2010)	El propósito de este trabajo es revisar la pregunta: ¿Qué hemos aprendido sobre cómo los destinos turísticos pueden ser más competitivos y las herramientas para lograr este objetivo?. El documento considera la contribución hecha por cada artículo temático para una comprensión global de la competitividad destinos turísticos y de cómo esto se puede lograr y mejorar mediante el uso de una serie de herramientas estratégicas y operativas.	Revisión de diferentes herramientas para hacer más competitivo un destino turístico.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.
12	Performance of tourism analysis: A Caribbean perspective (Jayawardena & Ramajeessingh, 2003)	Se introduce un nuevo concepto, análisis del desempeño del turismo (POT) como una herramienta para medir el rendimiento de los destinos turísticos. Comenta sobre la dependencia excesiva de la región del Caribe en el turismo y examina el alcance de la fuga de divisas. Por otro lado presenta los datos de cuatro países del Caribe, Antigua y Barbuda, Aruba, Jamaica y Santa Lucía para explicar el concepto. Las principales conclusiones reflejan resultados sorprendentes. A partir del análisis realizado, un relativamente nuevo destino turístico en el Caribe, Aruba, ha superado destino turístico maduro, Jamaica, del 16 a uno.	Introducción de un nuevo concepto de análisis y aplicación de este a cuatro países del Caribe.	La metodología utilizada es la llamada "Performance of Tourist (POT) Analysis", metodología utilizada para medir el rendimiento de los destinos turísticos, más no para diagnosticar o analizar el destino turístico como tal.

Tabla 2.25: Descripción referentes de interés base de datos Proquest Parte 5 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			PROQUEST	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
13	Hotel Reform in China: A SWOT Analysis (Yu & Huimin, 2005)	Este artículo tiene un enfoque de análisis DOFA para discutir la reforma hotelera en China. En él se identifican las oportunidades de desarrollo para los hoteles y se examinan los desafíos de las operaciones de los hoteles.	Estudio de la reforma hotelera en China.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.
14	El turismo activo como modalidad turística en expansión. Análisis de la oferta de turismo activo en España. (Vila, Brea & Carril, 2012)	El presente artículo parte del concepto de Turismo Activo para a continuación, detallar las tipologías que forman parte del mismo y finalmente realizar un análisis de la oferta de turismo activo del territorio español, territorio que a priori se presenta favorable para este tipo de actividades.		La información requerida respecto a la oferta turística de España fue adquirida de fuentes secundarias y de la revisión de páginas web. No se presenta metodología para llevar a cabo un análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.26: Descripción referentes de interés base de datos Proquest Parte 6 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			SPRINGER	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
1	Innovation in Tourist Management through Critical Success Factors: A Fuzzy Map (Ortigueira & Gómez-Selemeneva, 2012)	En este artículo se presenta un modelo de los factores críticos de éxito de un destino turístico ubicado en la zona del Caribe, donde hay otros destinos, algunos ya bien establecidos y otros emergentes. El cual permite comprender los atractivos del destino como una oferta turística desde la perspectiva de los clientes, diseñar estrategias y políticas orientadas a la sostenibilidad y competitividad del destino y fomentar la gestión de las cadenas de invertir y participar en la zona.	Modelo de factores críticos de éxito y aplicación de éste a un destino turístico del Caribe.	La metodología empleada es la de mapas cognitivos difusos basados en un análisis de contenido como una herramienta de diagnóstico estratégico, que es la contribución principal del estudio, la cual no se conoce en detalle debido a la no disponibilidad online de este.
2	Service Quality Evaluation in the Tourism Industry: A SWOT Analysis Approach (Tsitsiloni, Grigoroudis & Zopounidis, 2013)	El objetivo principal de este trabajo es evaluar la satisfacción de los turistas e identificar los puntos débiles y fuertes de los servicios turísticos ofrecidos. Estos resultados pueden ayudar al desarrollo de un plan estratégico para la mejora de la calidad del producto turístico global.	Caso práctico: Evaluación, a través de una encuesta, de la satisfacción del turista en una isla del Egeo (Grecia) durante el periodo de mayo a septiembre de 2009.	A través de una encuesta se llegó a los resultados relacionados con la satisfacción del turista, los cuales fueron analizados a través del método MUSA multicriterio que es capaz de combinar la importancia de la satisfacción y los resultados de rendimiento y proporcionar un análisis FODA (Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas) para el conjunto de los criterios de satisfacción de los turistas.
3	The Use Of Typologies In Tourism Planning: Problems And Conflicts (Coccosis & Constantoglou, 2008)	El objetivo principal de este capítulo es analizar el concepto, la necesidad y el uso de tipologías en el proceso de planificación y en el proceso de planificación del turismo en particular.	Análisis de las diferentes iniciativas más importantes que se han hecho para la creación de una tipología a nivel internacional relacionado con la planeación turística.	No presenta metodología de análisis de destinos turísticos como tal.

Tabla 2.27: Descripción referentes de interés base de datos Springer - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			TESEO	
N°	Título	Resumen	Tipo	Metodología
1	El sector turístico en Nicaragua: actualidad y posibilidades de desarrollo (Barrera, 2004)	Es un ejercicio académico basado en un análisis empírico del sector turístico nicaragüense. Tiene carácter propositivo y crea las pautas para continuar profundizando en el análisis de la industria turística. Se proponen cambios estructurales de gestión del sector turismo y modernización de las técnicas utilizadas en dicha gestión. Por otro lado, se presenta una propuesta de plan estratégico bajo una estructura acorde y flexible a las condiciones particulares del sector y tomando en cuenta la situación del país.	Caso práctico: Análisis empírico del sector turístico en Nicaragua	En este trabajo se realiza un análisis empírico del sector turismo, el cual no se conoce en detalle debido a la no disponibilidad online de este.
2	Modelo de evaluación relacional para sistemas turísticos. Una propuesta de análisis del capital social en destinos (Muñoz, 2009)	Este trabajo tiene como fundamento inicial la necesidad de hacer que el estudio de los destinos turísticos y sus implicaciones prácticas, se acerque a los últimos postulados donde disciplinas como la economía, la sistémica, la ecología, entre otras, han estado convergiendo durante las últimas décadas. Esta tesis propone el modelo merel-st (modelo de evaluación relacional para sistemas turísticos) y el sistema de indicadores ierel-st (indicadores de evaluación relacional para sistemas turísticos).	Propuesta de un modelo para analizar el funcionamiento del sistema turístico de un destino.	No se tiene acceso online al texto completo por lo que no se puede comprobar la existencia de una metodología para análisis de destinos turísticos

Tabla 2.28: Descripción referentes de interés base de datos TESEO Parte 1 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			TESEO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
3	Evaluación de la calidad de destinos turísticos de sol y playa: una aplicación a la Costa del Sol (Otero, 2003)	El objetivo básico de la Tesis Doctoral se centra en establecer una metodología y diseñar un sistema de indicadores de calidad que permita medir de forma adecuada la calidad de los destinos turísticos de sol y playa.	Establecimiento de una metodología y diseño de un sistema de indicadores para medir la calidad de tres destinos turísticos de la costa del sol: Torremolinos, Benalmádena y Marbella	La metodología utilizada se basa en la satisfacción experimentada por el turista teniendo en cuenta su importancia declarada para un conjunto de factores que se consideran claves en la oferta de un destino turístico de sol y playa., la cual se utiliza como indicador de la calidad percibida a partir de encuestas de satisfacción.
4	Un modelo integral para evaluar la competitividad de destinos turísticos basado en la identificación e integración de factores críticos de éxito (Alonso, 2009)	Este trabajo tiene por objetivo principal formular y desarrollar un Modelo holístico, integral, genérico, de amplio espectro, basado en la identificación e integración de Factores Críticos de Éxito que constituya un sistema de información crítico o esencial para la evaluación de la competitividad de destinos turísticos, dentro de una perspectiva de gestión y control estratégico. La investigación aporta un marco teórico cohesionado que engloba el análisis de aspectos vinculados a competitividad de destinos, dirección estratégica y Factores Críticos de Éxito.	Fomulación y desarrollo de un modelo de análisis de la competitividad de un destino turístico.	Expone todo un modelo integral compuesto por variables e indicadores que facilitan la evaluación de la competitividad de un destino turístico.
5	Modelo de análisis de los destinos turísticos: interpretación de los recursos tangibles, intangibles y del capital intelectual (Fuentes, 2009)	El objetivo de esta tesis consiste en la creación de un método de análisis y optimización de los recursos tangibles, intangibles y de capital intelectual de los destinos, que permita identificar y gestionar los elementos de naturaleza tangible e intangible.	Creación de un modelo de análisis de destinos turísticos.	No se tiene acceso online al texto completo por lo que no se puede comprobar la existencia de una metodología para análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.29: Descripción referentes de interés base de datos TESEO Parte 2 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			GOOGLE ACADÉMICO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
1	Análisis de los destinos turísticos elegidos por los jóvenes en verano 2009 (Lazzari y otros, 2012)	En este trabajo, se presentan los resultados de la primera etapa del Proyecto de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica de Argentina, cuyo objetivo es analizar el comportamiento de los jóvenes estudiantes universitarios en la elección de un destino turístico para sus vacaciones de verano 2009, medios de transporte utilizados, tipo de alojamiento e influencias recibidas al realizar la elección.	Caso aplicado con el fin de indagar y analizar los destinos turísticos de los estudiantes Universitario	No plantea una metodología como tal para análisis de destinos turísticos, sin embargo a través del diseño y aplicación de una encuesta se conoció algunos de los elementos relevantes de un destino turístico.
2	La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Aplicación a los municipios extremeños (Rivero & Caldera, 2004)	En el presente trabajo, se aborda el análisis de la competitividad de los destinos turísticos desde una óptica cuantitativa. Además se realiza una breve descripción de los principales modelos de competitividad de destinos, propuestos en la literatura económica, en la que se destaca la metodología basada en la Teoría de Respuesta al Ítem para cuantificar la competitividad de los principales destinos turísticos extremeños.	Caso aplicado de una metodología para estudiar la competitividad de los municipios Extremeños, España.	Aborda una metodología basada en la Teoría de Respuesta al Ítem para cuantificar la competitividad de los principales destinos turísticos extremeños

Tabla 2.30: Descripción referentes de interés Google Académico Parte 1 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			GOOGLE ACADÉMICO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
3	Impulso a las prácticas de turismo con base local y negocios inclusivos turísticos en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo de QHAPAC-ÑAN o Camino Principal Andino - análisis de la oferta turística (Gómez, 2012)	La presente investigación pretende analizar de manera detallada la Oferta Turística existente dentro de las comunidades que forman parte del Qhapac-Ñan o Camino Principal Andino, en la Región Sur del Ecuador, conformada por las Provincias de Cañar, Azuay y Loja.	Caso aplicado: análisis de manera detallada la Oferta Turística existente dentro de las comunidades que forman parte del Qhapac-Ñan o Camino Principal Andino, en la Región Sur del Ecuador.	El análisis de la Oferta Turística se ejecutó a través una metodología propia de trabajo creada, en la cual el levantamiento de información se hizo a través de la aplicación de encuestas en establecimientos del Sector Turístico y Hotelero.
4	Indicadores de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad; un análisis aplicado a la península de Paraguaná (Narváez & Fernández, 2009)	El presente artículo permite analizar, desde la perspectiva de la sostenibilidad, algunos indicadores vinculados a la competitividad de la península de Paraguaná como un enclave turístico.	Propuesta de indicadores para medir la competitividad. Aplicación de estos a la península de Paraguaná, Venezuela.	A pesar de que se exponen los diferentes indicadores a evaluar, no se plantea una metodología de análisis de destinos turísticos.
5	Un modelo de análisis de destinos turísticos: los cantones de Golfito y Limón en Costa Rica (de Blas & Jorquera, 2008)	Este trabajo resume los principales avances metodológicos de un estudio iniciado por los investigadores en 2004, en el ámbito de la cooperación entre las Universidades de Vigo y costa rica y que por dificultades de financiamiento y de la logística del trabajo de campo, no está todavía completado. su objetivo es conocer la situación de la actividad turística en los dos cantones citados y elaborar un modelo de valoración de los elementos que los configuran como destinos turísticos singulares dentro del conjunto del país.	Revisión literaria sobre los modelos de análisis de destinos existentes.	No se plantea una metodología clara de análisis de destinos turísticos en los modelos estudiados.

Tabla 2.31: Descripción referentes de interés Google Académico Parte 2 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			GOOGLE ACADÉMICO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
6	La planificación y gestión de los destinos turísticos arqueológicos: Propuesta de un modelo de gestión integral de destino a partir del análisis de estudios en Pompeya (Italia), Angkor (Camboya) y Machu Picchu (Perú). (Moreno, 2011)	El objetivo general de esta tesis de grado es la creación de un modelo teórico de aplicación práctica para el desarrollo de destinos turísticos arqueológicos.	Propuesta metodológica de gestión y planificación de destinos turísticos arqueológicos.	Presenta una metodología propia de trabajo para destinos turísticos arqueológicos. No presenta metodología de análisis de destinos turísticos.
7	Gestión de destinos y antecedentes económicos: definición y supervisión de destinos turísticos locales (Manente, 2008)	Este documento tiene por objeto facilitar el entendimiento del papel que desempeña el análisis económico del turismo para la gestión de destinos; proponer una definición de "destino turístico local" (DTL); estimular el debate sobre la importancia que revisten los sistemas de supervisión para los destinos, capaces de apoyar el proceso de toma de decisiones.	Documento base sobre destinos turísticos locales	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.
8	Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: Marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión (Bercial & Timón, 2005)	El presente trabajo analiza cómo se están produciendo cambios en la oferta turística, y cómo deberían evolucionar las metodologías y los procesos de planificación con el fin de atender al desarrollo de destinos complejos, sostenibles y con capacidad para abrirse un hueco competitivo frente a productos sólidamente posicionados.	Estudio sobre las tendencias en el desarrollo de los destinos turísticos.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.32: Descripción referentes de interés Google Académico Parte 3 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			GOOGLE ACADÉMICO	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
9	Análisis del funcionamiento del Sistema Turístico de la ciudad de Quito, República del Ecuador (López, 2007)	Este trabajo de grado es definido como un estudio de campo de naturaleza descriptiva, que tiene como finalidad identificar y describir las características que le han permitido a la ciudad de Quito, capital de la República del Ecuador, ser un destino turístico exitoso, dentro del contexto latinoamericano.	Trabajo de grado, caso práctico, dirigido al análisis del funcionamiento del sistema turístico de la ciudad de Quito, Ecuador.	A pesar de que en este documento se analizan los elementos que conforman el sistema turístico, no se expone como tal una metodología de análisis de destinos turísticos.
10	Análisis estructural del sistema turístico residencial en la Costa Blanca (Aledo, Ortiz y García, 2008)	Este artículo presenta una propuesta metodológica avanzada para el análisis sistémico del sector turístico residencial que permite identificar sus componentes y seleccionar los elementos claves que lo conforman.	Propuesta metodológica de análisis del sistema turístico residencial en la Costa Blanca, España.	Se utiliza la herramienta informática MicMac (Matriz de Impactos Cruzados Multiplicación Aplicada a una Clasificación), la cual, a través de un panel de expertos, permitió identificar ocho elementos claves del sistema turístico residencial en la Costa Blanca.

Tabla 2.33: Descripción referentes de interés Google Académico Parte 4 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			GOOGLE ACADÉMICO	
N°	Título	Resumen	Tipo	Metodología
11	Análisis de la Oferta y Demanda Turística en Isla de Sal, Cabo Verde (López-Guzmán, Borges, & Cerezo, 2012)	El objetivo principal de este artículo es contribuir a la investigación del sector turístico en Cabo Verde con la finalidad de definir, analizar y evaluar la situación del Turismo en la isla de Sal a través de un estudio cuantitativo, basado en la realización de un trabajo de campo, que analiza tanto la demanda como la oferta turística en esta isla.	Caso práctico: Análisis de la oferta y demanda turística en la Isla de Sal, Cabo Verde, África.	Expone una metodología propia de análisis tanto de la oferta como de la demanda turística, la cual se alimenta de una combinación de encuestas, entrevistas y observación de campo.
12	Análisis de la oferta y la demanda turística del Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche (Flores, 2007)	El objetivo general de este trabajo de grado es el estudio de la oferta y demanda turística del Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche.	Caso práctico: Análisis de la oferta y demanda turística del Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, España.	El análisis tanto de la demanda como de la oferta de este destino se hace a través de la revisión de fuentes secundarias y la realización de encuestas a turistas. Sin embargo como tal no se plantea una metodología clara de análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.34: Descripción referentes de interés Google Académico Parte 5 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			OMT	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
1	Measuring Tourism Supply - General Guidelines. Vol. 2. (UNWTO, 2001)	Este volumen II se centra en los bienes y servicios de interés para el análisis del consumo de los visitantes y en las actividades características del turismo que producen esos bienes y servicios. Este volumen se ocupa de los temas relacionados con el consumo de los visitantes en la perspectiva de la oferta y consta de dos documentos: 1) Evaluación de la oferta en bienes y servicios turísticos, ofrece información de la elaboración de estadísticas sobre la oferta turística y facilita orientación para completar las tablas 5,7 y 10 de la CST- Cuenta Satélite del Turismo. 2) Evaluación del producto interior bruto turístico a través de indicadores.	Guía para completar las tablas solicitadas en la Cuenta Satélite del Turismo (CST).	Es una guía para completar correctamente la Cuenta Satélite del Turismo CST, por ende no es de sumo interés para la presente investigación.

Tabla 2.35: Descripción referentes de interés OMT - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			Búsqueda Libre - Otros	
N°	Título	Resumen	Tipo	Metodología
1	Destinos turísticos de éxito (Ejarque, 2005)	-----	Libro de texto de fundamentos sobre destinos turísticos	Metodología propuesta por el autor denominada: "El diagnóstico del destino".
2	Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: Manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial (Pedersen, 2005)	Este documento corresponde a un manual que sintetiza el proceso lógico y holístico de la gestión del turismo y del visitante, que proporciona un conjunto de metodologías y prácticas de gestión con el propósito de ayudar a los administradores a resolver los problemas que plantea el turismo. Además, establece una terminología común a fin de facilitar el intercambio de comunicación e información entre los administradores.	Manual práctico para administradores de sitios del patrimonio mundial.	Es un manual bastante relevante para un destino turístico como al cual va dirigida la propuesta resultado de esta investigación, debido a que éste cuenta con reconocimientos de la UNESCO, sin embargo, este documento no expone unos elementos o una metodología orientada a analizar un destino turístico.
3	Análisis de Demanda y Oferta Actual y Potencial de Productos Turísticos Sostenibles en el Área de Influencia de los Tramos 2 y 3 del Corredor Vial Interoceánico Sur (CVIS) (Asociación ODEBRECHT Perú, 2010)	Este documento tiene como objetivo general determinar las principales características como recursos turísticos con los que cuenta los tramos 2 y 3 del Corredor Vial Interoceánico Sur (CVIS) considerando su atractivo, infraestructura, estructura y superestructura turística mediante el análisis de la oferta y demanda turística.	Caso práctico: análisis de la oferta y demanda de un producto turístico, en la zona de influencia de los tramos 2 y 3 del corredor interoceánico sur (CVIS). Perú-Brasil	Se plantea una metodología propia de trabajo para el análisis del producto, como también fichas para recoger la información necesaria.

Tabla 2.36: Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 1 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			Búsqueda Libre - Otros	
N°	Título	Resumen	Tipo	Metodología
4	Análisis del sector turismo en Cartagena como elemento de internacionalización de la ciudad (Mendoza, 2012)	Este estudio tiene como objetivo analizar el sector turismo de Cartagena, haciendo un diagnóstico a través de la Matriz DOFA, para establecer estrategias acertadas a los problemas encontrados, a fin de mejorar el producto turístico y hacerlo más competitivo en el mercado internacional.	Trabajo de grado- Caso práctico: Análisis del sector turismo en Cartagena - Colombia	No se define una metodología como tal para analizar destinos turísticos, a pesar de se menciona la matriz DOFA como herramienta de análisis la cual sirve para identificar causas y propuestas o estrategias de mejoras viables a los problemas encontrados mediante el cruce de variables.
5	Análisis Diagnóstico general del Turismo en Panamá (Tourism & Leisure Europraxis Consulting , 2008)	Se presenta en este documento la primera parte del Plan Maestro de Turismo, que a modo de diagnóstico, analiza las distintas variables y factores que conforman la realidad turística del país y apunta, de manera inicial, la filosofía sobre la que se basarán los distintos programas de actuación que conformarán el documento final.	Caso práctico: Análisis diagnóstico general del turismo en Panamá	En este documento se plantea un proceso metodológico para el diagnóstico general del turismo en Panamá.
6	Plan de Desarrollo Turístico para el Departamento del Cauca Documento Diagnostico Turístico del Cauca (Consultores en Turismo DT; Gobernación del Cauca, 2012)	Documento diagnóstico turístico del departamento del Cauca, el cual se realiza como uno de los documentos iniciales contenidos en el Plan de desarrollo turístico del mismo.	Caso aplicado: Diagnóstico del sector turístico del departamento del Cauca - Colombia	La metodología utilizada es la del Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y turismo de la República de Colombia.

Tabla 2.37: Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 2 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			Búsqueda Libre - Otros	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
7	Análisis de la Industria de Alojamiento Turístico de la Ciudad de Puerto Varas, Chile (Alarcón & Núñez, 2006)	El presente estudio describe y efectúa un análisis de la competitividad de la industria de alojamiento turístico de la ciudad de Puerto Varas empleando dos metodologías básicas: el modelo de Porter para el análisis estructural de la industria y el análisis de grupos estratégicos, a partir de los cuales se intenta captar los factores estructurales que definen las expectativas de rentabilidad de largo plazo de la industria e identificar y caracterizar las conductas de los competidores más significativos.	Caso práctico: Análisis de la industria de alojamiento turístico de la ciudad de Puerto Varas, Chile.	Se propone un metodología propia para el desarrollo del análisis de la industria de alojamiento.
8	Modelos turísticos locales. Análisis comparado de dos destinos de la Costa Blanca (Baños Castiñeira, 1999)	El presente artículo pretende, partiendo del análisis de cinco indicadores, poner de manifiesto las importantes diferencias que existen entre los dos núcleos turísticos valencianos más importantes, las poblaciones de Torrevieja y Benidorm.	Caso práctico: análisis comparativo de los destinos turísticos Torrevieja y Benidorm ubicados en la Costa Blanca, España.	Se evalúan algunos elementos importantes de la oferta turística, sin embargo en éste no se expone una metodología como tal para análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.38: Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 3 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			Búsqueda Libre - Otros	
N°	Título	Resumen	Tipo	Metodología
9	Diagnóstico de los Atractivos Turísticos de la Parroquia Balsapamba y Propuestas para Mejorar la Actividad Turística del Destino (Forero, 2008)	Este trabajo de investigación permite revelar en una forma sencilla y clara, la realidad de las riquezas naturales, históricas y culturales que se toman en atractivos, y la planta turística que al momento los acompaña para llevar a cabo un diagnóstico en el que se observaran los aspectos positivos y los problemas del sector junto con las posibles soluciones que en caso dado permitirían el avance de la zona en el ámbito turístico, que como indiscutible consecuencia afectarían el desarrollo del área social, económica y medioambiental.	Caso práctico: Diagnóstico de los atractivos turísticos de la Parroquia Balsapamba, ubicada en la Provincia de Bolívar, Ecuador.	No se expone metodología de trabajo y por ende tampoco metodología para análisis de destinos turísticos.
10	Plan de desarrollo turístico Valle de Aburrá 2008-2015 (Área Metropolitana del Valle de Aburrá, 2008)	Este documento contiene la fase de formulación del Plan de Desarrollo turístico del Valle de Aburrá, la cual compila la investigación exsitu del territorio, los actores, consideraciones físico espaciales, las directrices metropolitanas de ordenamiento territorial, la evaluación insitu del patrimonio natural y cultural, las vocaciones territoriales y la industria turística y de servicios complementarios, entre otros.	Caso práctico: Generación de un plan de desarrollo turístico para el Valle de Aburrá, Antioquia, Colombia.	La metodología utilizada para la planificación turística corresponde al Modelo FAS de la OMT. Por otro lado en éste se llevó a cabo el análisis del estudio a través de la matriz F.L.O.R. y la matriz de causa y efecto.

Tabla 2.39: Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 4 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			Búsqueda Libre - Otros	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
11	EL Diagnóstico Estratégico Participativo y Ponderado – DEPP Estudios de cuatro casos de aplicación en proyectos de Turismo Comunitario en Brasil (Costa Mielke & do Nascimento Mielke, 2012)	Este trabajo presenta y discute los resultados de la aplicación del método Diagnóstico Estratégico Participativo Ponderado – DEPP, aplicado en cuatro proyectos distintos de desarrollo regional de base comunitaria en los Estados brasileños en el periodo de marzo de 2007 a junio de 2009. Este método ha demostrado ser eficiente tanto para proyectos de desarrollo turístico directo como indirecto, en la medida que permite ir mucho más allá de indicar fortalezas o debilidades, amenazas o oportunidades.	Caso aplicado de un método de diagnóstico a cuatro comunidades ubicadas en municipios de los Estados brasileños de Rio de Janeiro, Bahía, Minas Gerais y Paraná.	El método utilizado corresponde al Diagnóstico Estratégico, Participativo y Ponderado - DEPP Mielke & Sperandio (2009)
12	Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos (Merinero & Pulido, 2009)	Esta investigación desarrolla un modelo de análisis de las relaciones establecidas entre los actores turísticos de cualquier destino, aplicando una metodología y unas técnicas de investigación novedosas en el estudio del turismo, mediante la aplicación del análisis estructural de las relaciones (Análisis de Redes Sociales) y el análisis del contenido de dichas relaciones (Análisis de Contenidos Relacionales).	Propuesta metodológica para el análisis de las relaciones entre actores en turismo.	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos.

Tabla 2.40: Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 5 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			Búsqueda Libre - Otros	
N°	Título	Resumen	Tipo	Metodología
13	Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo (Schulte, 2003)	Esta guía expone definiciones fundamentales de turismo y antecedentes sobre su desarrollo económico e industria a nivel mundial, además, analiza los diversos impactos producidos por este sector y ciertas ideas acerca del turismo sostenible y de la segmentación del mercado. Por otro lado examina los elementos esenciales de la planificación estratégica, determinando los pasos a seguir, desde que se hace el diagnóstico sobre la aptitud. Finalmente concluye con la presentación breve de tres casos emblemáticos de desarrollo turístico en América Latina y el Caribe y su evolución hasta destinos extremadamente maduros, medianos y muy recientes (Barbados, Perú, Costa Rica).	Propuesta metodológica para la planificación del sector turismo.	Como una de las etapas operativas del plan estratégico para el desarrollo del turismo a nivel local/regional, este documento expone y desarrolla el "Diagnóstico (definición de vocaciones turísticas)" como la primera de estas etapas.
14	El desarrollo de un nuevo destino turístico el caso de la ciudad de Villa Elisa, Argentina (Wallingre, 2011)	La finalidad de este documento fue realizar una contribución al conocimiento respecto de la relación existente entre el turismo y el desarrollo local, a partir del surgimiento de iniciativas e implementación de políticas y estrategias, comparadas con actividades productivas tradicionales.	Se basó en el estudio del caso de la ciudad de Villa Elisa, provincia de Entre Ríos, Argentina y se emplearon técnicas tanto cuantitativas como cualitativas.	A pesar de que en este documento se analizan algunos elementos del sector turismo de un destino específico, no se plantea como tal una metodología para analizar un destinos turístico.

Tabla 2.41: Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 6 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			Búsqueda Libre - Otros	
N°	Título	Resumen	Tipo	Metodología
15	Varadero. Situación actual y proyecciones (García, De León & Matellán, 2004)	En el presente trabajo se realiza un análisis de la situación actual que presenta el polo turístico de Varadero y las principales proyecciones para su desarrollo en el quinquenio 2001-2005.	Caso práctico: Estudio prospectivo de la situación turística de Varadero, Cuba	No presenta metodología para llevar a cabo el análisis de destinos turísticos
16	Plan estratégico para el sector empresarial turístico del departamento del Amazonas (Guevara, 2006)	Este documento presenta un plan estratégico para el desarrollo del sector empresarial turístico del departamento del Amazonas con miras a orientar acciones estratégicas que conduzcan al crecimiento de las empresas de la región dedicadas a este renglón de la economía. Este incluye la realización de un diagnóstico estratégico del sector empresarial de la zona de estudio.	Caso práctico: Creación del plan estratégico turístico para el departamento del Amazonas, Colombia.	El diagnóstico estratégico del sector empresarial realizado como etapa fundamental para la creación de plan, incluye el análisis del entorno y de los elementos internos que afectan el desarrollo organizacional, a partir del cual se elaboró la Matriz DOFA aplicando la metodología del Perfil de Oportunidades y Amenazas – POAM- y del Perfil de Capacidad Interna – PCI.
17	Evaluación del potencial turístico de Barra de Copalita, municipio de San Miguel del Puerto, Oaxaca (Pérez, 2011)	Esta tesis de grado, tiene por objetivo evaluar el potencial turístico de Barra de Copalita e identificar el perfil del visitante y las actividades dentro de la modalidad del turismo alternativo que se puedan realizar.	Caso práctico: Evaluación del potencial turístico de Barra de Copalita, Oaxaca, México.	Para el análisis del potencial turístico del destino, se plantea una metodología propia de trabajo.

Tabla 2.42: Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 7 - Fuente: elaboración propia

Fuente Bibliográfica:			Búsqueda Libre - Otros	
Nº	Título	Resumen	Tipo	Metodología
18	Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. Parque Nacional Nevado de Toluca - México (Franco-Maass, Osorio-García, Nava-Bernal & Regil-García, 2009)	Este documento aborda el análisis de las posibilidades de aprovechamiento recreativo-turístico del Parque Nacional Nevado de Toluca (PNNT) como una de las áreas naturales protegidas más importantes de México que presenta un creciente deterioro y requiere alternativas sustentables para el desarrollo de las comunidades campesinas.	Caso aplicado de la metodología de evaluación multicriterio al Parque Nacional Nevado de Toluca - México.	El análisis considera el inventario de los recursos existentes y la evaluación cuantitativa con base en las técnicas de evaluación multicriterio discreta (EMC).
19	Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio (Blanco, 2007)	Este documento ha sido preparado con el propósito de orientar las acciones que se deben llevar a cabo en un determinado territorio para la elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico, siguiendo una secuencia metodológica coherente que permita obtener productos concretos que reflejen la realidad del turismo en el territorio.	Propuesta metodológica para elaborar un plan de desarrollo turístico.	Esta guía expone como fase III para la elaboración del plan de desarrollo turístico una metodología denominada "Realización del diagnóstico de la situación turística".
20	Análisis y metodología para el estudio del sector turístico de una comarca: El caso del Bajo Segura (ALICANTE) (Aledo & Mazón, 1998)	Este artículo tiene dos objetivos principales, primero, reseñar la metodología empleada por el equipo de investigación en este proyecto y, segundo, apuntar las propuestas y reflexiones a las que se llegó con la intención de diseñar estrategias de desarrollo turístico sostenible para esta comarca.	Caso práctico: Análisis del sector turismo de la comarca del Bajo Segura, Alicante, España.	Se desarrolla una metodología propia de trabajo para el análisis del sector turístico de este destino.

Tabla 2.43: Descripción referentes de interés Búsqueda Libre - Otros Parte 8 - Fuente: elaboración propia

Análisis de referentes de interés

Partiendo de un total de 95 referentes detallados anteriormente, se procedió a filtrar aquellos que presentaran en su contenido una metodología para análisis de destinos turísticos, los cuales corresponden, luego de una exploración minuciosa, a 44 referentes en total es decir a un 46,32 % sobre los 95 seleccionados.

Posteriormente, como segundo filtro de esta etapa, se definieron criterios de selección con el objetivo de obtener referentes más coherentes y filtrados con el tema principal de la investigación, para poder estudiar así las metodologías existentes halladas en la búsqueda y crear finalmente la propuesta.

Los criterios de selección definidos son los siguientes:

- Debe contener una metodología orientada al análisis del destino turístico partiendo de un diagnóstico del mismo.
- Debe establecer elementos o pasos claros útiles para el análisis de un destino.
- En su metodología debe contemplar por lo menos la oferta turística, debido a que la propuesta resultado de esta investigación estará orientada a la oferta turística.
- Si corresponde a un caso de estudio para el cual se crea una metodología, el destino debe ser similar al tipo de destino-ciudad al cual se quiere dirigir la propuesta.

Así pues, teniendo en cuenta los criterios mencionados se analizó uno a uno los referentes, encontrando que 17 de ellos cumplen con estos criterios de selección. Cabe mencionar, que aquellos que fueron descartados, su metodología estaba dirigida a un análisis a partir de la opinión de diferentes actores o clientes finales (turistas), de modelos matemáticos, de ciertos factores de competitividad entre diferentes destinos, entre otros; o no poseen unos pasos claros, o a pesar de que menciona la oferta turística en la metodología no la expone en detalle, etc.

En conclusión, son metodologías que parten de una base (diagnóstico) y sobre este pretenden conocer nuevos puntos de vista o nuevas evaluaciones.

Estos últimos referentes encontrados (17), son la base esencial para la creación de la propuesta metodológica, objeto de la presente investigación, los cuales serán descritas y evaluadas en los capítulos 3 y 4.

2.3. Estadísticas sobre las fuentes

A continuación, se presenta un cuadro resumen con el número de referentes encontrados por cada fuente bibliográfica, y los resultados obtenidos en cada filtro.

Fuente bibliográfica	Resultado total de la búsqueda de palabras clave		Nº de referentes con tres o más combinaciones de palabras clave que pasan a revisión		Nº de referentes de interés (resultados de una revisión por título, palabras clave y resumen)		Nº de referentes que proponen alguna metodología en su contenido		Nº de referentes que cumplen con los criterios de selección	
	Total	% gran total	Total	% gran total	Total	% gran total	Total	% gran total	Total	% gran total
Catálogo de bibliotecas Universidad del Cauca	230	0,04%	15	0,24%	9	9,47%	6	13,64%	5	29,41%
Biblioteca Luis Angel Arango	338	0,06%	338	5,38%	2	2,11%	1	2,27%	1	5,88%
Ebsco	56353	9,25%	465	7,40%	24	25,26%	9	20,45%	2	11,76%
Science Direct	6371	1,05%	324	5,15%	5	5,26%	2	4,55%	0	0,00%
Jstor	816	0,13%	7	0,11%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Proquest	418519	68,72%	1946	30,96%	14	14,74%	4	9,09%	0	0,00%
Springer	59054	9,70%	2691	42,81%	3	3,16%	1	2,27%	0	0,00%
TESEO	1104	0,18%	260	4,14%	5	5,26%	2	4,55%	0	0,00%
Google Académico	65155	10,70%	208	3,31%	12	12,63%	5	11,36%	1	5,88%
OMT	1061	0,17%	32	0,51%	1	1,05%	1	2,27%	0	0,00%
Búsqueda libre - Otros	-	-	-	-	20	21,05%	13	29,55%	8	47,06%
GRAN TOTAL	609001	100%	6286	100%	95	100%	44	100%	17	100%
% con relación a la etapa anterior	100%	-	1,03%	-	1,19%	-	46,32%	-	38,64%	-

Tabla 2.44: Resultados de la revisión bibliográfica por fuentes y selección de referentes - Fuente: elaboración propia

En las páginas siguientes, se hace una breve explicación de esta tabla y de los gráficos resultados de la misma.

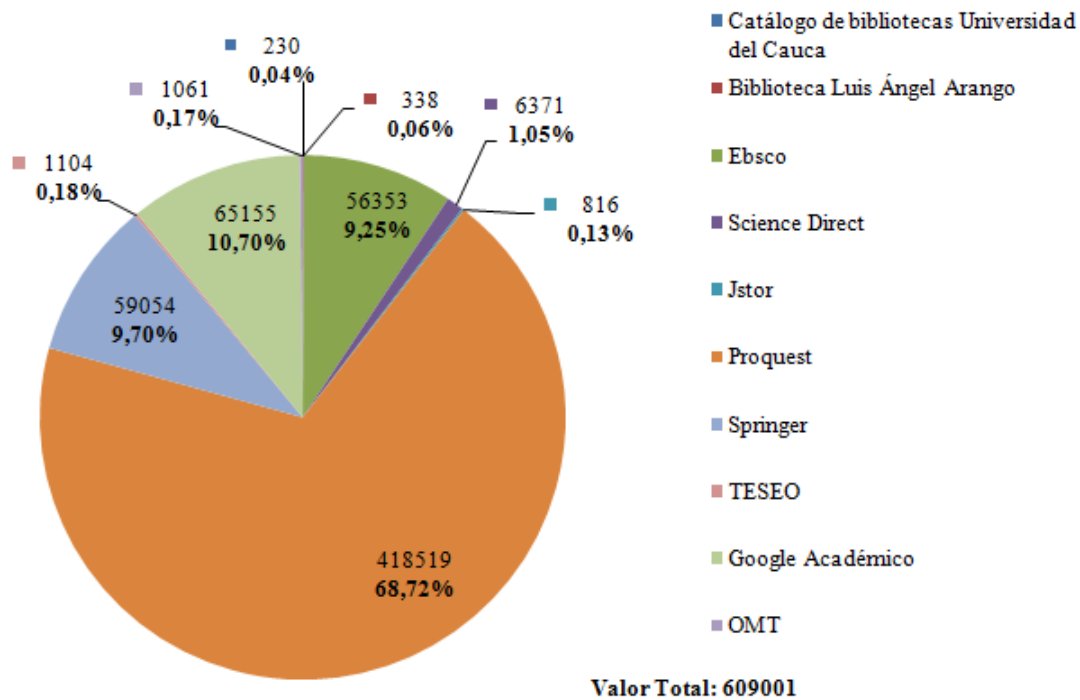


Figura 2.1: Resultado total de la búsqueda de palabras clave - Fuente: elaboración propia

Como resultado total de la búsqueda inicial de las palabras clave en cada una de sus combinaciones se obtuvo 609.001 referentes, donde más de la mitad, el 68,72 %, corresponde a documentos provenientes de la base de datos Proquest. Por su parte, la base de datos con menor porcentaje de participación en la búsqueda inicial corresponde al Catálogo de bibliotecas de la Universidad del Cauca con un 0,04 %, sin embargo ésta última aporta el 29,41 % del 100 % de los referentes que cumplen con los criterios de selección, según la tabla anterior.

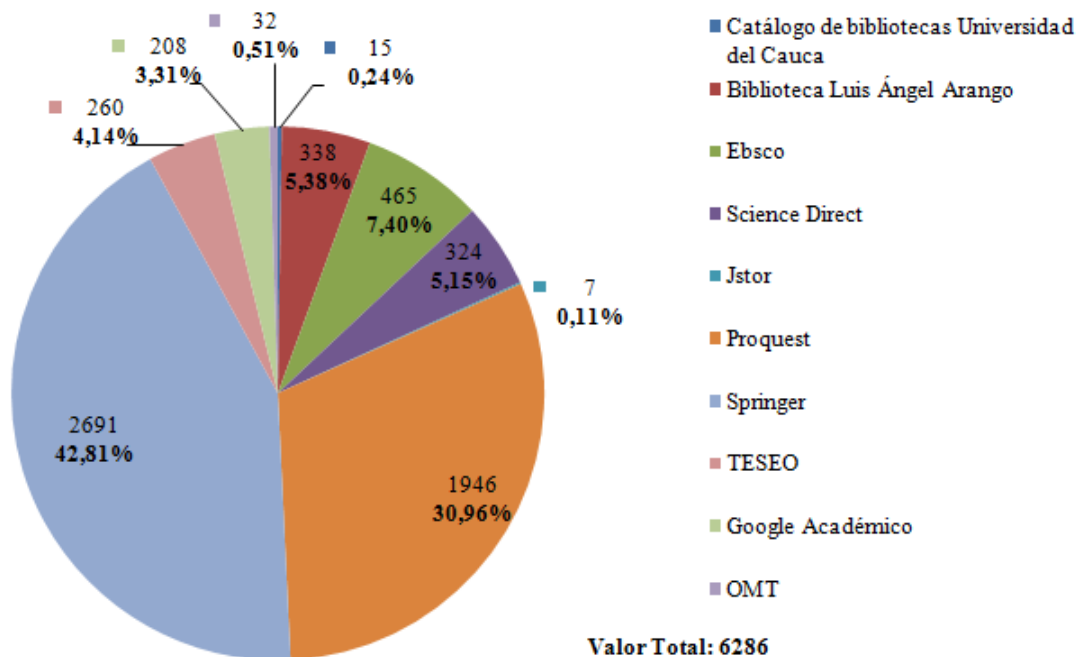


Figura 2.2: Referentes con tres o más combinaciones de palabras clave que pasan a revisión - Fuente: elaboración propia

Como se mencionó anteriormente, una vez se obtuvo el número total de referentes (609.001), se procedió a estudiar aquellos encontrados en la búsqueda de tres o más combinaciones de palabras clave, con el fin de ir filtrando la búsqueda y de aproximarse más al tema de interés, es por ello que los referentes hallados en la búsqueda relacionada con las combinaciones de palabras clave “turismo”, “destinos AND turísticos”, “tourism”, “tourism destinations” y “tourist destinations” se dejaron de lado, por ser de gran amplitud o de conceptos generales, que incluyen diferentes temáticas.

Por consiguiente, se procedió a estudiar 6.286 referentes, que sobre el total de los resultados obtenidos en la búsqueda inicial (609.001) representa el 1,03 % según la Tabla 2.44, porcentaje que a simple vista es poco representativo, pero entendiendo la dinámica detallada, es muy válido. Dentro de los referentes obtenidos en este primer filtro, se destacan la base de datos Springer con un 42,81 % y la base de datos Proquest con un 30,96 % de participación. Por su parte, los resultados obtenidos en la base de datos Jstor tienen una participación baja con el 0,11 %

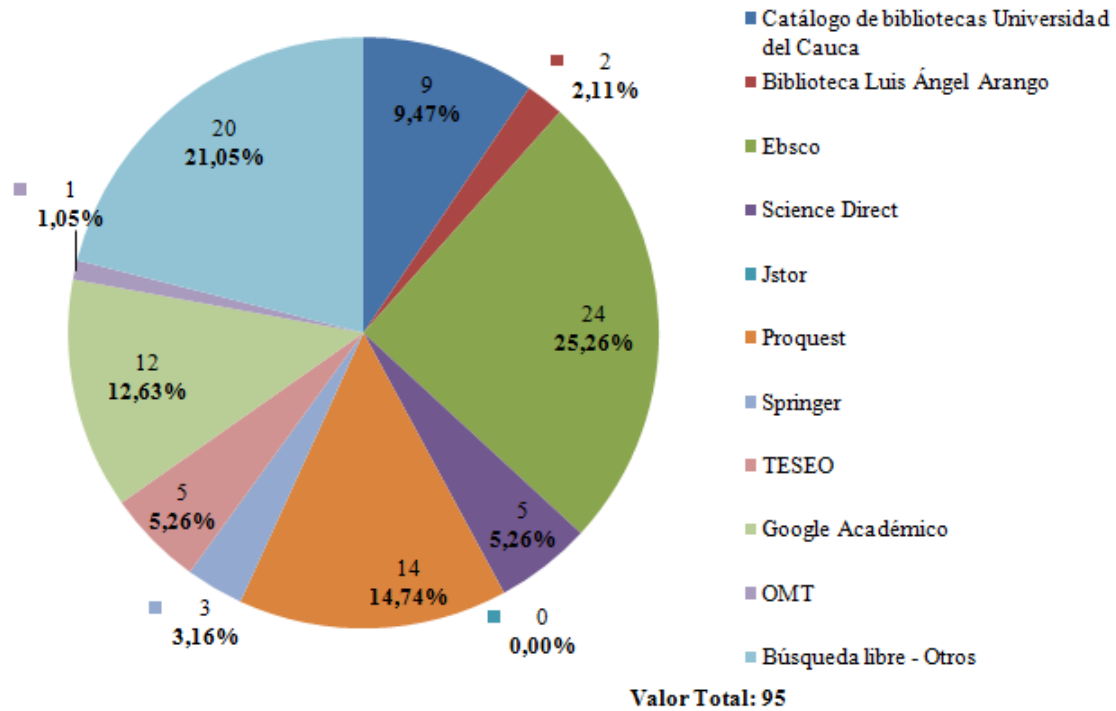


Figura 2.3: Referentes de interés (resultados de una revisión por título, palabras clave y resumen) - Fuente: elaboración propia

Luego de estudiar por título, palabras clave y resumen los 6.286 referentes seleccionados, se logró rescatar el 1,19 % de estos, es decir, 75 referentes de interés (ver tabla 2.44) para la presente investigación debido a su orientación al análisis de destinos turísticos. Adicionalmente, se accedió a 20 referentes más de interés, por lo que se obtuvo un total de 95 referentes relevantes. En la figura anterior, se puede visualizar mayor participación por parte de todas las fuentes bibliográficas, excepto de Jstor que con un 0.0 % de participación no aporta documentos de interés. Por su parte, se rescata Ebsco, Búsqueda libre-otros, y Proquest con una porcentaje de participación del 25,26 %, 21,05 % y 14,74 % respectivamente.

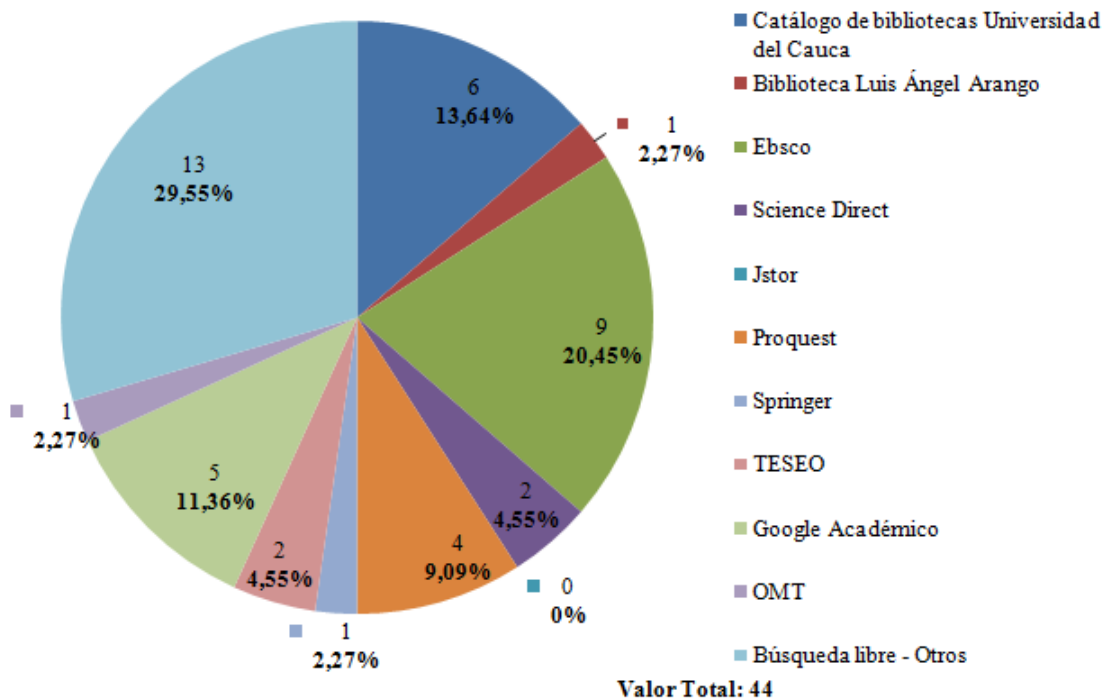


Figura 2.4: Referentes que proponen alguna metodología en su contenido - Fuente: elaboración propia

Como tercer filtro, de los 95 referentes seleccionados en la etapa anterior el 46,32 % proponen una metodología en su contenido, es decir, 44 referentes, según la tabla 2.44. Donde se rescata la base de datos Ebsco con mayor participación (20,45 %) de documentos con metodologías, por otro lado las bases de datos como la Biblioteca Luis Ángel Arango, Springer y OMT, disminuyeron su participación a un 2,27 % cada una tal como lo muestra la figura anterior.

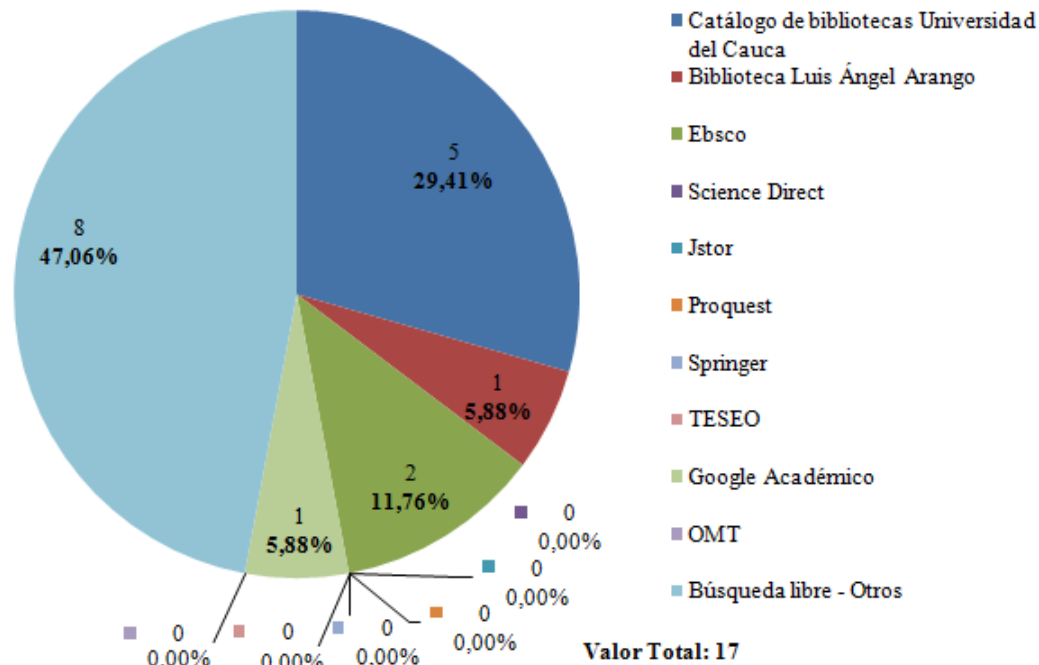


Figura 2.5: Referentes que cumplen con los criterios de selección - Fuente: elaboración propia

Finalmente, de los 44 referentes que contienen metodología, solo 17 cumplieron con los criterios de selección definidos anteriormente, es decir, el 38,64 % de los seleccionados en el tercer filtro (44). Estos 17 referentes corresponden a las siguiente cinco fuentes bibliográficas: en un 47,06 % a búsqueda libre-otros, un 29,41 % al catálogo de la Biblioteca de la Universidad del Cauca, un 11,76 % a Ebsco y finalmente Google Académico y la Biblioteca Luis Ángel Arango con un 5,88 % cada una.

Es necesario, mencionar que bases de datos como Springer y Proquest, las cuales venían con gran participación en los filtros anteriores, no poseen documentos que cumplan con los criterios de selección, al igual que las fuentes bibliográficas restantes.

De esta manera, estos últimos 17 referentes serán el insumo principal para la propuesta, pues se analizará la metodología de análisis de destinos turísticos empleada en cada uno y se extraerá de ellas elementos, aspectos a evaluar y procedimientos relevantes para la construcción de la propuesta objetivo de la presente investigación.

2.4. Conceptos Fundamentales

2.4.1. Turismo

Para la OMT, “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (Sancho, 1998) (p.11). A su vez, existen otras definiciones muy similares a esta última como la que consta en el artículo 23 de la Ley 1558 de 2012 (Colombia, 2012) donde se define al turismo como el “conjunto de actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios”.

Partiendo de lo anterior, toda persona que realice turismo es considerada turista, y es esta última la verdaderamente importante para las estadísticas, estudios y gestión turística. (Sancho, 1998) (p.48) hace una distinción

entre algunos conceptos importantes para el turismo que tienden a generar confusión, estos son: turista, excursionista, viajero y visitante. El primero lo define como aquel pasajero que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado; el excursionista por su parte es definido como aquel visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado. El concepto “viajero” se refiere a cualquier persona que viaje entre dos o más localidades de su país de residencia habitual, y finalmente, “visitante” hace referencia a todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo.

Por otro lado, el turismo se ve como un negocio que bien gestionado puede afectar positivamente a la economía del sitio o destino turístico, esto debido a la alta demanda que debe satisfacer, por lo que la producción, no solo del sector turístico sino también de los que tienen que ver con la operación del turismo, aumenta. De esta manera, la demanda, traducida en turistas, consumen en el destino con el fin de satisfacer sus necesidades y tener una buena experiencia turística, este consumo es llamado gasto turístico, el cual se define como “todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Los conceptos principales del gasto turístico, clasificado por apartados son: alojamiento; alimentación; transporte; ocio, cultura actividades deportivas; compras; otros” (Sancho, 1998) (p.52)

2.4.2. Sistema Turístico

Para definir el sistema turístico, es necesario reconocer el concepto de sistema, el cual es considerado como “un conjunto de elementos organizados para producir un resultado específico” (Vignati, 2009) (p. 27). Así pues el sistema turístico comprende cuatro elementos básicos que se exponen a continuación de acuerdo a (Sancho, 1998).

La demanda: formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.

La oferta: conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

Operadores de mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo.

Otro concepto de demanda turística, lo expone (Mathieson y Wall, 1982) (p.16) como “el número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual”.

Finalmente, con respecto a la oferta turística, (Quesada Castro, 2010) expone que existen cuatro elementos que componen la oferta turística, estos son: atractivos turísticos, infraestructura, planta turística y superestructura.

2.4.3. Destino Turístico

Para (Ejarque, 2005)(p. 27), “el destino turístico es un conjunto de recursos que generan una capacidad de atracción suficiente para inducir a un viajero a realizar los esfuerzos necesarios para desplazarse hasta él”. Por otro lado este mismo expone que los “recursos, infraestructura y servicios son elementos irrenunciables para la

existencia de un destino turístico. Pero podríamos decir que se trata de elementos necesarios pero no suficientes para que un destino sea competitivo y resulte atractivo”.

Otros autores definen el destino turístico de la siguiente forma:

“Lugar al que se dirigen los viajeros, estimulados por motivos turísticos” (Acerenza, 2008) (p.22).

“País, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo” (Bull, 1994 citado (Sancho, 1998)).

“Concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas” (Cooper et al., 1993 citado (Sancho, 1998)).

“Lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico” (Sancho, 1998) (p. 55).

(Ejarque, 2005) (p. 62) expresa que los elementos de base necesarios para un destino turístico se conocen como las «seis aes», y son: atracciones, accesibilidad, amenities, actividades, servicios auxiliares y available packages.

Atracciones: todas las existentes en el destino, desde los recursos naturales hasta los artificiales, pasando por el patrimonio e incluso por los atractivos «fabricados», como puede ser la celebración de un evento.

Accesibilidad: se refiere a una red de transporte que facilite la llegada de los turistas al destino y que lógicamente ha de ser muy amplia y cubrir el mayor número de posibilidades: avión, coche, autocar, tren, etc.

Amenities (estructuras de servicios): desde los hoteles donde el turista puede alojarse hasta las ofertas de restauración, pasando por las tiendas y otras actividades comerciales.

Actividades: integra todas las actividades complementarias que un turista puede realizar o de las que puede disfrutar durante su estancia en el destino turístico.

Servicios auxiliares: todos aquellos servicios que el turista desea o utiliza y que quizá no son a simple vista importantes pero otorgan valor a un destino turístico, como bancos, oficinas de correos, periódicos en su idioma, telecomunicaciones.

Available packages: se refiere a la facilidad de reserva y de compra, es decir, que el destino sea fácilmente «comprable» por el turista desde su mercado de origen, que esté presente en los sistemas y canales de comercialización, que los touroperadores lo programen y que los sistemas informáticos de reservas y los portales on line lo incluyan.

Finalmente, se presentan tres conceptos importantes a tener en cuenta en el desarrollo del presente trabajo, estos son:

Recursos turísticos: son “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda” (Sancho, 1998) (p. 186).

Patrimonio turístico: “conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas” (Sancho, 1998) (p. 186).

Municipio turístico: “es aquel que por los atractivos naturales, las manifestaciones de la cultura local (legado histórico-cultural, arquitectura típica, usos y costumbres de la población y sus expresiones artísticas) y/o los atractivos hechos y gerenciados por el hombre (museos, parques temáticos y eventos especiales) que posee en su territorio, constituye un foco de atracción turística” (Acerenza, 2008) (p.22).

2.5. Conclusiones del capítulo

Luego de realizar una búsqueda detallada de las palabras clave, relacionadas con el tema de investigación, en inglés y en español, en diez fuentes bibliográficas relevantes, se concluye que, a pesar de que existen diferentes artículos relacionados con la temática que desarrollan una metodología de análisis de destinos turísticos propia o para un caso de estudio en específico, ninguno de ellos parte de una revisión y evaluación de las existentes para generar una propuesta metodológica como la que se espera obtener en la presente investigación, la cual tendrá como insumos tanto las diferentes metodologías halladas en la búsqueda como las características del destino-ciudad al cual va dirigido.

Así mismo, se concluye que del total de referentes encontrados en la búsqueda de palabras clave (609.001) y de la búsqueda libre, solo 17 cumplen con los criterios de selección definidos, es decir, que plantean en su contenido una metodología orientada al análisis de un destino turístico. Cabe mencionar además, que a través de la búsqueda realizada se conoció que existe gran diversidad de artículos, tanto en inglés como en español, que desarrollan en su contenido diferentes temáticas relacionadas con el turismo.

Finalmente, se obtuvo en este capítulo una base conceptual fundamental para el correcto desarrollo de la presente investigación, la cual se complementará en los capítulos siguientes.

Capítulo 3

Metodologías de análisis de destino

En el presente capítulo, se describe cada una de las metodologías para análisis de destinos turísticos, rescatadas de los referentes seleccionados en el capítulo 2, luego de una revisión detallada por cada uno de ellos. Esta descripción incluye la introducción, propuesta del autor, cuadro resumen y análisis por cada metodología. Finalmente, se presenta, a través de una matriz, una síntesis de todas las metodologías.

3.1. Metodología 1: Marketing de destinos turísticos

3.1.1. Introducción

En el capítulo 2 de su libro: Marketing de Destinos Turísticos, (Acerenza, 2004), plantea un esquema del proceso de elaboración del plan de marketing del destino turístico, entendiendo este último como aquel “documento escrito en el cual se recogen, desde un punto de vista formal, las decisiones adoptadas con el propósito de promover y comercializar la oferta turística, para su presentación, análisis y posterior ejecución por parte de todos aquellos involucrados en el desarrollo de las acciones en los diferentes mercados” (Acerenza, 2004). Dentro de este esquema de elaboración del plan de marketing 3.1 se visualiza como primera etapa, el diagnóstico de la situación actual del destino, para el cual Acerenza plantea una metodología a seguir en el capítulo 3 de su mismo libro.

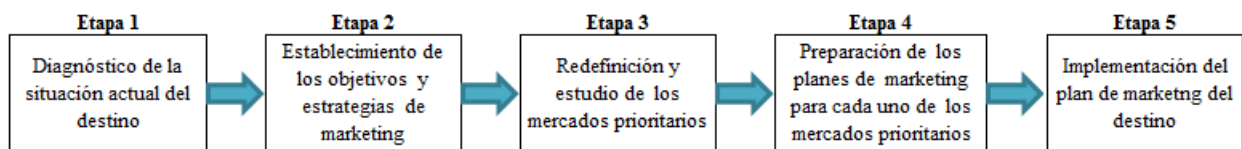


Figura 3.1: Esquema del proceso de elaboración del plan de marketing del destino - Fuente: elaboración propia basada en (Acerenza, 2004)

Antes de presentar la metodología de diagnóstico mencionada anteriormente, cabe resaltar, tal cual lo cita (Acerenza, 2004), que:

Dicho diagnóstico tiene que dar respuesta, por lo menos, a las siguientes interrogantes:

- a. *¿Cuál es el volumen total de turistas que recibe el destino y su tendencia?*
- b. *¿Cuáles son los principales mercados de origen de las corrientes turísticas captadas en la actualidad?*

- c. *¿Cuál es la situación de la industria turística local?*
- d. *¿Cuál es el grado de utilización de los atractivos turísticos del lugar?*
- e. *¿Cuál es el grado de satisfacción de los turistas que lo visitan en la actualidad, con los productos y servicios que ofrece el destino?*

3.1.2. Propuesta del autor

A continuación, se presenta la propuesta de (Acerenza, 2004) para llevar a cabo el diagnóstico en un destino:

1. Análisis de la gestión de marketing anterior

Prácticamente todos los destinos turísticos ha realizado ciertas acciones tendientes a la promoción de su oferta. . . es importante, por tanto conocer las características de tales acciones y los resultados obtenidos con su ejecución, para evaluar la eficacia en la consecución de los objetivos y metas que se habían propuesto alcanzar. Con este propósito debe efectuarse una serie de análisis, cuyos objetivos y contenidos específicos se detallan a continuación.

1.1. Análisis de la demanda actual

Este análisis es preciso elaborarlo en dos partes:

1.1.1. Orígenes y evolución de la demanda

El objetivo de este análisis es conocer el volumen total de turistas que recibe el destino y la tendencia que viene mostrando su evolución, así como identificar los mercados de origen de esta demanda. En consecuencia el contenido de este análisis debe comprender, por lo menos, los siguientes aspectos:

- a. *Volumen total y tendencia de la demanda global.*
- b. *Mercados geográficos de origen y evolución de sus flujos.*
- c. *Variación estacional de la demanda.*
- d. *Estadía y gasto promedio de los turistas en el lugar.*

1.1.2. Perfil de los turistas actuales

Este análisis tiene como objetivo identificar los principales segmentos de mercados captados en la actualidad, sus motivaciones de viaje, y el grado de satisfacción de los mismos con los productos y servicios que ofrece el destino. El perfil debe permitir conocer, por tanto, la siguiente información sobre el visitante:

- a. *Lugar de origen.*
- b. *Edad y sexo.*
- c. *Motivo del viaje.*
- d. *Organización del viaje.*
- e. *Lugares visitados y actividades desarrolladas.*
- f. *Tipo de alojamiento utilizado y estadía promedio.*
- g. *Gasto promedio y estructura estimada del gasto.*
- h. *Apreciación en cuanto a los precios y calidad de los servicios.*
- i. *Grado de satisfacción e intención de repetición del viaje.*

1.2. Análisis de la acción promocional

El análisis de la acción promocional, efectuado por parte del destino, tiene que tomar en cuenta dos aspectos fundamentales que son:

1.2.1. Asignación de recursos para promoción

Este análisis tiene como finalidad tomar conocimiento de los siguientes puntos:

- a.** *Porcentaje del presupuesto del organismo de turismo que se aplica efectivamente para la promoción del destino.*
- b.** *Racionalidad en la asignación de los recursos, en función de la significación de los mercados de origen de los turistas.*

1.2.2. Evaluación de las acciones promocionales

El objetivo de este análisis es conocer:

- a.** *Características particulares de las acciones efectuadas.*
- b.** *Eficacia de las acciones en el logro de los objetivos propuestos.*

2. Análisis de la situación de la industria turística

Este segundo paso tiene como finalidad saber cuál ha sido la repercusión de la gestión de marketing desarrollada por el destino sobre la industria y los servicios turísticos locales.

Los análisis que deben realizarse con este propósito se describen en seguida:

2.1. Análisis del uso de la capacidad instalada de alojamiento

El primer aspecto que hay que analizar se relaciona con el uso de la capacidad instalada de alojamiento del destino. Este indicador está dado por el nivel de ocupación de la hotelería, y deberá ser analizado tanto a nivel general, como en cada una de las categorías de hoteles.

La evolución que muestre el uso de la capacidad instalada de alojamiento, al ser cotejada con los resultados de las acciones promocionales efectuadas, permitirá saber cuan eficaces son o no dichas acciones en pro del mejoramiento del factor de ocupación.

2.2. Análisis de la situación económica de las empresas

Éste es un aspecto importante a tenerse en cuenta espacialmente en el análisis del sector hotelero.

Existe una relación muy estrecha entre el factor de ocupación de la hotelería y la situación económica de los establecimientos. De tal manera que si el factor de ocupación está por debajo del porcentaje que marca el punto de equilibrio de operación, las empresas comienzan a tener dificultades económicas. Lógicamente, el punto de equilibrio de operación depende de la categoría de los hoteles y del tipo de administración que estos tengan. Es necesario, por tanto, establecer el punto de equilibrio operacional en cada una de las categorías de hoteles, para poder efectuar una evaluación estimada de la situación económica de los establecimientos.

2.3. Análisis del estado de conservación de los establecimientos hoteleros

Este análisis pone de manifiesto la calidad del mantenimiento a que éstos están sometidos para su rejuvenecimiento, con el fin de evitar el deterioro e, incluso, la posible obsolescencia de sus instalaciones.

El deterioro y la obsolescencia de las instalaciones hoteleras son factores que afectan el nivel de calidad de los servicios que se brindan en el lugar y, por ende, la competitividad del destino como un todo.

En este análisis debe ponerse un especial cuidado a la situación que se presenta en los pequeños y medianos hoteles de administración familiar, por cuanto es más notorio el descuido en el mantenimiento de sus instalaciones.

2.4. Análisis de los servicios de transporte receptivo

El análisis de la situación de la industria turística local debe comprender la evaluación de la situación que presenta la prestación de los servicios de transporte receptivo, a saber:

- a. Los servicios de traslado desde terminales a hoteles.*
- b. Los servicios de city tour.*
- c. Los servicios de excursiones ofrecidos en el destino hacia otros puntos turísticos.*

En ciertos casos, puede ser necesario analizar también los servicios de transporte público que se brindan en el destino: servicio de taxis y de autobuses urbanos, especialmente en aquellos destinos turísticos en donde este tipo de transporte se ha convertido en un elemento indispensable para el movimiento local de los turista, y la prestación de los mismos no está acorde con la imagen de calidad que proyecta el destino.

3. Análisis del uso de los atractivos turísticos

Este análisis tiene como finalidad conocer el grado de utilización de los atractivos turísticos en función de su capacidad soportante, así como la existencia de atractivos factibles de uso turístico, que puedan complementar la oferta actual.

3.1. Análisis del grado de saturación de los atractivos actuales

La atraktividad de un destino depende de la percepción que tengan los turistas en cuanto a la capacidad de los atractivos para satisfacer sus necesidades o expectativas de viaje. Si el uso que se hace en la actualidad de los atractivos del lugar supera la capacidad de carga de estos, comienzan a perder atraktividad, y su promoción en los mercados se torna difícil. Si esto ocurre, se debe analizar la posibilidad de diseñar planes tendientes a un reordenamiento del uso de los recursos actuales, para su mejor conservación y recuperar de este modo la atraktividad del lugar.

3.2. Estudio de la posibilidad de desarrollo de nuevas atracciones

Debe considerarse la posibilidad de desarrollar nuevas atracciones complementarias en el destino, a partir de la puesta en valor de recursos no utilizados existentes en el lugar o en sus alrededores. Esto es importante por cuanto permite romper la monotonía de la oferta, en especial cuando se trata de destinos turísticos que muestran signos de “cansancio” en su producto actual.

Finalmente, el autor indica que “los resultados de los análisis realizados deben quedar plasmados en un diagnóstico que muestre la situación actual de la actividad turística del destino”, el cual “... constituirá el documento básico para la toma de decisiones de marketing, y servirá, además, como elemento de referencia para evaluar posteriormente los avances que, como resultado de la ejecución del nuevo plan, se produzcan en la situación de la actividad turística del destino”.

Este diagnóstico debe ser presentado en forma clara y concisa, sin entrar en detalles innecesarios, y debe brindar información con respecto cuanto a:

- a. Origen y evolución de la demanda actual (explicar las variaciones observadas en el incremento del volumen de turistas al destino, y el perfil del visitante).*
- b. Características y eficacia de las acciones desarrolladas con el propósito de promover y comercializar la oferta turística del lugar.*

- c. *Efectos de las variaciones del flujo de visitantes sobre la industria turística local (indicar el factor de ocupación hotelero y su tendencia, así como el estado de conservación de los establecimientos y la salud financiera de las empresas).*
- d. *Situación de los atractivos turísticos principales y de la oferta complementaria.*
- e. *Grado de satisfacción de los visitantes actuales, y sus comentarios sobre los productos y servicios del destino.*
- f. *Comentarios finales sobre la situación general encontrada.*

3.1.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 1	
Título:	Diagnóstico de la situación actual del destino turístico
Citada en:	Libro: Marketing de destinos turísticos (pág. 35-41)
Autor:	Miguel Angel Acerenza
Año:	2004
Ciudad:	México
Descripción:	<p>Miguel Angel Acerenza, en su libro, expone por capítulos el proceso de elaboración del plan de marketing de destinos turísticos, el cual está compuesto por diferentes etapas, siendo el diagnóstico de la situación actual la primera de ellas. Es así como en el capítulo N° 3 de su libro, Acerenza plantea una serie de análisis en diferentes campos, con el fin de llevar a cabo el diagnóstico de la situación actual del destino, los cuales arrojarán como resultado información relevante, que quedará plasmada en un documento básico para la toma de decisiones de marketing, por lo tanto, esta información obtenida será el insumo principal en la elaboración del plan de marketing del destino.</p> <p>Cabe resaltar, que debido a la finalidad del diagnóstico, el contenido de la metodología está también orientado al marketing.</p>
Etapas:	Ver figura 3.2.
Instrumentos de recolección de la información:	No presenta
Implementada en:	No se tiene información de casos según los referentes estudiados, en los que se aplique esta metodología.

Tabla 3.1: Cuadro resumen metodología 1 - Fuente: elaboración propia

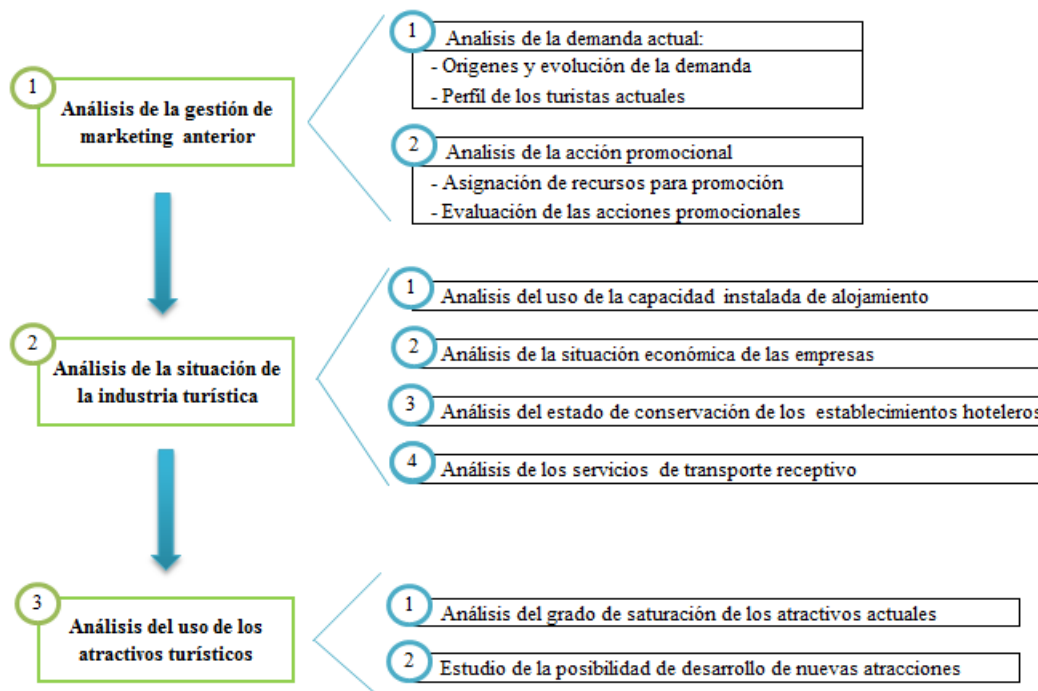


Figura 3.2: Diagnóstico de la situación actual del destino turístico - Fuente: elaboración propia basada en (Acerenza, 2004)

Análisis de la metodología

Esta metodología expone qué se debe hacer, más no cómo se debe hacer. Además, es presentada por el autor como una serie de análisis en diferentes campos, y no como una metodología en sí.

Por otro lado, se analizan aspectos de interés para el marketing de un destino turístico, específicamente de aquellos relevantes para la elaboración del plan de marketing, por lo que se deja de lado otros aspectos importantes a considerar en el diagnóstico y análisis de un destino.

Con respecto a la oferta turística, no se evalúa la planta en su totalidad; este análisis está muy orientado al sector hotelero, dejando de lado otros establecimientos importantes en la experiencia turística en un destino, como por ejemplo los relacionados con la alimentación, la recreación y los servicios de apoyo. Por otro lado, no se analiza la infraestructura ni tampoco la superestructura turística.

Finalmente, el análisis que se propone respecto a los atractivos turísticos, se enfoca al uso de los mismos, sin plantear previamente un inventario turístico. Por ende, podría intuirse que esta metodología es utilizada en destinos con cierto grado de desarrollo turístico, en los que ya se ha realizado un diagnóstico para conocer con qué se cuenta, lo que para este caso correspondería a que previamente se ha realizado un inventario turístico y se tienen definidos claramente los atractivos con los que cuenta el destino.

3.2. Metodología 2: Planificación de destinos turísticos (Gestión de destinos turísticos)

3.2.1. Introducción

Del libro “Gestión de destinos turísticos” (Vignati, 2009), se pueden extraer dos metodologías, orientadas al análisis de destinos, de interés para el presente proyecto de investigación; la primera de ellas fue tomada

del capítulo 6, denominado planificación de destinos turísticos, en el cual se considera al diagnóstico como un segundo paso en la metodología de elaboración de la planificación de destinos turísticos, la otra metodología se trata del análisis estratégico de destinos turísticos, la cual es presentada por dicho autor en el capítulo 12 de su libro, y corresponde a la metodología 3 de la presente compilación. A continuación, se presenta la primera de ellas:

Para este primer caso, el diagnóstico de la situación actual juega un papel importante en la planificación del destino turístico al ser, como se comentó anteriormente, la segunda etapa en la metodología para la planificación del destino, tal como se visualiza en la figura 3.3.

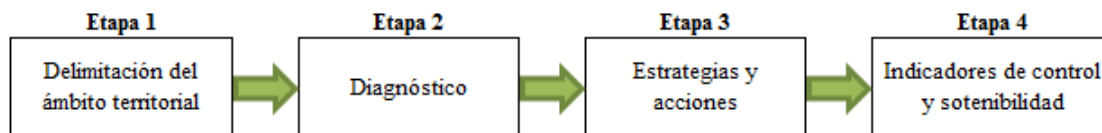


Figura 3.3: Metodología para la planificación de destinos turísticos - Fuente: elaboración propia basada en (Vignati, 2009)

El plan estratégico de turismo, según el autor, no es más que la suma del plan de desarrollo turístico y el plan de marketing turístico, donde el primero tiene por objetivo "... la estructuración del territorio y la transformación de recursos en productos turísticos" y el segundo, "... poner a disposición del mercado ofertas específicas con base en una estrategia de marketing mix (o mezcla de mercadotecnia)".

Cabe resaltar, tal como lo expone (Vignati, 2009), que "la planificación de destinos turísticos puede obedecer a diversas metodologías" y que la eficacia de ésta "... depende de los objetivos del plan y las características del territorio. Existen destinos que necesitan ser reposicionados en el mercado, destinos nuevos y destinos que presentan condiciones ambientales o sociales más sensibles que otros. Estos factores específicos determinan el enfoque del plan".

Así pues, el autor plantea en su metodología para la planificación turística, unos pasos que deben llevarse a cabo en el momento de realizar el diagnóstico, el cual tiene por objetivo "conocer la realidad del territorio y sistema turístico. Esta etapa puede comprender análisis económicos y sociales, estudios técnicos, análisis de la demanda y también investigaciones sobre la población local".

3.2.2. Propuesta del autor

A continuación, se presenta la metodología propuesta por (Vignati, 2009) para realizar el diagnóstico en un destino:

1. *Búsqueda documental: se refiere a la información recolectada por organizaciones públicas y privadas. Los datos investigados pueden señalar la situación turística y socioeconómica del territorio.*
2. *Análisis in situ: evalúa de manera cualitativa los recursos y productos turísticos. De acuerdo con la metodología del Instituto de Hospitalidad esta labor debe ser realizada por un equipo técnico multidisciplinario bien calificado, que trabaje en colaboración con los técnicos locales.*
3. *Estudios técnicos vinculados con la sostenibilidad.*
4. *Estudios de la demanda real y potencial: la demanda real está constituida por los turistas que visitan el territorio y proporciona información importante, por ejemplo, acerca del nivel de satisfacción, el motivo de la visita o de los principales atractivos del destino.*

5. *Análisis estratégicos SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) o análisis DAFO: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades: a través de este, se logra integrar todos los datos obtenidos y transformarlos en información útil, determinando las fortalezas y debilidades del destino turístico e identificando las oportunidades y amenazas del entorno competitivo.*
6. *Análisis de perspectiva: el análisis participativo tiene una doble importancia: técnica y política. Aquí, a los representantes públicos, privados, de la sociedad civil y del tercer sector se les presentan los datos previamente organizados para el análisis SWOT. El objetivo de este proceso es, con base en la discusión, validar y corregir los análisis realizados en la etapa anterior. Esta última etapa tiene además importancia política, pues en esta etapa es cuando se crean las condiciones políticas y sociales necesarias para que la sociedad colabore y valide el plan.*

3.2.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 2	
Título:	Diagnóstico
Citada en:	Libro: Gestión de destinos turísticos (pág. 118-119)
Autor:	Federico Vignati Scarpati
Año:	2009
Ciudad:	México
Descripción:	En el capítulo 6 de su libro, Vignati resalta el diagnóstico como una etapa fundamental en el proceso de planificación de un destino turístico, bien sea en la elaboración de un plan estratégico, de marketing o de desarrollo del destino. Así mismo, el autor propone un proceso de diagnóstico, que consta de seis etapas, y arroja cierta información, que acompañada con la primera etapa del proceso de planificación, son la base para la creación del plan.
Etapas:	Ver figura 3.4.
Instrumentos de recolección de la información:	No presenta
Implementada en:	No se tiene información de casos, según los referentes estudiados, en los que se aplique esta metodología.

Tabla 3.2: Cuadro resumen metodología 2 - Fuente: elaboración propia

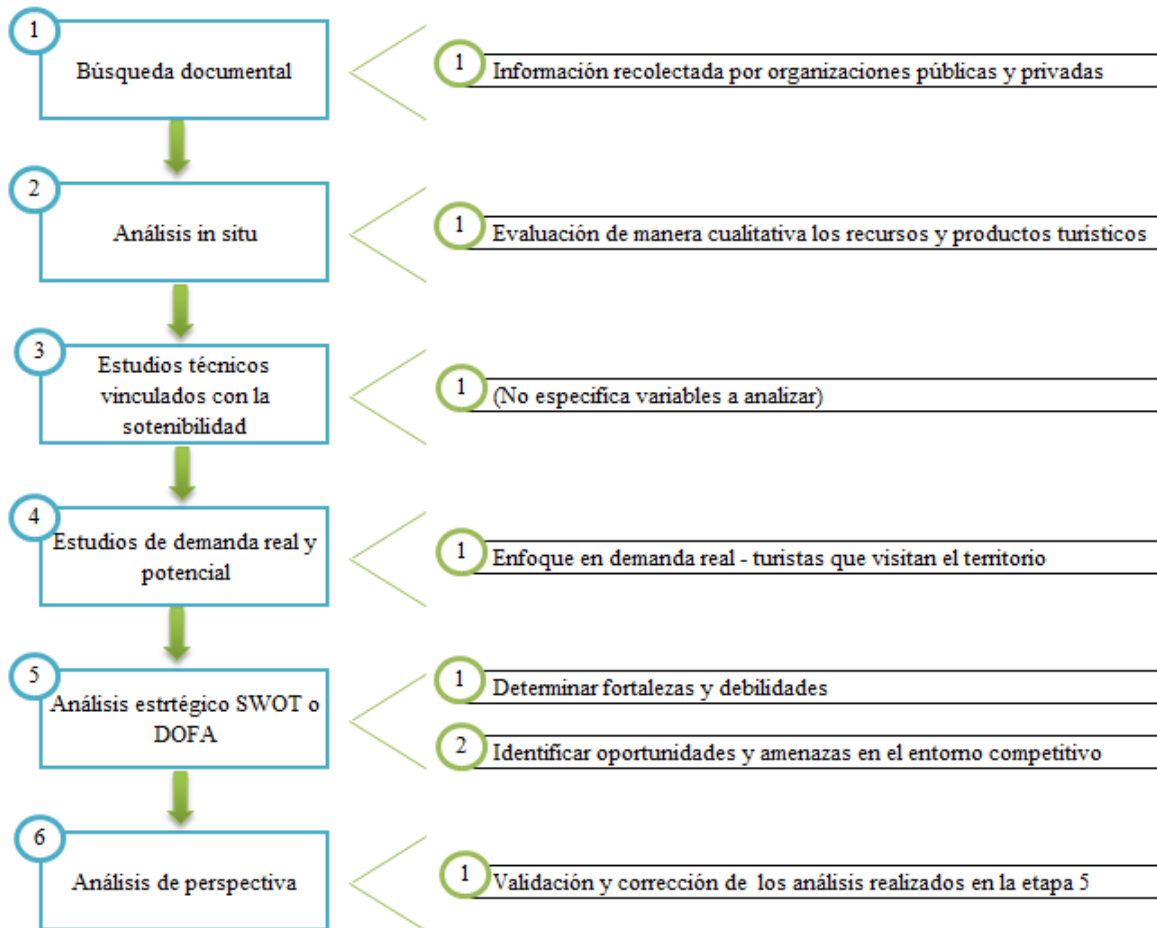


Figura 3.4: Proceso de diagnóstico - Fuente: elaboración propia basada en (Vignati, 2009)

Análisis de la metodología

Esta metodología de diagnóstico, que el autor presenta como un proceso, ha sido propuesta como paso previo y fundamental para la planificación de un destino turístico.

Por otro lado, es una metodología muy sencilla en su contenido, expone ideas muy básicas en el análisis y no especifica los aspectos claves de evaluación, es decir, que expone los aspectos principales del análisis, sin detallar qué y cómo se debe evaluar cada ítem.

Con respecto a la demanda turística, aunque plantea un análisis tanto de la demanda potencial como real, en su explicación solo se enfoca en la real. Además, no analiza como tal la oferta y los atractivos turísticos, pero si hace un análisis cualitativo de los recursos y productos del destino.

3.3. Metodología 3: Análisis estratégico de destinos turísticos (Gestión de destinos turísticos)

3.3.1. Introducción

(Vignati, 2009) dedica el capítulo 12 de su libro, a desarrollar el análisis estratégico de destinos turísticos, el cual inicia planteando lo siguiente:

Siempre que pensamos en algún negocio, de manera intuitiva realizamos un análisis estratégico, planteándonos preguntas como: ¿Podrá ocurrir un cambio que perjudique mi negocio? ¿Hay peligro de que surja un nuevo producto que lo sustituya? ¿Podrá entrar con facilidad la competencia? ¿Tendrá la empresa posibilidades de seguir el ritmo del mercado e innovar? ¿Existe una legislación específica que proteja este sector?

Son preguntas casi intuitivas que surgen antes de invertir en cualquier negocio. Hacer esto de manera consciente, utilizando los instrumentos apropiados, es realizar un análisis estratégico.

Por otro lado, expone que “el análisis estratégico ha sido utilizado de manera tradicional por las grandes empresas para definir acciones prioritarias en ambientes de negocios altamente competitivos”, y señala lo siguiente:

Por medio del análisis estratégico, el gestor obtendrá la información necesaria para:

- *Identificar y valorar las **fortalezas** del destino turístico.*
- *Identificar y minimizar las **debilidades** del destino turístico.*
- *Identificar y aprovechar las **oportunidades** del ambiente externo.*
- *Identificar y administrar las **amenazas** del ambiente externo.*
- *Desarrollar un plan de turismo consistente y ejecutable.*

Por tanto, el análisis estratégico no debe ser considerado como un trabajo burocrático sino como una oportunidad para:

- *Analizar el potencial de desarrollo de un destino turístico.*
- *Analizar cambios, amenazas y posibles crisis en el mercado.*
- *Involucrar a la comunidad en la planificación y las decisiones políticas.*

Para llevar a cabo un análisis estratégico, existen varias técnicas consolidadas por las ciencias de la administración de empresas, tal como lo menciona el autor. En este libro se propone el análisis SWOT o DOFA, el cual tiene como idea central, “. . . por una parte, adaptar las fortalezas del destino turístico a las oportunidades del mercado y, por otra, reducir las debilidades y superar las amenazas para estimular un proceso de desarrollo sostenible. . . el análisis SWOT ayuda a identificar y analizar las variables más representativas del ambiente externo y de la estructura interna de un destino turístico”.

El ambiente externo está formado por todos los factores que quedan fuera del ámbito de influencia del destino. Los principales factores de este ambiente son las variables macroeconómicas, los cambios del mercado “que son producto de la globalización”, las situaciones de crisis, las políticas nacionales e internacionales y los adelantos tecnológicos.

La estructura interna está constituida por todos los factores que quedan dentro de la capacidad de gestión del destino turístico, entre ellos los principales son las estructuras privada, social y pública, el territorio y la política local.

3.3.2. Propuesta del autor

A continuación, se presenta la metodología de análisis estratégico de destinos turísticos propuesta por (Vignati, 2009):

1. Análisis del ambiente externo (amenazas y oportunidades)

El objeto de este análisis es determinar probables amenazas y oportunidades que puede presentar el ambiente externo... Para su correcta ejecución se requiere realizar el levantamiento de datos primarios y secundarios para después analizarlos.

Los datos del ambiente externo se clasifican en dos categorías:

1.1. Factores macroambientales

Se caracterizan por el hecho de que el destino turístico no tiene influencia sobre ellos; deben ser monitoreados de forma continua. Son ejemplos: política internacional; tendencias del mercado; cuestiones demográficas, económicas, tecnológicas y, en algunos casos, legales del ámbito nacional e internacional.

1.2. Factores microambientales:

Son factores del ámbito externo con mayor posibilidad de ser influidas por el destino turístico. Ejemplos: turistas, operadores de viajes (fuera del destino), empresas aéreas, destinos turísticos de la misma región y de la competencia.

Una vez identificados los factores más relevantes del ambiente externo, se procede a clasificarlos y analizarlos de acuerdo con el criterio de amenaza u oportunidad. En la práctica se recomienda que el proceso de análisis de los datos se realice en discusiones abiertas y participativas con empresarios y líderes de la comunidad, buscando enriquecer así los análisis.

2. Análisis del ambiente interno (fortalezas y debilidades)

Una vez realizado el análisis del ambiente externo, debemos identificar los elementos internos (tangibles e intangibles) que influyen en la capacidad de desarrollo del destino. Estos elementos se deben clasificar como fortalezas o debilidades. Las fortalezas representan las competencias que se deben mantener y en la medida de lo posible mejorar, y las debilidades son los factores que deben minimizarse con base en acciones específicas y previamente consensuadas con la sociedad.

El proceso de análisis del ambiente interno envuelve muchas variables, algunas vinculadas con el territorio, otras con el ambiente político y otras vinculadas con la demanda; para facilitar el análisis de estas informaciones se sugiere utilizar como referencia las siguientes calificaciones:

2.1. Análisis físico territorial:

Comprende en reconocimiento del espacio territorial del que se pretende obtener un amplio conocimiento los aspectos siguientes:

- *Condiciones físicas (topografía, clima, hidrología, vegetación, fauna, accesibilidad, localización y biodiversidad).*
- *Capacidad y carencia de infraestructura básica (abastecimiento de agua, fuentes de energía, saneamiento, limpieza, red ferroviaria, puertos, aeropuertos y otros sistemas de transporte).*
- *Disposición de equipamientos para la población local (sistemas de salud pública, seguridad urbana, asistencia social y educación).*
- *Atractivos tangibles e intangibles, como parques, playas, paisajes, biodiversidad, identidad, patrimonio histórico y cultural, entre otras manifestaciones artísticas y folklóricas.*

Sobre estos elementos es posible analizar su accesibilidad, calidad, autenticidad histórica y potencial para ser incluidos como oferta central o complementaria.

2.2. Análisis socioeconómico:

Comprende el reconocimiento de las características sociales y económicas del destino en desarrollo buscando con esto el perfil de la población.

En el ámbito social interesan las informaciones demográficas como: número de personas, género, nivel de escolaridad, índice de calificación profesional, tiempo de residencia, así como otras informaciones de carácter cualitativo relacionadas con su formación socioprofesional.

En el aspecto económico, las informaciones que interesan se refieren a la actividad económica en general y la contribución que el sector de servicios y turismo realiza con la economía local en particular. Necesitamos saber la importancia económica del turismo, cuantos empleos genera directa e indirectamente, cuántas actividades económicas estimula y cuál es su efecto en los ingresos públicos.

Es evidente que si el turismo no es una actividad importante en la economía local, se dará mayor atención a otros sectores productivos, buscando conocer el perfil económico del territorio.

2.3. Análisis de la estructura política:

Se refiere al análisis de las estructuras administrativas y la gestión pública. Las informaciones que interesan aquí son de naturaleza cualitativa. Se requiere saber más sobre la estabilidad política y financiera del territorio, la utilización de instrumentos de gestión, como los instrumentos de planificación urbana y turística, así como conocer más sobre la legislación y las políticas públicas de estímulo al sector.

2.4. Análisis de los atractivos y los productos:

Comprende obtener un amplio conocimiento sobre los atractivos que ya integran la oferta turística actual. Un instrumento para este análisis es el inventario de recursos y atractivos turísticos¹.

El objetivo de dicho inventario es realizar un levantamiento de recursos, atractivos, medios de hospedaje, empresas turísticas y demás equipamiento de apoyo. Vale la pena recordar que no es necesario hacer un inventario exhaustivo de todos los recursos turísticos del territorio. Es posible que este levantamiento ya exista y solo sea necesaria su actualización.

2.5. Análisis de la demanda:

El conocimiento de la demanda es fundamental para apoyar las decisiones de marketing. La demanda real es la fuente más adecuada para conocer la imagen que el turista tiene del destino, nivel de satisfacción, expectativas y otras informaciones importantes para el desarrollo y comercialización de los nuevos productos turísticos.

Algunas de las informaciones que se pueden obtener en relación con la demanda son:

- *Perfil socioeconómico, lugar de procedencia, sexo, edad, profesión.*
- *Características del viaje, motivación, tipo y categoría de alojamiento, nivel de satisfacción, cómo organizó su viaje, etcétera.*
- *Satisfacción, imagen percibida.*
- *Cómo supo del destino y dónde adquirió la oferta del mismo.*

La información sobre la demanda permite segmentar el mercado, ajustar la oferta a necesidades específicas y determinar los medios más efectivos de comunicación con el turista.

2.6. Análisis de las estrategias turísticas de la administración pública y de las empresas privadas:

¹El autor propone un instrumento para el inventario de recursos turísticos en la página 223 de su libro

Para concluir con el análisis de un destino turístico, deben conocerse las diversas acciones previstas por el sector público y la iniciativa privada. Pueden incluirse aquí los planes de inversión del sector público y privado en estructuras, hoteles, complejos de ocio, recalificación del territorio, así como la modernización de áreas portuarias y del litoral.

Una vez obtenida la información, se inicia el proceso del análisis de las fuerzas y debilidades, para ello se desarrolla una lista de fuerzas y otra de debilidades del destino turístico.

De esta manera surge una idea básica: las fuerzas internas deben impulsarse aprovechando las oportunidades del mercado y, en la medida de lo posible, deben contribuir a reducir las amenazas que puedan surgir. Por otro lado, las debilidades internas deben ser objeto de políticas concretas, de manera que puedan ser superadas.

La información obtenida servirá de base para el debate, la negociación con la sociedad y, a partir de ello, definir las políticas públicas para el sector.

3. Diagnóstico

El diagnóstico corresponde a uno de los momentos más importantes del análisis estratégico. Por medio del diagnóstico, el profesional que proporciona una consultoría o el propio gestor debe exponer por escrito una opinión técnica que resuma la situación por la cual pasa el destino turístico.

El diagnóstico debe indicar, de manera consistente y objetiva, la situación actual y hacer referencia sobre las acciones específicas para mejorar el posicionamiento del destino turístico en el mercado.

3.3.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 3	
Título:	Análisis estratégico de destinos turísticos
Citada en:	Libro: Gestión de destinos turísticos (pág. 217-231)
Autor:	Federico Vignati Scarpati
Año:	2009
Ciudad:	México
Descripción:	El autor plantea en el capítulo 12 de su libro, una metodología de análisis estratégico en el cual propone determinar las debilidades y fortalezas del destino turístico, a través del estudio del ambiente interno, y de identificar las oportunidades y amenazas, en el ambiente externo. Para cada uno de estos elementos especifica los aspectos a evaluar y finaliza con un documento diagnóstico.
Etapas:	Ver figura 3.5.
Instrumentos de recolección de la información:	Plantea un instrumento, como ejemplo, para el inventario de recursos turísticos, en el que referencian como fuente la OMT. Además, plantea el modelo de una lista de verificación para el análisis interno.
Implementada en:	No se tiene información de casos, según los referentes estudiados, en los que se aplique esta metodología.

Tabla 3.3: Cuadro resumen metodología 3 - Fuente: elaboración propia

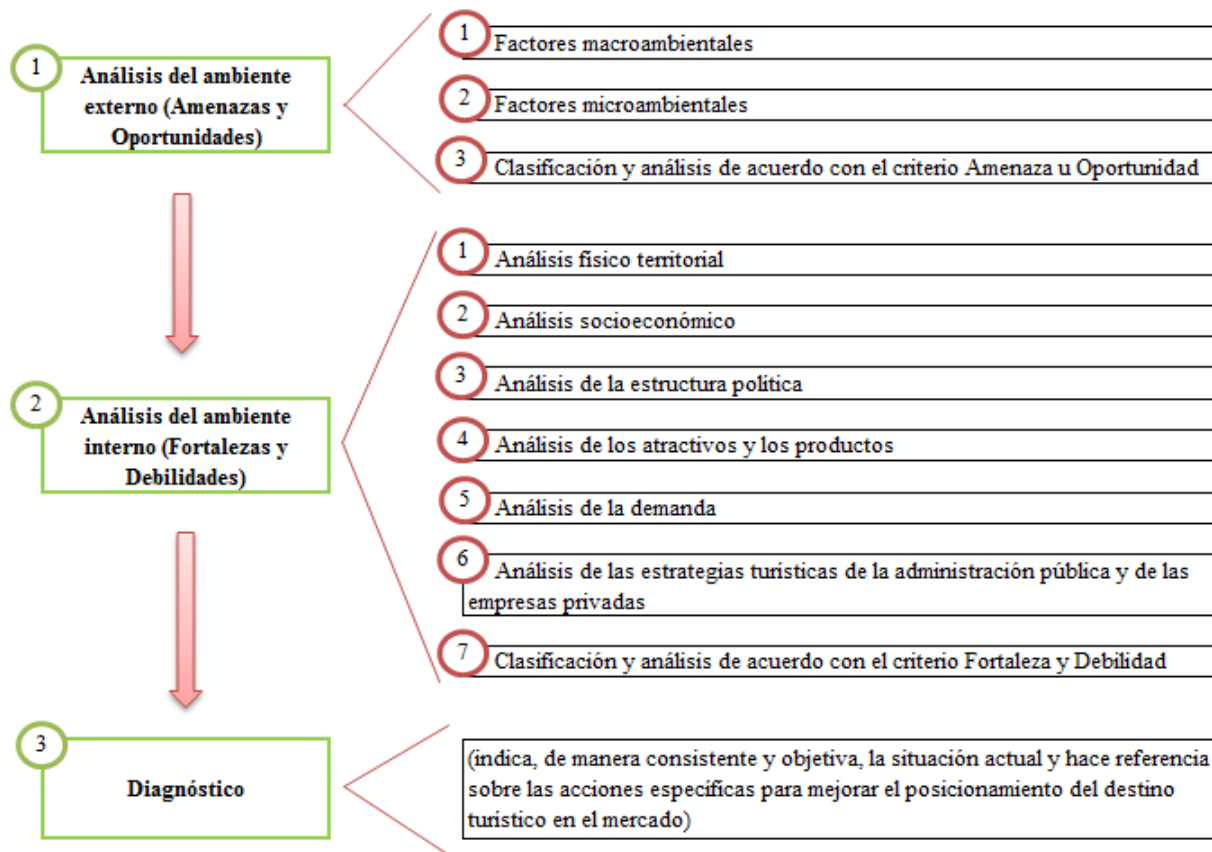


Figura 3.5: Análisis estratégico de destinos turísticos - Fuente: elaboración propia basada en (Vignati, 2009)

Análisis de la metodología

El autor define la metodología, descrita anteriormente, como una técnica que sirve para realizar el diagnóstico de las necesidades de calificación de un destino turístico, mas no atribuye a esta el nombre de metodología como tal.

Esta metodología es muy completa en su contenido, pues evalúa aspectos relacionados con la demanda, la oferta (infraestructura, planta turística y superestructura) y los atractivos turísticos, y detalla los análisis adecuados para cada aspecto. Además, analiza las condiciones físicas del territorio, genera un perfil poblacional a partir del análisis socioeconómico y estudia las estrategias e inversiones existentes con respecto al sector.

Por otro lado, el autor propone un instrumento guía para elaborar el inventario de los recursos turísticos, pues dentro de la metodología expone que debe realizarse un levantamiento de recursos, atractivos, medios de hospedaje, empresas turísticas y demás equipamiento de apoyo, y una lista de chequeo para llevar a cabo el análisis interno, en la cual se detallan otros elementos que no se habían mencionado.

Finalmente, cabe mencionar, que el autor presenta también el modelo de una lista de verificación para el análisis interno del destino, en el cual se evalúan cada uno de los aspectos que comprende el ambiente interno.

3.4. Metodología 4: Gestión Municipal del Turismo

3.4.1. Introducción

En el capítulo N° 5 del libro Gestión Municipal del Turismo (Acerenza, 2008), se presenta al *diagnóstico de la situación actual de turismo* como una de las etapas importantes en el proceso de elaboración del plan municipal del turismo, entendiéndolo a este último, tal como lo conceptualiza el autor en este capítulo, como aquel "... documento escrito en el cual se especifican los objetivos generales que pretenden alcanzarse con el desarrollo del turismo, la estrategia que se empleará para la consecución de los mismos, y se describe en forma pormenorizada y completa las distintas acciones que se llevarán a cabo para ese fin, así como el orden en que éstas deben ser ejecutadas" (Acerenza, 2008).

En la figura 3.6 se presenta el esquema básico para la elaboración del plan con cada una de sus etapas y el orden en que deben llevarse a cabo.

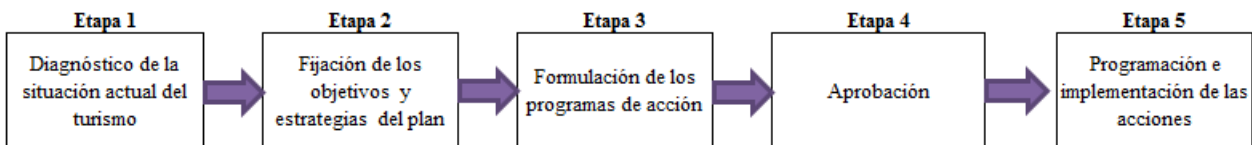


Figura 3.6: Esquema básico del proceso de elaboración del plan municipal del turismo - Fuente: elaboración propia basada en (Acerenza, 2008)

La primera de estas etapas, consiste en la elaboración del diagnóstico de la situación actual de turismo y tiene como propósito conocer la situación actual y el potencial real del municipio en materia turística. Para cumplir con este objetivo, deben realizarse los análisis que el autor propone, los cuales son detallados en el aparte 3.4.2

Por otro lado, cabe aclarar que esta metodología ha sido desarrollada para un municipio turístico, el cual es definido como "aquel que por los atractivos naturales, las manifestaciones de la cultura local (legado histórico-cultural, arquitectura típica, usos y costumbre de la población y sus expresiones artísticas) y/o los atractivos hecho y gerenciados por el hombre (museos, parques temáticos y eventos especiales) que posee un territorio, constituye un foco de atracción turística" (Acerenza, 2008).

Con respecto a las funciones que un municipio debe cumplir, (Acerenza, 2008) apunta lo siguiente:

Además de las facultades que son propias de todo municipio, el municipio turístico en particular debe ocuparse también de la promoción y el desarrollo del turismo en el ámbito territorial sobre el cual tiene competencia jurisdiccional.

Para ello debe llevar a cabo las siguientes funciones:

- *Organizar la estructura institucional del turismo municipal.*
- *Establecer la política municipal de turismo.*
- *Elaborar los planes y programas de desarrollo turístico.*
- *Instrumentar y poner en marcha los programas destinados al desarrollo de la infraestructura y el equipamiento turístico.*
- *Asistir a al sector privado en la instrumentación de los proyectos de inversión turística en el municipio.*
- *Desarrollar e implementar programas para el logro de un alto grado de calidad y eficiencia en la prestación y comercialización de los servicios turísticos.*
- *Prestar servicios de información y asistencia a los turistas que visitan el municipio.*
- *Elaborar, integrar y coordinar, con los prestadores de servicios turísticos de la entidad, planes y programas de marketing y promoción turística para la captación y mantenimiento sostenido de un flujo de turistas hacia el municipio.*
- *Supervisar y evaluar los avances verificados en la ejecución de los distintos programas de acción llevados a cabo para el fomento y desarrollo del turismo en el municipio.*

3.4.2. Propuesta del autor

A continuación se presenta la propuesta metodológica de (Acerenza, 2008), respecto al diagnóstico de la situación actual del turismo:

1. Análisis de la demanda turística

La finalidad de este análisis es determinar cuáles son las características del turismo que recibe el municipio en el presente y cómo ha evolucionado, así como las tendencias que muestran su desarrollo. El contenido del análisis debe comprender los siguientes aspectos:

1.1. Características del turismo y las tendencias observadas

Debe conocer cuál es la combinación de turismo que recibe el municipio en la actualidad, precisando la participación del turismo itinerante² y el residencial, la forma cómo ha evolucionado esta combinación y las tendencias observadas en cada caso.

1.2. Origen y variación estacional de la demanda

Para cada tipo de turismo debe conocerse cuál es la participación del turismo nacional y el internacional, y cuáles los periodos de mayor concentración de la demanda en cada caso.

1.3. Perfil de los turistas

²TURISMO ITINERANTE: Viaje realizado por el turista caracterizado por la visita secuencial de varios lugares y por una corta estancia en cada uno de ellos. (Valencia,2004) <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/T/TURISMO-ITINERANTE-1036/>

Debe definirse el perfil, tanto de los turistas itinerantes como de los residenciales, tratando de identificar en cada caso los principales atractivos que motivan sus viajes al municipio, las actividades que realizan durante su permanencia en el lugar, así como las pautas de consumo. . .

2. Análisis de la oferta turística

Este análisis tiene como objetivo verificar la adecuación o no de la oferta turística del municipio a las características de la demanda actual y a la que se espera pueda recibir en el futuro, dadas las tendencias observadas en la evolución que muestra dicha demanda y las previsiones que se realicen sobre su desarrollo. El análisis requiere el estudio de los siguientes aspectos:

2.1. Análisis del desarrollo inmobiliario con fines vacacionales:

Evolución del ritmo de crecimiento de la construcción de residencias y apartamentos privados para fines vacacionales, y los requerimientos de urbanización y dotación de servicios públicos municipales para su desarrollo, en función de la tendencia observada.

2.2. Análisis de la oferta hotelera y parahotelera:

Estudio de las características de la evolución de la oferta hotelera y parahotelera, para identificar las categorías que gozan de la mayor preferencia por parte de los turistas actuales y la tendencia que van experimentando, con el fin de hacer un balance de oferta y demanda y estimar los futuros requerimientos en materia de alojamiento colectivo.

2.3. Análisis de la oferta de servicios gastronómicos:

Recabar información de todas las opciones existentes en materia de servicios gastronómicos.

2.4. Análisis de las facilidades turísticas disponibles:

Estudio de las opciones existentes para el desarrollo de actividades turísticas y recreacionales, incluidas las facilidades para la práctica de deportes al aire libre (golf, tenis, actividades acuáticas, etc.), así como las características de acceso a las mismas.

2.5. Análisis de los servicios turísticos y del transporte local:

Investigación sobre los servicios turísticos, públicos y privados existentes en el lugar para el apoyo de las actividades turísticas (incluidos los servicios de seguridad para la comunidad local y para los turistas).

3. Análisis de la situación de los atractivos turísticos

El propósito en este caso es verificar la situación que guardan los atractivos que generan la afluencia de turistas al municipio. El análisis debe considerar:

3.1. Análisis del uso y grado de saturación de los mismos.

3.2. Estudio de las condiciones ambientales y de salubridad.

3.3. Análisis de las facilidades y servicios existentes en las zonas turísticas.

3.4. Estudio de las posibilidades de desarrollo de nuevos atractivos.

Los resultados de los análisis anteriores deben quedar plasmados en un documento que muestre la situación actual de la actividad turística en el municipio de una forma clara y concisa, así como del potencial existente para su desarrollo.

La información que brinde el diagnóstico y las directrices de la política turística municipal permitirán definir los objetivos generales del plan y la estrategia por seguir para la consecución de los mismos.

3.4.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 4	
Título:	Diagnóstico de la situación actual de turismo
Citada en:	Libro: Gestión Municipal del Turismo (pág. 56-59)
Autor:	Miguel Angel Acerenza
Año:	2008
Descripción:	El diagnóstico de la situación actual de turismo, es el primer paso que debe llevarse a cabo en el proceso de elaboración del Plan Municipal del Turismo, tal como lo plantea Acerenza (2008) en el capítulo 5 de su libro Gestión Municipal del Turismo. Llevar a cabo esta primera etapa implica realizar unos análisis relacionados con la demanda, la oferta y los atractivos turísticos; información que debe quedar plasmada en un documento diagnóstico y que servirá de base para generar el plan.
Etapas:	Ver figura 3.7.
Instrumentos de recolección de la información:	No presenta
Implementada en:	No se tiene información, en los referentes encontrados, de casos en los que se aplique esta metodología

Tabla 3.4: Cuadro resumen metodología 4 - Fuente: elaboración propia

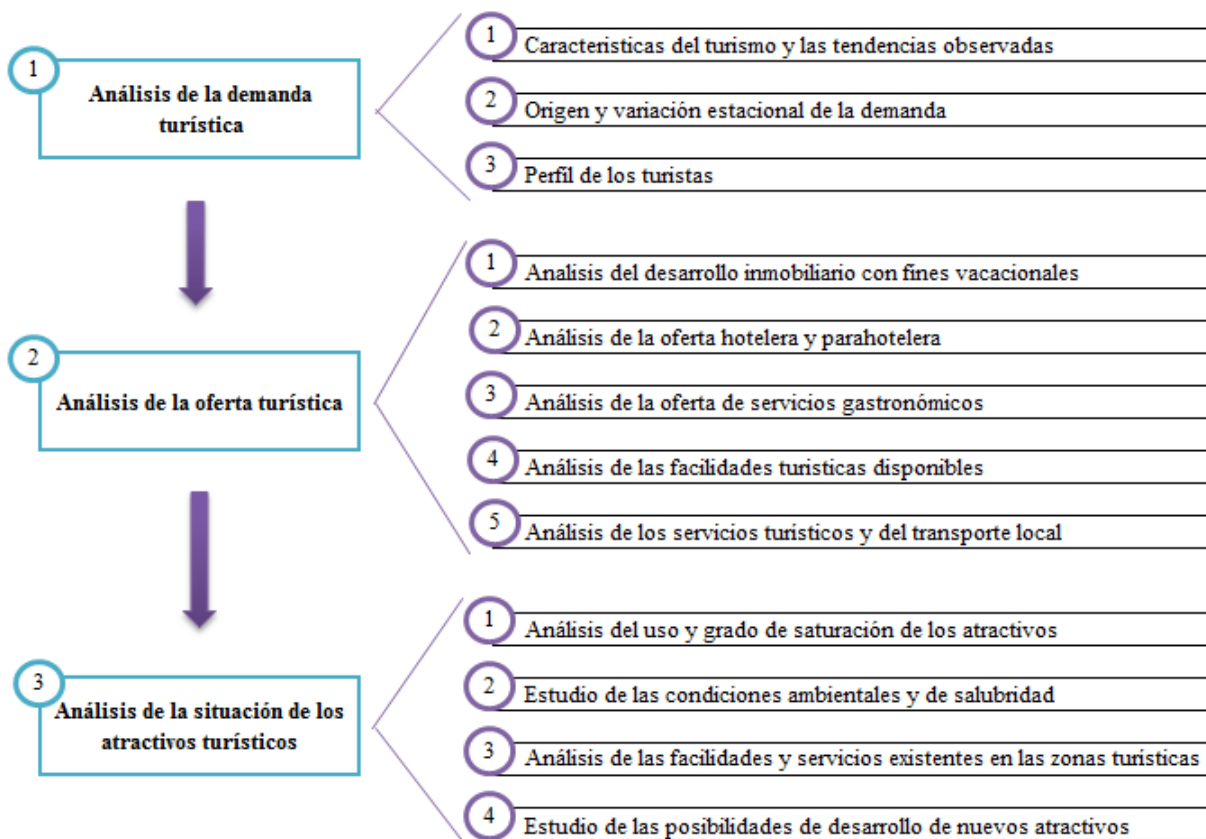


Figura 3.7: Diagnóstico de la situación actual del turismo - Fuente: elaboración propia basada en (Acerenza, 2008)

Análisis de la metodología

Esta metodología ha sido propuesta con el fin de conocer la situación actual del destino turístico y plantea la realización del análisis de la demanda, la oferta y los atractivos turísticos. El autor la presenta como una serie de análisis y no como una metodología.

En relación con la oferta turística, el análisis solo se enfoca básicamente en planta turística, dejando de lado la infraestructura y superestructura turística del destino. Por otro lado, con respecto a los atractivos turísticos, el análisis está dirigido a la situación de los mismos, es decir, a su uso, grado de saturación, condiciones ambientales, etc., pero no plantea llevar a cabo el inventario de los atractivos turísticos del destino.

3.5. Metodología 5: Planificación turística, un enfoque metodológico

3.5.1. Introducción

En el libro “Planificación turística”, (Hernández-Díaz, 1982 (reimp. 2009)) expone al diagnóstico y su metodología, como uno de los elementos básicos de la planificación turística, los cuales son desarrollados en el capítulo 4 del mismo libro, en el cual apunta que el diagnóstico debe describir y analizar la situación existente o situación a transformar y para ello propone no solo subdividirlo en tres secciones interconectadas entre sí (tiempo pasado, presente y futuro) sino también analizar una serie de elementos que enlista en su libro.

3.5.2. Propuesta del autor

A continuación, se presenta la propuesta que realiza (Hernández-Díaz, 1982 (reimp. 2009)) con respecto a las tres secciones interconectadas entre sí que contribuyen con el diagnóstico de la situación actual:

1. Periodo pasado (de corto o mediano plazo): “. . . procura determinar las causas básicas que originaron sus características presentes. Será imprescindible descubrir y explicar en este apartado el “hilo conductor” y las “variables claves” que han determinado su desarrollo espontaneo. Puede afirmarse que en esta parte del diagnóstico se mezclan en proporciones semejantes el tratamiento descriptivo y el analítico, aunque siempre resulta conveniente que el segundo determine al primero, a fin de eliminar en lo posible los datos y referencias intrascendentes para la comprensión del fenómeno”.
2. Periodo presente o más reciente de la actividad o elemento en estudio: “Para esto es necesario ubicar un lapso medianamente homogéneo en cuanto a rasgos y orientaciones. La amplitud de dicho periodo y su cercanía o inclusión al momento en que se practica el diagnóstico dependerá de cada caso y fundamentalmente de la consistencia, uniformidad y frecuencia de la información disponible. En este apartado, la forma descriptiva puede tener cierta preponderancia de volumen debido a la función “fotográfica” que cumple y a la necesidad de contar con un marco amplio de referencia para elaborar correctamente la siguiente sección del propio diagnóstico. No obstante, también aquí la fuerza analítica del realizador tendrá que mantener la coherencia de lo que se describe, con objeto de facilitar el entendimiento del proceso”.
3. Orientación y formas naturales que adoptaría la actividad en su futuro a corto y mediano plazo: Debe estimarse apoyándose en las dos anteriores. “Todo ello en ausencia de intervenciones globales o parciales propias de un esfuerzo de planificación, o sea, siempre y cuando su desarrollo histórico siga obedeciendo a las fuerzas que lo determinaron. Para ello es habitual recurrir a técnicas estadísticas, análisis de variables e incluso modelos de simulación, a fin de proyectar, prever o pronosticar el comportamiento esperable del fenómeno en caso de que no se intervenga sobre él. En este apartado el peso evidente recae sobre el tratamiento analítico que se logre del problema. Es quizás una de las partes más complejas de todo el

proceso de planificación, debido al grado de error en que se puede incurrir, ya que se pretende visualizar el futuro a partir del pasado y el presente; aun cuando, como es natural, sobre el primero podrían influir un gran número de factores que hasta el momento de elaborar el diagnóstico no se hubiesen manifestado”.

Sin embargo, el autor plantea que “El cumplimiento de las secciones integrantes del diagnóstico no garantiza, de ninguna manera, el disponer de un marco correcto de referencia con base en el cual fijar una estrategia para modificar las orientaciones del fenómeno o el comportamiento de sus partes”, por eso (Hernández-Díaz, 1982 (reimp. 2009)) expone que “es necesario disponer de un cuadro metodológico que abarque por lo menos las variables decisivas de la actividad en cuestión. Dicho cuadro ha de lograr la amplitud mínima para servir de sustento a conclusiones y proposiciones posteriores. En el caso de la actividad turística, el diagnóstico depende del ámbito, el destino y los tipos de turismo en análisis, no obstante, podría mencionarse a manera de ejemplo, algunas de las principales variables que se han empleado en diagnósticos enfocados al desarrollo turístico para un ámbito nacional, teniendo como destino la realización de un plan nacional y buscando abarcar los distintos tipos de turismo”.

Las siguientes variables ofrecen un marco de referencia al respecto (Hernández-Díaz, 1982 (reimp. 2009)):

- *Cuadro general de datos estadísticos (datos físicos y geográficos, sociales, económicos, etc.).*
- *División general de la economía (estructura intersectorial de producción, estructura de distribución, consumo e ingreso; total y regiones económicas; relevancia y elementos críticos).*
- *Orientaciones de la planificación global y de la política económica general.*
- *División regional y por zonas del país (prioridades socioeconómicas).*
- *Definición de políticas económicas específicas (crediticia, fiscal, salarial, etc.) en aplicación y por regiones.*
- *Orientaciones generales del sector, objetivos, metas y estrategias del turismo, si existiesen.*
- *Orientaciones, objetivos y estrategia de sectores y ramas económicas que estén directamente relacionadas con la actividad turística.*
- *Afluencia turística al país clasificada según convenga (por nacionalidades, continentes, medio de ingreso, edades, destinos internos, ingresos económicos, forma de viajes, etc; actual, futura y potencial).*
- *Ingreso por concepto de turismo receptivo.*
- *Régimen estacional del turismo receptivo.*
- *Gasto promedio y estructura del gasto del turismo receptivo.*
- *Tendencias y estructura de los precios y calidad de los bienes y servicios consumidos preferentemente por el turismo receptivo.*
- *Tendencias y estructura de los precios y calidad de los bienes y servicios utilizados como insumos por las empresas que forman la planta de oferta turística del turismo receptivo.*
- *Comparación de cifras y tendencias en los principales mercados competitivos para los conceptos de afluencia (clasificada), ingreso gasto (y estructura), precios de bienes y servicios e insumos de las empresas turísticas.*
- *Participación nacional en el movimiento turístico mundial, continental y regional clasificada según corresponda (turismo de “playa y sol”, de convenciones, de negocios, etc.).*
- *Participación nacional en sus principales mercados.*
- *Situación actual y esperada de los principales oferentes competitivos (puesta en valor de nuevos atractivos, políticas de facilitación, promoción, etc.) y complementarios.*

- *Inventario turístico nacional de atractivos clasificados según convenga, por regiones y zonas turísticas.*
- *Estructura y análisis regional con criterios de potencialidad turística.*
- *Movimientos de turismo emisor (clasificados según convenga; actual, futuro y potencial).*
- *Preferencias, destinos y motivaciones del turismo emisor, gasto per cápita y estructura del gasto.*
- *Formas de viaje y medios del turismo emisor.*
- *Movimientos de turismo interno (clasificados según convenga; actual, futuro y potencial).*
- *Referencias y motivaciones del turismo interno, gasto per cápita y estructura del gasto.*
- *Régimen estacional (por zonas turísticas) del turismo interno.*
- *Formas y medios de viaje del turismo interno (clasificadas según convenga).*
- *Movimiento del turismo social (clasificados según convenga; actual, futuro y potencial).*
- *Mecanismos de organización del turismo social.*
- *Estructuras de financiamiento y promoción del turismo social.*
- *Políticas específicas para cada tipo de turismo.*
- *Relevamiento y análisis general de la infraestructura de utilidad turística, clasificada según convenga.*
- *Servicios auxiliares al turismo.*
- *Formas y mecanismos de capacitación, legislación, organización y comercialización turística según cada tipo de turismo.*
- *Oferta turística (planta turística desglosada por regiones y zonas turísticas, clasificada según convenga “incluye la capacidad total de oferta de todas las empresas de bienes y servicios turísticos”).*
- *Oferta de bienes y servicios de apoyo al turismo (incluye empresas cuyos productos de venta no son esencialmente turísticos, pero que regularmente esperan ser un apoyo de esta actividad).*
- *Proyecciones y previsiones sobre el comportamiento futuro de la oferta, tanto turística como de ramas económicas de apoyo por regiones económicas y zonas turísticas (inventarios de proyectos de inversión y pronósticos).*
- *Integración turística y regional (relaciones por regiones económicas entre la demanda de empresas turísticas y la oferta regional).*
- *Promedios de ocupación por zona turística.*
- *Concentraciones por categoría en empresas turística.*
- *Regímenes de mercado en la oferta y demanda turística.*
- *Indicadores financieros de comportamiento (razones, puntos de equilibrio, etc.).*
- *Régimen estacional por grupos de empresas, en regiones y zonas turísticas.*
- *Órganos y mecanismos de financiamiento a empresas turísticas y afines.*
- *Estructura, políticas y comportamiento del transporte de aplicación turística.*
- *Estructura administrativa (pública y privada).*
- *Situación del espectro artesanal folklórico (organización, participantes, manifestaciones, etc.).*

- *Agrupaciones, formas de participación y relaciones entre participantes de la actividad.*
- *Movimientos (hacia el exterior o al interior del país o región) de capitales relacionados con las empresas turísticas.*

Los aspectos antes citados constituyen sólo algunos de los elementos principales de un diagnóstico de carácter turístico (en este caso a nivel nacional). No obstante, ni la relación anterior es exhaustiva, ni se quiere afirmar que los renglones mencionados deban ser cubiertos en su totalidad al elaborar un diagnóstico turístico. En la mayoría de las ocasiones los limitantes de información, tiempo o recursos, obligan a emprender esta etapa con menos elementos que los deseados; lo cual no implica necesariamente un diagnóstico erróneo.

En realidad, este componente llega a ser muy elástico en la amplitud de los datos manejados y en la profundidad de los mismos. En todo caso, lo fundamental es la correcta visión analítica del fenómeno, el descubrimiento de sus variables determinantes y la presentación de sus relaciones más importantes; todo ello se logra con una cuota de información que varía según el caso.

3.5.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 5	
Título:	Diagnóstico
Citada en:	Libro: Planificación turística (pág. 31 - 35)
Autor:	Edgar Alfonso Hernández Díaz
Año:	1982 reimp. 2009
Ciudad:	México
Descripción:	<p>En el capítulo 4 de su libro, Edgar Hernández presenta el diagnóstico como un elemento importante en la planeación, el cual informa sobre la situación existente de la actividad o elemento de estudio. De esta manera, el autor da a conocer una primera forma de hacer el diagnóstico que es a través del análisis del tiempo pasado, presente y futuro de la actividad, y luego, expone unos ítems que facilitan el análisis, los cuales pueden desarrollarse o no en su totalidad.</p> <p>Cabe resaltar que su propuesta está orientada a la planeación y desarrollo turístico desde un ámbito nacional.</p>
Etapas:	Ver figura 3.8., en la cual, se combina tanto el análisis temporal correspondiente a la primera parte, como el análisis de las diferentes variables que anota posteriormente.
Instrumentos de recolección de la información:	No presenta
Implementada en:	No se tiene información de casos, según los referentes estudiados, en los que se aplique esta metodología.

Tabla 3.5: Cuadro resumen metodología 5 - Fuente: elaboración propia

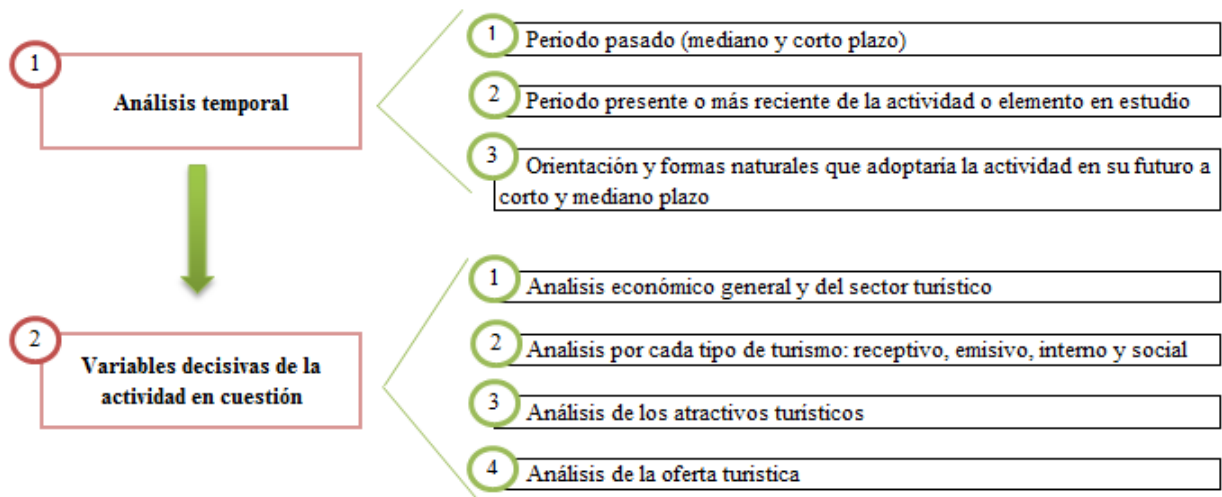


Figura 3.8: Diagnóstico (Planificación turística) - Fuente: elaboración propia basada en (Hernández-Díaz, 1982 (reimp. 2009))

Análisis de la metodología

En esta metodología, el autor plantea dos caminos para realizar el diagnóstico de la situación actual, los cuales pueden complementarse entre sí. En una primera parte plantea analizar el pasado, el presente y el futuro de la actividad o elemento de estudio, en el cual menciona de manera superficial cada análisis, pero no especifica las variables a evaluar.

Sin embargo, más adelante, expone un cuadro metodológico que contiene una serie de variables a evaluar, las cuales facilitan el diagnóstico de la situación actual y pueden ser utilizadas o no en su totalidad, de esta manera, el autor plantea un estudio desde aspectos generales del entorno, como la división general de la economía, hasta aspectos propios del sector turismo y elementos del destino como tal, relacionados con la oferta y los atractivos turísticos, entre otros.

En este último aparte, entre las variables a evaluar, el autor propone analizar diferentes aspectos que están relacionados con la oferta turística, entre ellos, la planta, la infraestructura y la superestructura turística, además plantea el análisis de los atractivos turísticos a través de un inventario, la identificación de potencialidades y la situación del espectro artesanal folklórico.

Con respecto a la demanda, se plantea un análisis relacionado con el turismo receptivo, el cual puede relacionarse con este ítem, pues en él se evalúa el ingreso, el gasto promedio, los precios y calidad de los bienes consumidos, entre otros aspectos relevantes.

Por otro lado, se propone la evaluación del promedio de ocupación por zona, lo cual es un ítem muy importante a considerar en la oferta turística, a pesar de que no se plantea, en el cuadro metodológico, la creación del perfil del turista como tal.

Finalmente, cabe resaltar que esta metodología expuesta está dirigida a un ámbito nacional, y a través del diagnóstico obtenido podrán crearse estrategias o un plan nacional como tal.

3.6. Metodología 6: Turismo: metodología para su planificación

3.6.1. Introducción

En el capítulo 5 de su libro llamado “Turismo: metodología para su planificación”, (Molina, 1997) presenta un método básico para llevar a cabo la planificación bien sea de tipo global, sectorial, nacional o municipal, el cual está constituido por un conjunto de fases a las que él denomina proceso de planificación.

Este proceso está compuesto por diez etapas, siendo el diagnóstico la primera de ellas tal como se visualiza en la figura 3.9. En la cual, tal como lo plantea el autor, “el plan está integrado por un diagnóstico y un pronóstico que, a su vez, le sirven de antecedente. De igual manera presenta objetivos y metas, define la imagen-objetivo e identifica las estrategias generales”.

Por otro lado, (Molina, 1997) señala que “la elaboración de un plan debe comenzar, también, con un análisis y evaluación de los resultados obtenidos en la aplicación de planes anteriores” y que “el plan es el principal producto de la planificación, es una guía que encuadra y organiza las fuerzas y los recursos del grupo social, al que encamina hacia el logro de una situación deseada”.

3.6.2. Propuesta del autor

A continuación, se presenta la propuesta que el autor hace con respecto al diagnóstico, como primera etapa del proceso de planificación:

Esta primera etapa del proceso de planificación llamada diagnóstico, es definida por el autor como “... la descripción, análisis y evaluación cuantitativa y cualitativa de una serie de variables relacionadas con el funcionamiento histórico y presente del sistema turístico, de tal manera que lleguen a conocerse los aspectos estructurales y coyunturales que se oponen y los que facilitan el desarrollo turístico”. Además, esta etapa es calificada

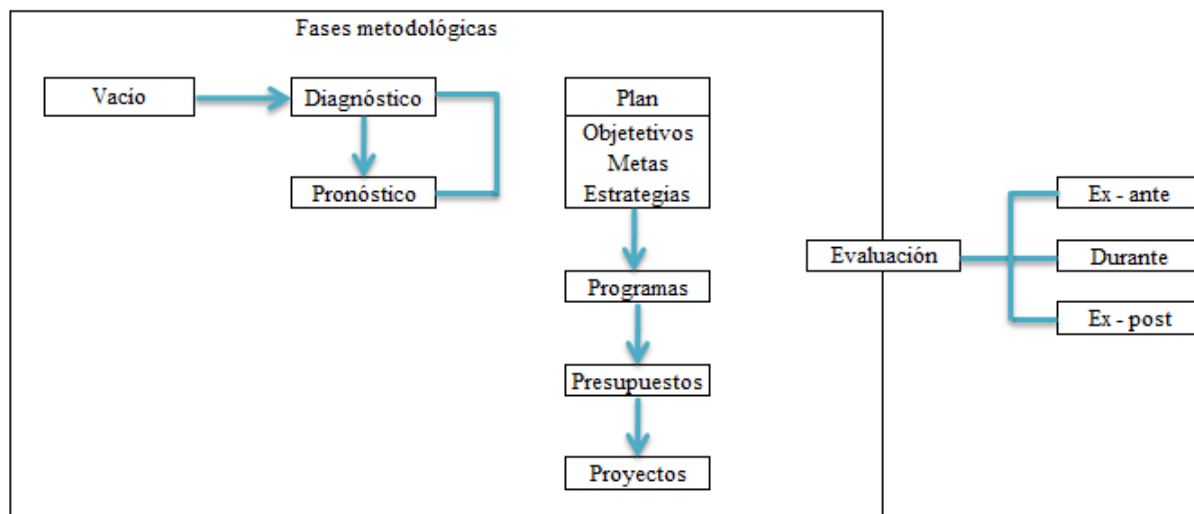


Figura 3.9: Proceso integral de planificación - Fuente: (Molina, 1997)

por (Molina, 1997) como un pilar fundamental del proceso de planificación, por lo que “... la deficiente aplicación de las técnicas de investigación, así como las distorsiones en el análisis de la información disponible, pueden acarrear graves consecuencias para la comprensión del fenómeno económico, social o de cualquier otra índole, que se pretende modificar”.

Finalmente, (Molina, 1997) expone que el diagnóstico es relevante y desempeña un papel fundamental en la definición de políticas de desarrollo turístico; y que debe estar integrado, normalmente, por la siguiente información.

1. *Diagnóstico general del sector: trata aspectos de orden general: ingreso de divisas, número de turistas que entraron al país, volumen de turismo interno, empleo generado por el sector, proceso de desarrollo turístico en el país, esfuerzos de planificación existentes, estímulos para el desarrollo, papel del sector público y del organismo oficial de turismo, etcétera.*
2. *Análisis de la oferta: aborda los atractivos, sus categorías, jerarquías, localización, grado de explotación; la planta turística, y sus categorías y tipos de establecimiento; concentración, calidad de los servicios, índices de ocupación, evolución de los precios, total de habitaciones y camas, unidades de transporte turístico; capacidad, localización de las unidades turísticas respecto a la demanda; infraestructura para el transporte regular y turístico, ya sea carretero, marítimo, fluvial, lacustre, aéreo, ferroviario; importancia relativa de cada uno de estos elementos para el movimiento turístico; análisis comparativo en precios, servicios, etcétera.*
3. *Análisis de la demanda: incluye aspectos referidos al turismo receptivo de internación, al turismo interno, al turismo emisivo; volumen de desplazamientos, origen de las corrientes turísticas, estacionalidad, principales destinos, medios de transporte utilizados, demanda potencial, motivaciones, etcétera.*
4. *Análisis de la superestructura: Comprende aspectos relacionados con la organización institucional, la estructura legal vigente, la estructura financiera, las atribuciones y funciones del organismo oficial de turismo; nivel de formación y capacitación de los recursos humanos; planes de desarrollo turístico en el ámbito nacional, regional, estatal o municipal; promoción y comercialización, etcétera.*

Una vez identificadas las variables más importantes que tienen mayor efecto en la evolución de las actividades turísticas, se presentarán las opciones que permitan salvar los obstáculos que impiden un desarrollo más acelerado del sector en una etapa posterior del proceso de planificación.

3.6.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 6	
Título:	Diagnóstico
Citada en:	Libro: Turismo: metodología para su planificación (pág. 47-48)
Autor:	Sergio Molina
Año:	1997 (reimp. 2005)
Ciudad:	México
Descripción:	Esta metodología de diagnóstico, presentada en el capítulo 5 del libro señalado anteriormente por Sergio Molina, tiene como fin describir y analizar los elementos del sistema turístico del destino y por ende facilitar el desarrollo turístico del mismo, pues esta información obtenida es utilizada para crear los planes turísticos y alimentar todo el proceso de planificación de cualquier tipo expuesto por el autor.
Etapas:	Ver figura 3.10.
Instrumentos de recolección de la información:	No presenta
Implementada en:	No se tiene información de casos, según los referentes estudiados, en los que se aplique esta metodología.

Tabla 3.6: Cuadro resumen metodología 6 - Fuente: elaboración propia

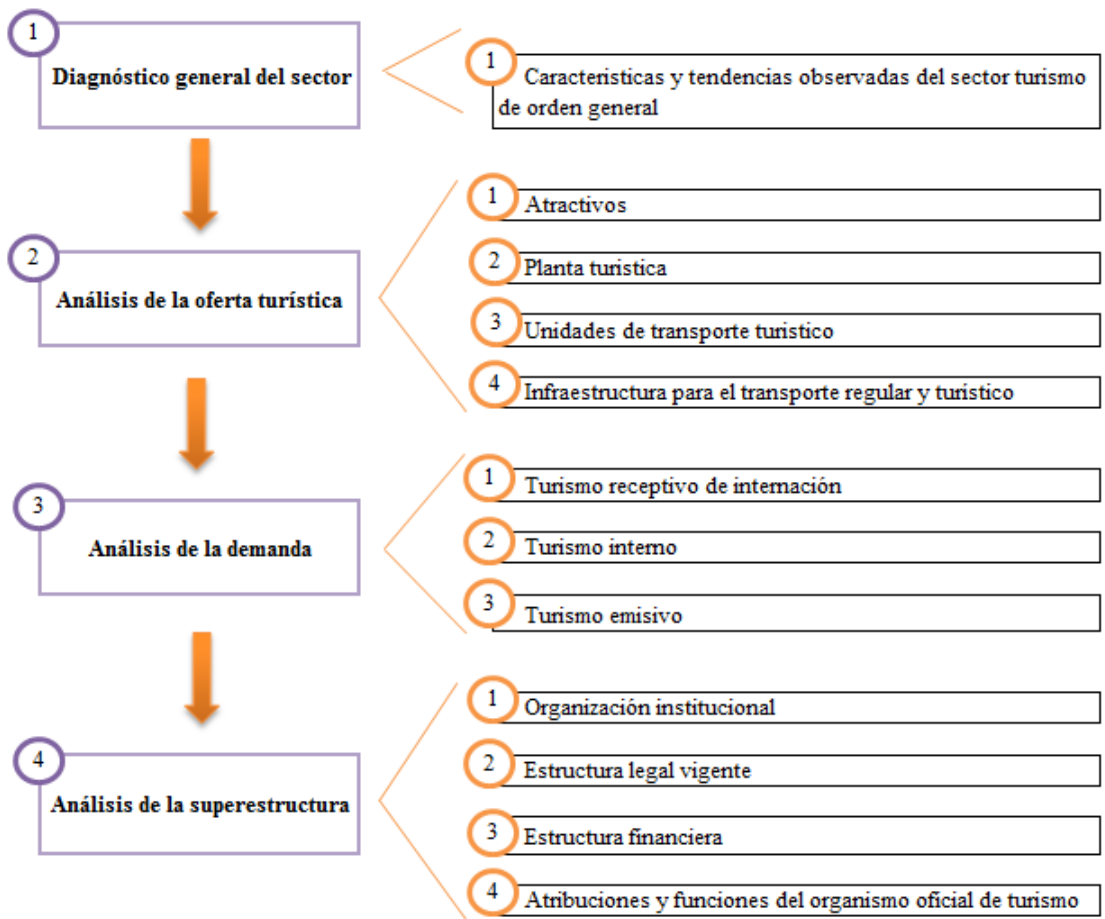


Figura 3.10: Diagnóstico (Turismo, metodología para su planificación) - Fuente: elaboración propia basada en (Molina, 1997)

Análisis de la metodología

Cada uno de los pasos que componen la metodología, son presentados por el autor realmente como aquella información que integra o debe obtenerse a través del diagnóstico y no como una metodología en sí, por consiguiente, no existe una secuencia pero si están bien definidos los pasos.

Respecto a la oferta turística, se analizan los atractivos como parte integral de ésta, estudiando sus categorías, jerarquías, localización y grado de explotación, sin embargo no se plantea la elaboración de un inventario como tal. Por otro lado, en este aparte se hace análisis de la planta turística, en la que se estudia más específicamente el sector hotelero dejando de lado otros elementos también importantes en el destino como la alimentación. De igual manera, el estudio que realiza de la infraestructura turística está muy ligado al transporte dejando por fuera el análisis de los servicios públicos y otros ítems importantes.

Finalmente, sí se estudia en detalle la demanda y la superestructura turística, a pesar de que no propone instrumentos o métodos para llegar a la información que se requiere.

3.7. Metodología 7: Plan turístico convencional; Plan ambiental turístico (Asistencia técnica en planificación del turismo)

3.7.1. Introducción

El documento “Asistencia Técnica en Planificación del Turismo” del Viceministerio de Turismo, del Ministerio de Comercio Industria y Turismo de la República de Colombia, está dirigido a las entidades territoriales (departamentos y municipios) como soporte para la elaboración de sus planes de desarrollo turístico. En su contenido se exponen seis tipos de metodologías para crear dichos planes, las cuales pueden implementarse dependiendo del grado de desarrollo turístico existente en la zona o región. Estas son: **plan turístico convencional, plan ambiental turístico, plan estratégico turístico, esquema de planificación turística para la competitividad, plan prospectivo estratégico turístico y plan maestro de turismo.**

De las seis metodologías mencionadas anteriormente, luego de una revisión detallada, se rescatan tres de interés para el presente estudio, pues en su metodología plantean la elaboración de un diagnóstico y análisis de la situación actual, como paso previo a la creación de cada plan turístico, siguiendo unos lineamientos metodológicos expuestos en su contenido. Las tres metodologías restantes, no se incluyen en el presente análisis debido a que parten de un diagnóstico y análisis ya realizado, para el cual no se plantea metodología alguna y se enfoca en aspectos más de mercado, competencia y solución de problemas específicos, por otro lado, son recomendables para aquellas entidades territoriales con mayor desarrollo turístico.

Dos de las metodologías rescatadas llamadas “plan turístico convencional” y “plan ambiental turístico” comparten una misma metodología para diagnosticar y analizar un destino, mientras que la otra, el “plan maestro de turismo” plantea en su primera fase unos lineamientos metodológicos para el análisis de la situación actual del sector turismo. De esta manera, se expone a continuación, la primera de estas dos metodologías de diagnóstico y análisis de destinos turísticos, que ha sido estructuradas a partir de la información contenida en el documento original “Asistencia Técnica en Planificación del Turismo” (Mincomercio, 2011)

3.7.2. Propuesta del autor

Según este documento, el Plan Turístico Convencional como esquema de plan turístico, ha sido muy utilizado por varios departamentos del país a través del Programa de Asistencia Técnica en Planificación Turística del Ministerio, además, contiene los temas fundamentales que el desarrollo turístico de una región debe abordar. “Este tipo de plan es aplicable en aquellas regiones y localidades en las cuales el desarrollo turístico es incipiente o en las cuales apenas se está descubriendo como una potencialidad de desarrollo”.

Este plan en conjunto posee la siguiente estructura: (Mincomercio, 2011)

PARTE GENERAL

1. Limitantes y potencialidades

- *Información general*
- *Evolución del mercado*
- *Atractivos turísticos*
- *Infraestructura*
- *Planta turística*
- *Superestructura*
- *Necesidades de educación para el turismo*
- *Uso de la tecnología*

2. DOFA, problemas e imagen

3. Objetivos

4. Estrategias

5. Programas y proyectos

- *Mercadeo y promoción*
- *Mejora de infraestructura*
- *Coordinación de la superestructura*
- *Mejora de tecnología*
- *Atracción de la inversiones*

PLAN PLURIANUAL DE INVERSIONES

OTROS ASPECTOS

Por su parte, el Plan Ambiental Turístico, “. . . es útil para aquellas regiones o localidades que ya tienen algún grado de especialización en la presentación de los servicios turísticos, que han detectado una vocación orientada a los segmentos del mercado que demandan servicios turísticos que tienen como insumo principal la oferta de naturaleza”. Cabe resaltar que como paso previo a la elaboración del plan, debe contarse con la información obtenida en Ordenamiento Ambiental Territorial, el cual se encuentra a manera de anexo en el documento en mención.

Su estructura es de la siguiente manera:

PARTE GENERAL

1. Limitantes y potencialidades

- *Evolución del ecoturismo, del agroturismo, del turismo étnico y cultural*
- *Atractivos naturales y culturales: áreas, indicadores de manejo*
- *Servicios básicos requeridos, transporte, señalización*
- *Arquitectura empleada*

- *Coordinación institucional y normatización*
 - *Capacitación requerida*
 - *Tecnología empleada*
 - *Recursos financieros disponibles*
2. *DOFA, problemas e imagen*
 3. *Objetivos para cada tipo de turismo*
 4. *Estrategias*
 5. *Programas y proyectos*
 - *Investigación de productos y segmentos del mercado*
 - *Tecnologías limpias adecuadas a los servicios*
 - *Educación especializada para los diversos tipos de turismo*
 - *Diseño de productos*
 - *Marketing y comercialización*
 - *Soporte informativo*

PLAN PLURIANUAL DE INVERSIONES

OTROS ASPECTOS

Tal como se mencionó anteriormente, estos dos tipos de planes comparten la misma estructura del documento de diagnóstico o de avance, el cual deberá presentarse en el documento final del plan, una vez sea revisado y aprobado.

Este documento debe incluir como mínimo los siguientes aspectos:

1. *Información general: datos históricos, geografía, población, economía*
2. *Inventario de atractivos turísticos*
3. *Tendencias del mercado*
4. *Infraestructura*
5. *Superestructura*
6. *Planta turística*
7. *Capacitación*
8. *Uso de tecnología*
9. *DOFA, problemas e imagen*

Cabe aclarar, que estos ítems no son desarrollados detalladamente en el documento como tal, sin embargo en capítulo 3 del mismo se proporciona información respecto a cómo, dónde y qué debe analizarse en la mayoría de los ítems listados anteriormente. En la figura 3.11 se presenta una compilación tanto de los elementos que componen el documento diagnóstico como de los aspectos, fuentes e instrumentos de recolección de la información requerida.

Por otro lado, este documento en su capítulo 2 describe paso a paso el proceso de elaboración de cada plan turístico. En este caso, el Plan Turístico Convencional y el Plan Ambiental Turístico comparten una vez más la misma metodología para crear el plan. Esta metodología es presentada a manera de resumen en la 3.12, en la

que no se visualiza como etapa a la elaboración del diagnóstico como tal, sino que se toma como insumo para la realización del análisis DOFA en la etapa 2.

Finalmente, es conveniente mencionar que en el documento “Asistencia técnica en planificación del turismo” se expone como anexo la aplicación del análisis DOFA al proceso de elaboración del plan turístico, independientemente del tipo de plan con el que se esté trabajando.

De esta manera, se explica qué aspectos deben tenerse en cuenta tanto en el análisis de fortalezas y debilidades, como en el de oportunidades y amenazas, y qué valores deben asignárseles para su análisis. Por otro lado, el documento en mención, también presenta como anexo el análisis de vulnerabilidad, el cual puede remplazar el análisis DOFA y permitirá conocer o centrarse especialmente en las amenazas que se pueden generar en el entorno para el producto turístico del entorno y en la capacidad que este tenga de enfrentarlas.

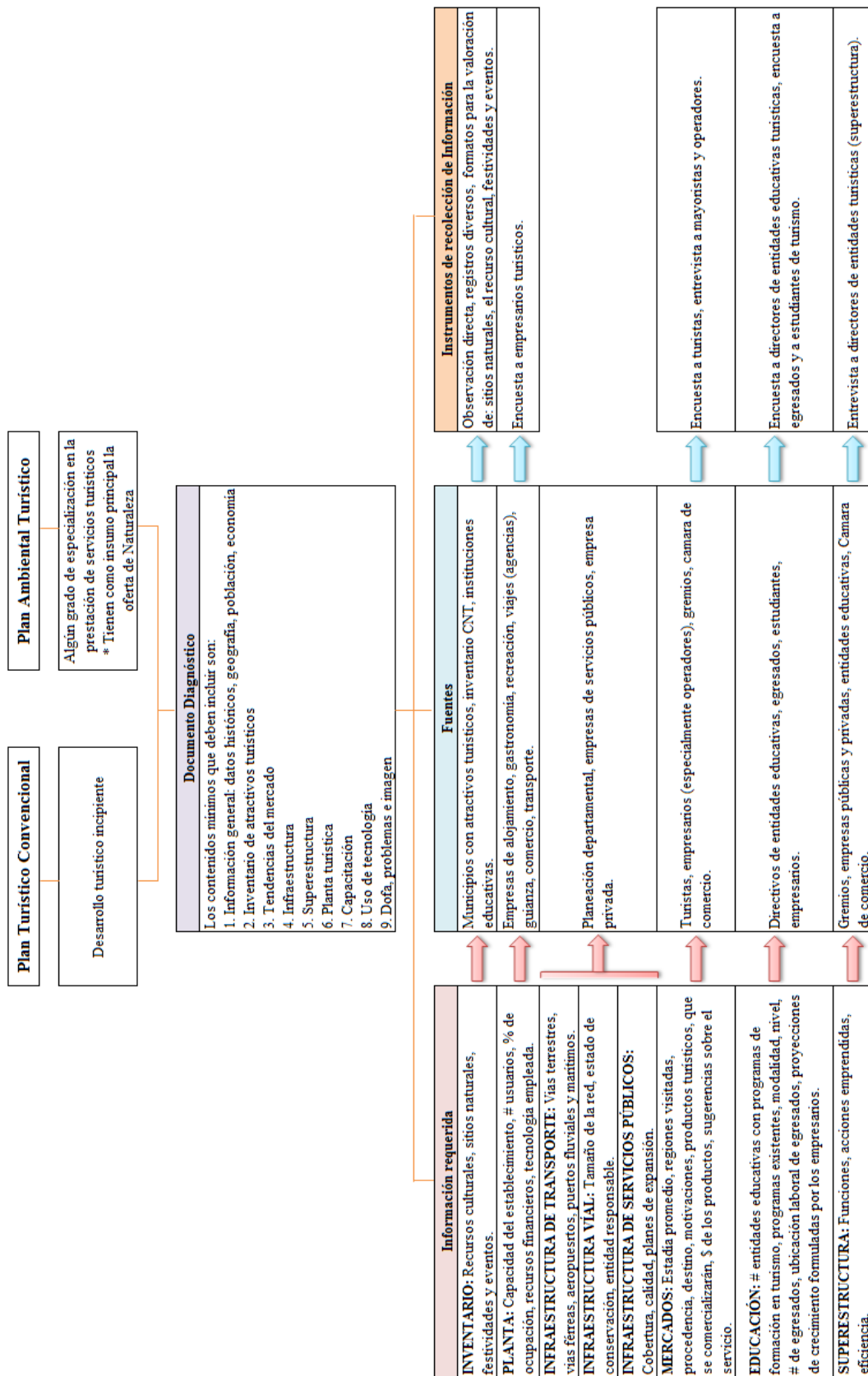


Figura 3.11: Compilación; documento diagnóstico del Plan Turístico Convencional y del Plan Ambiental Turístico y sus componentes - Fuente: elaboración propia basada en (Mincomercio, 2011)

Descripción del proceso de elaboración del Plan	
0. Reunión Informativa	
1. Apertura del proceso	Objetivos: * Informar a los diversos actores locales las políticas nacionales de turismo y sobre el proceso
	* Analizar la metodología para realizar el inv. Turístico y herramientas
	* Organizar esquema de funcionamiento
2. DOFA	Objetivos: * Realizar un análisis DOFA a partir del documento Diagnóstico
	*Determinar la Imagen, los objetivos, estrategias, acciones para el desarrollo turístico
3. Proyectos	
4. Entrega del Plan	
Acciones posteriores	

Figura 3.12: Proceso de elaboración del Plan Turístico Convencional y del Plan Ambiental Turístico - Fuente: elaboración propia basada en (Mincomercio, 2011)

3.7.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 7	
Título:	Documento Diagnóstico “Plan turístico convencional + Plan ambiental turístico”
Citada en:	Documento: Asistencia técnica en planificación del turismo
Autor:	Viceministerio de Turismo – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Año:	2011
Ciudad:	Colombia
Descripción:	El plan turístico convencional y el plan ambiental turístico, son dos de las seis metodologías que el Viceministerio de Turismo propone en su documento “Asistencia técnica en planificación del turismo”, para facilitar la elaboración de los planes de desarrollo turístico de las entidades territoriales. Estos dos planes están diseñados para aquellas regiones o zonas que tengan un bajo grado de desarrollo turístico, además, comparten los mismos lineamientos expuestos en el documento diagnóstico que actúa como insumo en la elaboración de cada plan. Cabe resaltar, que este último no se presenta como metodología, tan solo se exponen ciertos elementos que deben evaluarse para generar el diagnóstico.
Etapas:	Ver figura 3.13.
Instrumentos de recolección de la información:	<ul style="list-style-type: none"> • Formatos para la valoración de: sitios naturales, el recurso cultural, festividades y eventos. • Encuestas a: empresarios turísticos; turistas; directores de entidades educativas turísticas, egresados y estudiantes de turismo. • Entrevistas a: mayoristas y operadores, y directores de entidades turísticas (superestructura)
Implementada en:	Plan de desarrollo turístico para el departamento del Cauca – Documento Diagnóstico (Consultores en Turismo DTi; Gobernación del Cauca, 2012)

Tabla 3.7: Cuadro resumen metodología 7 - Fuente: elaboración propia

Análisis de la metodología

A pesar de que el documento “Asistencia técnica en planificación del turismo” no presenta una metodología clara para elaborar el diagnóstico de la situación actual relacionada con el plan turístico convencional y plan ambiental turístico, se logró hacer una aproximación a través de la compilación presentada en la figura 3.11, en la que se muestran los elementos que debe contener aquel documento de diagnóstico y la manera de llegar a la información necesaria para la elaboración del mismo.

Partiendo de aquella compilación generada, puede concluirse que dicho diagnóstico contiene los resultados del análisis de la demanda turística, traducida al documento como tendencias del mercado, en la que se hace una evaluación muy completa de aspectos relacionados con los turistas y su experiencia en el destino.

Respecto a la oferta turística, contiene elementos relacionados con la planta, la infraestructura y la superestructura, para los cuales analiza en detalle diferentes aspectos de gran importancia para cada uno. De igual manera, con respecto a los atractivos turísticos, plantea toda una metodología para llegar al inventario de recursos culturales, sitios naturales y festividades y eventos.

Por otro lado, este diagnóstico plantea el estudio de la información general relacionada con datos históricos, geografía, etc.; y de la capacitación y uso de tecnología.

Documento Diagnóstico
Los contenidos mínimos que deben incluir son:
1. Información general: datos históricos, geografía, población, economía
2. Inventario de atractivos turísticos
3. Tendencias del mercado
4. Infraestructura
5. Superestructura
6. Planta turística
7. Capacitación
8. Uso de tecnología
9. Dofa, problemas e imagen

Figura 3.13: Componentes del documento diagnóstico (Asistencia técnica en planificación del turismo) - Fuente: elaboración propia basada en (Mincomercio, 2011)

Finalmente, cabe resaltar cada una de las fichas e instrumentos que este documento ofrece para llegar a la información requerida más fácil y concretamente, pues este documento propone toda una metodología para generar el inventario turístico, y diferentes formatos de encuestas, entrevistas, y herramientas de análisis como la DOFA y Análisis de Vulnerabilidad.

3.8. Metodología 8: Plan maestro de turismo (Asistencia técnica en planificación del turismo)

3.8.1. Introducción

Tal como lo expone el documento, este plan “parte de elementos enunciados en las otras metodologías (plan convencional, plan estratégico) y les añade componentes como el balanced scorecard, los planes de negocios, la georreferenciación de algunos insumos y el diseño de estrategias para atraer inversión” (Mincomercio, 2011).

Este plan contiene seis fases en su metodología de elaboración, tal como se visualiza en la 3.14, de las cuales se rescata la primera en la que se analiza la situación actual en el sector turístico.

3.8.2. Propuesta del autor

Esta primera fase, que hace parte del documento final del plan, propone una serie de análisis que deben realizarse para conocer la situación actual en el sector turismo y que servirán de insumo esencial para la creación de estrategias y del plan como tal. Estos son:

- *Inventario de recursos naturales, culturales, accesibilidad, equipamientos, servicios turísticos, festividades, eventos, categorizados y calificados.*
- *Revisión de la información existente sobre la economía, infraestructura, sociedad, asentamientos urbanos, recursos turísticos y medio ambiente; establecer la importancia del turismo en la economía local y la relación con otras actividades económicas.*
- *Tendencias del mercado turístico nacional e internacional y establecer las actuales dinámicas empresariales de turismo internacional.*
- *Estado actual de la infraestructura de servicios públicos, transporte (en sus distintos modos), centros de transferencia, señalización vial y de atractivos turísticos, servicios de salud, seguridad para el turista, servicios financieros y telecomunicaciones.*

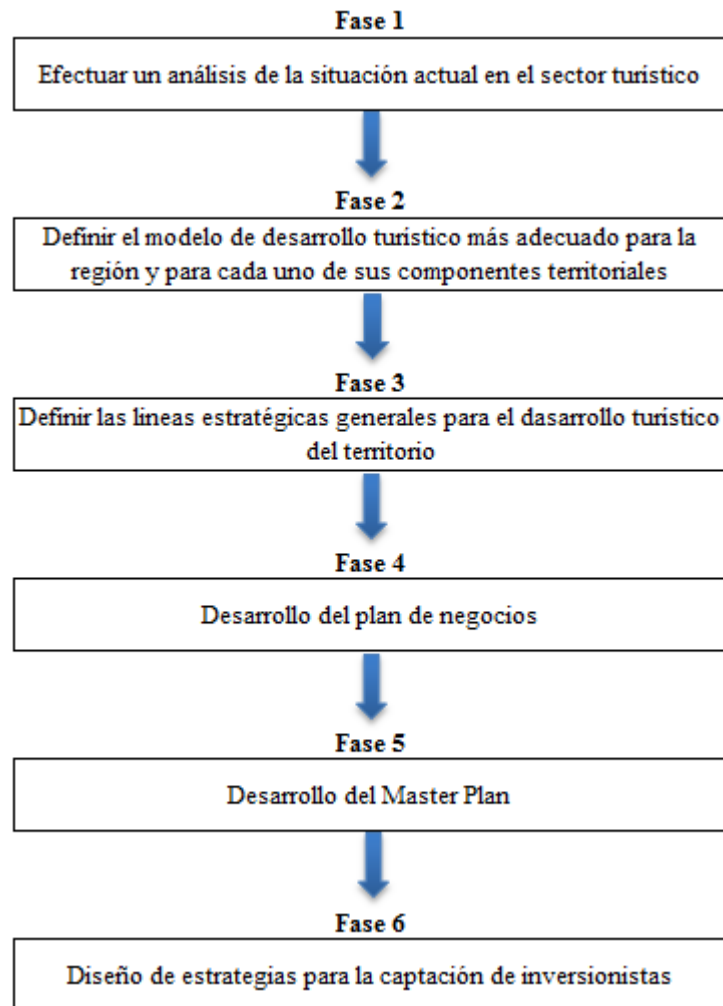


Figura 3.14: Metodología de elaboración del Plan Maestro de Turismo - Fuente: elaboración propia basada en (Mincomercio, 2011)

- *Planta turística que incluya el inventario de los establecimientos prestadores de servicios turísticos (según ley 300 de 1996), información sobre tarifas y evaluación de la calidad de los servicios.*
- *Estudios de campo faltantes para completar el diagnóstico sobre el sector turismo de cada uno de los componentes.*
- *Evaluación de las funciones y la eficiencia de las entidades públicas y privadas que lideran la actividad turística.*
- *Identificación de las necesidades de capacitación de los individuos relacionados con el sector turismo.*
- *Dinámica institucional compartida para el mejoramiento de la calidad en el sector turismo y evaluar su desempeño.*
- *Grado de uso de la tecnología para la gestión administrativa empresarial, las redes de reservas y comercialización de productos turísticos.*

- *Entrevistas con agentes públicos y privados locales, que intervienen en el sector turístico, con el fin de obtener la información completa de las fortalezas y debilidades de la oferta turística existente e identificar las líneas de acción.*
- *Determinar el grado de atraktividad en el contexto nacional e internacional.*

Este documento presenta en su capítulo 2 el proceso de elaboración del Plan maestro de turismo, en el cual el diagnóstico no se contempla como una etapa, pero si es mencionado en la primera de ellas como un objetivo: “compartir elementos del documento de diagnóstico”. De igual manera, cabe resaltar que una de las primeras tareas que el documento expone en esta etapa consiste en hacer un barrido de la información secundaria que se debe concretar en un documento diagnóstico del estado actual del turismo en el territorio. Por lo que, puede concluirse que el análisis de la situación actual del sector turismo, expuesta anteriormente como la fase I, consiste en una revisión de fuentes secundarias y de estudios ya realizados, es decir que el diagnóstico no se hace a manera de trabajo de campo, a menos de que no se tenga información de alguno de ellos.

En la figura 3.15 se ilustra el proceso de elaboración del Plan maestro de turismo, en el que a pesar de que no se menciona como tal la elaboración del diagnóstico del destino, sí señala como objetivo compartir los elementos del documento de diagnóstico.

Descripción del proceso de elaboración del Plan Maestro
0. Reunión Informativa
1. Apertura del proceso
Objetivos: * Informar a los diversos actores locales las políticas nacionales de turismo y sobre el proceso
* Compartir elementos del documento de diagnóstico
* Revisar el esquema propuesto de balanced scorecard
* Organizar esquema de funcionamiento
2. Determinación de las líneas estratégicas
Objetivos: * Determinar cuáles son los productos jalonadores del desarrollo del territorio
* Determinar los objetivos, las estrategias y las acciones para el desarrollo turístico en función de cada producto
3. Establecimiento del plan de negocios para cada producto
Objetivos: * Darle estructura a cada uno de los productos
* Determinar el plan de negocios
4. Emplazamiento de las unidades de negocio y lineamientos para atraer inversión
Objetivos: * Trabajar los bosquejos de los perfiles de proyecto para cada unidad de negocio
* Presentar un borrador del portafolio para atraer a los inversionistas
5. Entrega del plan
Acciones posteriores

Figura 3.15: Proceso de elaboración del Plan Maestro de Turismo - Fuente: elaboración propia basada en (Mincomercio, 2011)

3.8.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 8	
Título:	Análisis de la situación actual en el sector turismo "Plan Maestro turístico"
Citada en:	Documento: Asistencia técnica en planificación del turismo
Autor:	Viceministerio de Turismo – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Año:	2011
Ciudad:	Colombia
Descripción:	<p>El análisis de la situación actual del turismo es la primera fase en la metodología de elaboración del plan maestro, pues a partir de este documento diagnóstico se desarrollan las demás etapas básicas para llegar al plan.</p> <p>Esta primera fase, presenta en su contenido unos lineamientos metodológicos a seguir respecto a la información que debe analizarse, los cuales se adquieren a través de la búsqueda de fuentes secundarias. De esta manera puede pensarse que la metodología está orientada a aquellas entidades territoriales con cierto grado de desarrollo turístico en el que ya se ha realizado previamente un trabajo de campo para adquirir la información requerida.</p>
Etapas:	Ver figura 3.16.
Instrumentos de recolección de la información:	Para el caso específico de este tipo de plan, el documento no plantea fichas para recolectar la información, pues este consiste en una revisión de fuentes secundarias.
Implementada en:	No se tiene información de casos, según los referentes estudiados, en los que se aplique esta metodología.

Tabla 3.8: Cuadro resumen metodología 8 - Fuente: elaboración propia

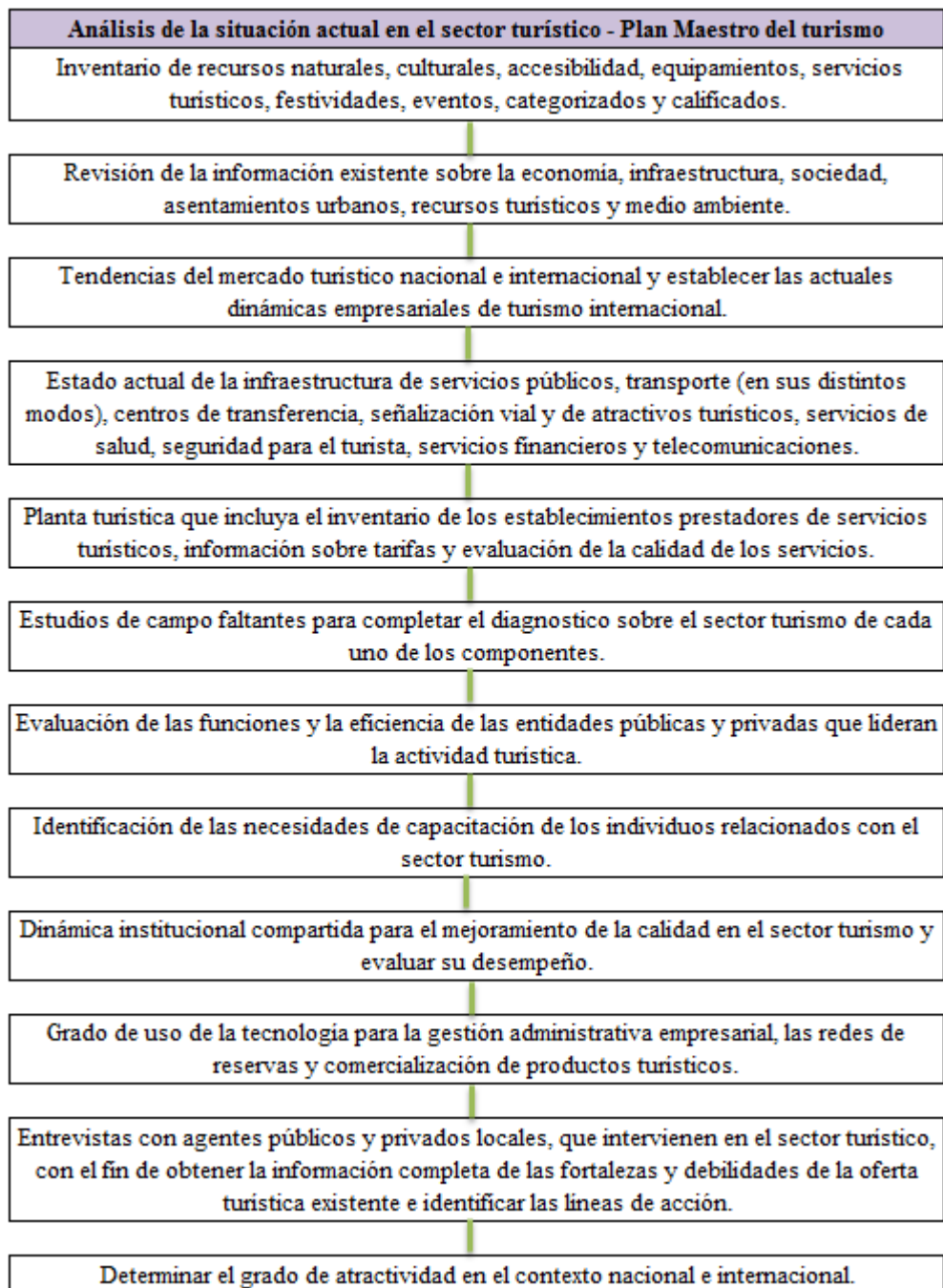


Figura 3.16: Análisis de la situación actual en el sector turístico - Fuente: elaboración propia basada en (Mincomercio, 2011)

Análisis de la metodología

Para la fase I del plan maestro de turismo, denominada análisis de la situación actual en el sector turismo, se plantean unos lineamientos para tener en cuenta al hacer el análisis, pero este mismo no es expuesto como metodología, pues no se plantea un orden o secuencia en los pasos.

Por otro lado, a pesar de que este análisis adquiere la información necesaria a través de una revisión secundaria, contempla en su contenido diferentes análisis importantes para un destino o entidad territorial. Así pues, en relación con la oferta turística plantea un análisis de la planta, infraestructura y superestructura, del mismo modo, plantea realizar el inventario de recursos, su accesibilidad, equipamientos, servicios turísticos, etc.

Adicionalmente, este diagnóstico incluye un análisis de las tendencias del mercado nacional e internacional, de la economía en general, la capacitación, el uso de la tecnología, el grado de atractividad y entrevistas a agentes públicos y privados locales para conocer las debilidades y fortalezas de la oferta turística.

Finalmente, es necesario aclarar que la información obtenida puede analizarse a través de la matriz DOFA o a través del análisis de vulnerabilidad según se desea. Estos dos último son desarrollados y explicados como anexo en el documento de asistencia técnica.

3.9. Metodología 9: Destinos turísticos de éxito

3.9.1. Introducción

(Ejarque, 2005) en su libro “Destinos turísticos de éxito” dedica el capítulo 6 al diagnóstico del destino, en el cual apunta, a manera de introducción, que:

Para realizar el diagnóstico de un destino turístico no basta con enumerar las estructuras hoteleras, restaurantes, bares, museos, monumentos, etc., que alberga, sino que habrá que proceder a analizar sería y profundamente la situación en la que se halla y su nivel de competitividad.

Para efectuar el diagnóstico de un destino turístico es necesario analizar los siguientes elementos:

- *La ubicación geográfica, sus características físicas, y sus condiciones medioambientales.*
- *La población residente.*
- *Los recursos económicos ligados al turismo.*
- *La imagen percibida y la imagen proyectada.*

De esta manera, el autor propone un “... listado minucioso y profundamente detallado de las acciones que hay que desarrollar para efectuar el diagnóstico de un destino, es decir, un check list, elemento por elemento. Y se recurre a la enumeración de cuestiones que deben tener una respuesta adecuada a cada circunstancia”

3.9.2. Propuesta del autor

A continuación, se presenta cada una de los elementos que (Ejarque, 2005) propone para analizar un destino:

1. Análisis del territorio

Para empezar se tiene que analizar las condiciones reales del destino en lo concerniente a su ubicación; es evidente que la situación geográfica puede favorecer o, por el contrario, perjudicar a un destino con respecto a la competencia o al mercado. Es lo que técnicamente se denomina «renta de situación».

1.1. La ubicación geográfica

El análisis tendrá que concentrarse fundamentalmente en tres elementos:

- *La ubicación del destino con respecto a los países de residencia de sus potenciales clientes.*
- *El tiempo de traslado que el turista empleará para ir desde su residencia hasta el destino, ya sea por carretera, tren o avión.*
- *La facilidad de acceso (existencia de autopistas, aeropuertos, etc.).*

Es oportuno valorar la situación geográfica del destino con respecto a territorio en el que se encuentra enclavado e incluso con respecto a la competencia más cercana, para lo cual habrá que examinar los siguientes puntos:

- *¿Existen destinos fuertes y potentes en las proximidades?*
- *¿Existen otras regiones, ciudades o destinos que pueden contribuir a reforzar el nuestro desde el punto de vista turístico?*

1.2. Las condiciones medioambientales

Es necesario analizar el destino turístico en materia de paisaje, fauna y política medioambiental. Se valorarán además las condiciones de vida urbana: contaminación, tráfico, ruido, entre otras.

1.3. Las características físicas

Consiste en analizar las características físicas del destino para determinar qué tipo de ciudad es: si se trata de una ciudad histórica, de arte o de patrimonio, o de un enclave medieval; o si es del siglo XVI, barroca, del siglo XIX o moderna. Si el destino es de otro tipo, es necesario situarlo dentro de su entorno y analizar sus atractivos físicos o sus limitaciones. Si el análisis va más allá de los límites de una ciudad para abarcar un territorio más amplio, se tienen que examinar todos los centros o atractivos visitables, su organización y sus recursos y valorar su ubicación dentro del territorio para determinar si se pueden establecer conexiones temáticas desde el punto de vista turístico, por ejemplo, una red de pequeñas ciudades con encanto o carácter. El examen de las infraestructuras debe ir encaminado a identificar las áreas en que se encuentran el alojamiento, la restauración y otros servicios, y se debe estudiar también el funcionamiento de servicios básicos como el abastecimiento eléctrico y el suministro de agua.

2. El análisis de la población residente

La población es un elemento fundamental para el desarrollo de un destino turístico porque hoy en día las costumbres sociales de los habitantes constituyen un atractivo real y tienen un gran potencial que puede contribuir a su desarrollo. Los elementos que hay que analizar en lo referente a la población de un destino pueden resumirse en los siguientes:

- *Estilo de vida: costumbres, tradiciones, tendencias (conservadoras o progresistas, actitud hacia el cambio, etc.).*
- *Tradiciones.*
- *Música y folclore.*
- *Artesanía y arte local propio (si existe).*
- *Nivel de cultura general.*
- *Nivel de participación de los ciudadanos en los acontecimientos locales.*
- *Grado de cohesión social.*

3. El análisis del atractivo turístico

En este punto se tiene que valorar cuál es y cuál puede ser el impacto del turismo sobre el territorio y sobre la población residente en él. La importancia económica del turismo se calcula, inicialmente, teniendo en cuenta no sólo las actividades que tienen que ver directamente con él, sino también las inducidas o indirectas. Posteriormente hay que tratar de prever qué importancia podrá tener el turismo en el futuro para el territorio valorando con ello el potencial económico y siempre teniendo en cuenta los beneficios de todos los sectores productivos afectos a esta actividad. Es indispensable, pues, observar la evolución histórica del territorio y analizar todos los sectores económicos para establecer las posibles sinergias entre ellos. Por ejemplo, se podría considerar la posibilidad de reevaluar los recursos locales, sobre todo si el destino posee una industria artesanal de calidad u otras actividades tradicionales que puedan contribuir al desarrollo turístico. En el fondo debe analizarse también el panorama industrial y económico, así como todas las actividades que lo conforman, para valorar en su justa medida su posible atractivo desde el punto de vista turístico, por ejemplo en los sectores de enogastronómico y vitivinícola, y las nuevas vías de expansión que pueden abrir para el turismo.

4. La imagen percibida y la imagen proyectada

Después de haber valorado los elementos de la oferta, se tiene que considerar la imagen que el público y el mercado tienen del destino para determinar si responde o no a la realidad y si es positiva o negativa. Conocer la imagen real que transmite un enclave turístico sirve para valorar la propia competitividad con respecto a otros destinos con objeto de decidir el punto de partida desde el que se potenciará la demanda, fidelizar al cliente, provocar el «boca a boca» y mantener la posible ventaja de la que disfrutemos. La imagen percibida en la que el turista tiene a través de los estereotipos, la publicidad y la información suministrada por amigos y conocidos. Para saber cuál es la imagen que el mercado percibe de un destino será necesario valorar la identidad de éste, su notoriedad y, en definitiva, qué es lo que transmite: agrado o rechazo.

5. Los recursos turísticos

Los recursos turísticos son el alma del destino y la base de su atractivo. Un destino puede tener más o menos hoteles y servicio complementarios, pero sin un recurso que posea un gran poder de atracción será muy difícil que pueda tener éxito. No todos los recursos, evidentemente, tienen la misma capacidad de atracción. Por ello es fundamental, en el momento en que se considera todo el potencial que un territorio posee para convertirse en destino turístico, subdividir los recursos en dos tipos:

- *Los recursos principales, que desempeñan un papel clave en la decisión del cliente a la hora de elegir un destino y que constituyen el verdadero motor de cualquier enclave turístico.*
- *Los recursos secundarios o complementarios, que por importantes que sean y por mucho interés que despierten en el turista no son suficientes para atraerlo al destino turístico. Son un atractivo añadido a los recursos principales, pero no son la razón que impulsa al turista a desplazarse a un destino turístico.*

También se pueden clasificar en recursos naturales y recursos ligados a la actividad del hombre. Los recursos pueden clasificarse y catalogarse en función de su naturaleza. En este caso, por «recursos naturales» se entienden aquellos atractivos ligados al medio ambiente, como clima, paisaje, montañas, lagos, cataratas, ríos, y cualquier otro elemento geográfico. En la misma categoría también podemos incluir la flora y la fauna, y en consecuencia los parques naturales y las especies autóctonas o protegidas.

5.1. Los recursos naturales

Todos los elementos que conforman el paisaje y la configuración geográfica del destino turístico, como montañas, especies salvajes, pájaros o plantas autóctonos, además de los recursos hídrico naturales, como lagos, ríos y cataratas, constituyen a menudo la base de su atractivo. Representan lo que podríamos considerar el recurso más tradicional del destino, su motor principal. El clima también desempeña un papel relevante, tanto que de hecho determina la tipología del destino. Se puede afirmar que los recursos naturales resultan casi indispensables para el éxito de la mayor parte de los destinos y actúan de catalizadores para desarrollar otros elementos de atracción, aunque a menudo son los menos productivos en términos económicos.

5.2. Los recursos culturales

Comprenden una vasta gama de aspectos relativos al estilo de vida de un país, región o ciudad, a las actitudes de los habitantes y a los vestigios de su pasado. Entre ellos, los más importantes desde el punto de vista turístico son los edificios antiguos, las ruinas, los castillos, las fortalezas y las residencias históricas, igualmente interesantes son los elementos ligados a la interpretación histórica, a los hechos y las leyendas, como los museos, los lugares históricos y el propio tejido urbano de muchas ciudades, es decir, sus centros históricos. Los recursos culturales también reflejan el carácter de los residentes de un destino turístico, su estilo de vida, sus costumbres, su actitud frente al trabajo y la diversión, su grado de fusión social y étnica o la mayor o menor multiplicidad de sus orígenes.

5.3. Los acontecimientos y eventos como recursos turísticos

Algunos acontecimientos que consideramos habituales y tienen sus orígenes en una actividad social o cultural entendida para prestar servicio a sus habitantes con el tiempo se han desarrollado de tal forma que han acabado convirtiéndose en un recurso turístico principal o secundario. Entre éstos pueden citarse también los desfiles de moda y las celebraciones étnicas, así como las competiciones deportivas, musicales y artísticas. En todo caso debe indicarse que los acontecimientos de este tipo desempeñan un papel significativo como recurso turístico si tienen el poder de seducción suficiente para atraer a visitantes o si de ellos se puede derivar una actividad turística.

5.4. Las actividades como recursos

La categoría «actividad» tiende en general a agrupar todas aquellas atracciones y estructuras pensadas para la diversión. Entre éstas se pueden citar los parques temáticos (incluso los zoológicos), acuarios, jardines y otros espacios que se podrían catalogar como «parques». Entre las actividades entendidas como recursos también se contemplan todas aquellas características de un destino que motivan al visitante a invertir su tiempo en algún tipo de recreación recreativa como deportes, shopping e incluso negocios e industria. Con respecto al sector de turismo de negocios, tales actividades se concretan en centros de congresos o visitas a fábricas y a algunos de los principales productores de recursos, como por ejemplo empresas agrícolas. Pueden incluirse en este grupo otras estructuras comerciales, como galerías de arte o tiendas de souvenirs y de «bienes de lujo» que ofrecen muchas oportunidades para el shopping, elemento clave en la oferta básica de un destino.

5.5. Los servicios y las infraestructuras

Los servicios que ofrece un destino son parte también de su atractivo turístico, y aunque no suelen ser el motivo directo de la elección, es indudable que resultan fundamentales para su existencia y su desarrollo. Con la palabra «servicios» aludimos a las siguientes estructuras: el alojamiento, los transportes, la restauración, los sistemas de información y complementarios y las redes sociales.

6. La auditoria del destino turístico

Una vez identificados, reseñados y evidenciados todos estos datos, se podrá proceder a un análisis completo del destino turístico; es decir, se puede efectuar un control o auditoría de los recursos turístico del destino y de sus servicios. La auditoría tendrá que realizarse en dos fases o momentos diferentes:

- 1. La elaboración de un listado que incluya todos los recursos disponibles y que pueden ser explotados desde el punto de vista turístico de manera directa o indirecta.*
- 2. La realización de un análisis de estos recursos que contemple su interés, atractivo y calidad e incluso la estimación de la situación contingente para valorar posibles mejoras.*

Es fundamental efectuar una auditoría seria y sobretodo realista porque de ella se puede deducir la estrategia más adecuada para desarrollar turísticamente un destino, las iniciativas que será preciso adoptar y las prioridades de intervención. Para su realización es aconsejable elaborar una lista de preguntas clave sobre el destino, de modo que con las respuestas objetivas se pueda crear una base de datos. A continuación se especifican los elementos que tienen que constituir la base de datos indispensable para cualquier proyecto de éxito.

6.1. El análisis de los recursos

La primera reflexión en este espacio ha de considerar las características de un destino y su potencial efectivo. Las preguntas que pueden realizarse son las siguientes:

- *¿Qué puede interesar al turista?*
- *¿Cuáles son los atractivos existentes y en qué medida pueden interesar al turista?*
- *¿Qué tipo de servicios podrían ser útiles?*
- *¿Qué tipo de actividades se pueden realizar durante la estancia?*
- *¿Qué tipo de servicios puede necesitar y utilizar el turista?*

6.1.1. El territorio, el entorno cercano al destino

Uno de los problemas que tiene que afrontar quien gestiona un destino es que a menudo debe ocuparse de turistas que usan y disfrutan de los servicios facilitados por otros sin un control directo suyo. Sería el caso de las oficinas turísticas locales presentes en nuestros destinos, que trabajan en áreas limitadas. El resultado es que un turista llega a la oficina solicitando información o el mapa de un enclave que queda fuera del ámbito territorial de su competencia y el empleado de turno se ve obligado a decir que no dispone de dicha información. Es la típica situación que se produce en los destinos que ofrecen visitas de corta duración. Resulta por lo tanto indispensable identificar las áreas frecuentadas por los turistas de un destino, aunque queden fuera de la circunscripción administrativa, para establecer acuerdos con los gestores de esas zonas de interés.

6.1.2. La auditoría interna de los recursos naturales

El análisis de los recursos naturales debe tener muy en cuenta las exigencias y el punto de vista de los clientes para que una vez elaborados los listados que especifican las diferentes categorías de recursos, sea posible clasificarlos a partir de las respuestas a las preguntas siguientes:

- *¿Qué hace interesante el recurso?*
- *¿Existe un recurso parecido o igual en un destino de la competencia?*
- *¿Desde qué punto de vista se considera el recurso especial o significativo?*
- *¿Tiene el recurso el potencial necesario para su valorización?*

6.1.3. La auditoría interna de los recursos humanos

Los recursos turísticos creados por el hombre se pueden dividir en al menos tres tipologías:

- Los recursos culturales.
- Los acontecimientos como recursos.
- Las actividades como recursos complementarios.

Las preguntas a las que se tiene que responder en relación con los monumentos, la arquitectura y los demás recursos culturales son:

- ¿Qué hace que los recursos sean únicos?
- ¿Son apreciados socialmente por la población? ¿Por qué?
- ¿Son reconocidos como culturalmente válidos?
- ¿Son significativos?
- ¿Están suficientemente revalorizados o todavía hay que desarrollarlos más?

Los acontecimientos y eventos comprenden tanto festivales o conciertos como otras manifestaciones que se celebran con cierta regularidad o anualmente. Es importante diferenciarlos y catalogarlos para analizar solo aquellos que presentan un potencial desde el punto de vista turístico. Para ello hay que obtener respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué hace que los acontecimientos sean interesantes o no?
- ¿Son los únicos en su género?
- ¿Atraen a personas de fuera del área del destino?
- ¿Son complementarios a otros recursos?
- ¿Pueden competir con otros acontecimientos locales?
- ¿Cuál es su frecuencia?

Para poder concretar las atracciones complementarias y todos los servicios que contribuyen a sustentar y reforzar las actividades del destino, es necesario también obtener la respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Cómo contribuye la actividad a la consolidación del destino?
- ¿Qué convierte esta actividad en única?
- ¿Representa la actividad una atracción para los turistas?

El abanico de actividades que ofrezca un destino y que pueden ir desde el rafting hasta los cursos de pintura o cocina, constituirá un elemento distintivo y le otorgará un sello de originalidad con respecto a otros enclaves turísticos.

6.2. La valoración de los recursos

En la segunda fase deben pormenorizarse necesariamente los puntos fuertes y débiles del destino para determinar sus oportunidades estratégicas y las posibles iniciativas que se hayan de poner en marcha para subsanar las deficiencias y mejorar la situación. Los aspectos más relevantes para los objetivos del análisis son tres: la calidad del recurso, su unicidad y su atractivo.

6.2.1. La calidad del recurso

Es necesario valorar el nivel de conservación del recurso, su mantenimiento y su accesibilidad al cliente. El análisis del recurso desde el punto de vista de la calidad se tiene que basar en reflexiones como las siguientes:

- ¿Se trata de un recurso de calidad?
- ¿Se conserva de manera adecuada?
- ¿Su aspecto va perdiendo atractivo o se mantiene?
- ¿Se mantiene constante la calidad del servicio?
- ¿De qué modo podría mejorar su calidad?

6.2.2. La unicidad del recurso

Actualmente todos los destinos ofrecen los mismos recursos. Por eso es necesario encontrar un elemento distintivo que haga única la oferta. Tener una iglesia romántica no supondrá la llegada masiva de turistas, pues o ésta es muy singular y especial o de lo contrario pasará a engrosar la lista de iglesias románticas existentes en un destino-nación. Para estimar el carácter de unicidad que poseen nuestros recursos será necesario responder a preguntas del tipo:

- ¿Qué hace especial este recurso?
- ¿Qué lo diferencia de otros similares que ofrece la competencia?
- ¿Qué recurso refleja la esencia o el espíritu del destino?

6.2.3. El atractivo del recurso

Para identificar los aspectos más atractivos e interesantes del recurso y saber cómo mejorarlo hay que ponerse en el lugar del cliente y, en consecuencia, dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Cómo valora el recurso el cliente?
- ¿Es posible incrementar su atractivo?
- ¿Qué papel le atribuye el cliente?
- ¿Es el recurso el motivo que empuja al turista a elegir el destino?

6.2.4. La auditoría interna de los servicios y las infraestructuras Se ha dicho que la tipología y la calidad de los servicios que ofrece un destino condicionan en definitiva el segmento turístico al que dirigirse. Es por lo tanto indispensable conocer en detalle sus características, para lo cual será bueno partir de los siguientes interrogantes:

Para los hoteles:

- ¿Cómo evoluciona el número de habitaciones para cada categoría?
- ¿Cómo evoluciona la calidad general de las habitaciones?
- ¿La labor de rehabilitación de hoteles se realiza de forma equilibrada en todo el territorio o por el contrario las inversiones se concentran en determinadas zonas?
- ¿Con qué densidad de hoteles contamos con respecto a las que se registran los enclaves turísticos cercanos?
- ¿Existe una tendencia al envejecimiento o bien al rejuvenecimiento del parque hotelero?

- *¿Existen hoteles con gran capacidad?*
- *¿Se trata de hoteles de gestión familiar o pertenecientes a cadenas?*

Para los campings:

- *¿Está distribuida la oferta de manera equilibrada en todo el territorio?*
- *¿Es escasa o suficiente la oferta con respecto a la de los territorios cercanos?*
- *¿Cómo evoluciona la calidad general del recurso?*

Para los bed & breakfast:

- *¿En qué situación (volumen y calidad) se encuentran?*
- *¿En qué periodo se concentra la actividad?*
- *¿Cuál es la tasa de ocupación?*
- *¿La demanda es satisfactoria?*
- *¿Cómo se distribuyen geográficamente?*
- *¿Hay correspondencia entre la distribución geográfica de las estructuras y la naturaleza del turismo practicado?*
- *¿Existe un sistema de reservas?*

Para las otras formas de alojamiento, las preguntas son tres:

- *¿En qué proporción están representados alojamientos del tipo residencias, albergues de juventud y ciudades de vacaciones?*
- *¿Cómo es la calidad de esta oferta?*
- *¿Cómo se distribuye geográficamente esta oferta?*

El análisis de todos estos elementos contemplará el número de habitaciones realmente ocupadas con respecto a la capacidad máxima de acogida, las características de la oferta hotelera (calidad, volumen, particularidades), el reparto geográfico de las diversas ofertas, la coherencia entre los diferentes alojamientos y el tipo de turismo actual y el previsto y las características de los distintos enclaves.

6.3. El análisis SWOT (puntos fuertes y débiles)

Una vez efectuado el análisis completo y recogida toda la información es el momento de indicar los puntos fuertes y débiles del destino, de realizar el SWOT: Strengths, weakness, opportunities, threats (también conocido como DAFO: Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades), y no es en sentido abstracto sino en función de la tipología del destino: natural y paisajístico, cultural, deportivo y de ocio, de negocios, etc.

6.3.1. Turismo natural y paisajístico

Las preguntas fundamentales que habrá que hacer será.

- *¿Existe una política institucional local de promoción, protección, valorización y de apertura al público de los enclaves naturales?*
- *¿Existen áreas protegidas?*

- *¿Permite la conservación de estos espacios un acceso fácil y permanente al público?*
- *¿Cuenta el territorio con características naturales peculiares (paisajes típicos y espectaculares)?*
- *¿Presenta el territorio una gran diferenciación de una zona a otra?*
- *¿Permiten estos espacios practicar fácilmente una gran variedad de actividades en la naturaleza durante todo el año o bien solamente durante períodos de tiempo determinados?*
- *¿Se frecuentan estos espacios suficientemente (en determinadas estaciones, en general)?*
- *¿Tiene atractivo la visita de estos espacios?*
- *¿Las actividades propuestas están bien organizadas (existen problemas de relación actividad/cliente)?*
- *¿Cuáles son los niveles de atracción de los lugares más signi?cativos?*
- *En relación a lugares similares, ¿existen ventajas sobre la competencia?*
- *¿Se beneficia el territorio de una imagen fuerte en el subconsciente del mercado nacional, europeo, mundial, etc.?*
- *¿Cuál es el nivel de comunicación de estos espacios y cuál es el resultado?*
- *¿Existen estructuras receptoras en el destino o en las proximidades?*

6.3.2. Turismo cultural

En este caso concreto, el análisis del destino tendrá que partir de los siguientes interrogantes:

- *¿Posee el territorio uno o más enclaves excepcionales (monumentos, yacimientos, restos históricos u otros)?*
- *¿Existe una tradición artística peculiar?*
- *¿Posee el enclave una densidad artística superior con respecto a la media regional o nacional?*
- *¿La imagen del territorio tiene una dimensión cultural específica (estilo de vida, cocina, artes y oficios, artesanía o similares)?*
- *¿Esta imagen se ve perjudicada por la «contaminación» de actividades (industriales, por ejemplo) disconformes con la idea que se tiene de un espacio cultural?*
- *¿Se preserva el patrimonio cultural?*
- *¿Existen acontecimientos que atraigan al público en general, tanto nacional como internacional (festivales, manifestaciones, ferias)?*
- *¿Existen sinergias entre los representantes de la cultura o sus gestores y el turismo?*
- *¿Existe una estrategia global basada en la comunicación de la oferta?*
- *¿El precio del «producto cultural» propuesto en dicho territorio es competitivo con respecto a los aplicados por otros destinos parecidos?*

6.3.3. Turismo deportivo/de ocio

Los puntos fundamentales que se han de definir se resumen en las siguientes cuestiones:

- *¿Qué clima hay?*
- *¿Está diversificada la oferta por todo el territorio?*

- *¿Qué actividades se desarrollan y en qué períodos del año?*
- *¿Qué imagen tiene el destino desde el punto de vista deportivo (personalidades relevantes, equipos famosos, actividades típicas)?*
- *¿Existen infraestructuras especiales que sean accesibles?*
- *¿Existen sitios aptos para la práctica de una determinada actividad deportiva?*
- *¿Existe una buena estructuración y organización de la oferta?*
- *¿Existe un producto central o de reclamo?*

6.3.4. Turismo de negocios

Los elementos que permiten definir este segmento turístico son los siguientes:

- *¿Se configuran como características discriminantes la situación geográfica, la diversidad de lugares, el clima, las actividades que se pueden practicar en todas las estaciones?*
- *¿Es fácil el acceso al destino (tren, avión, red de carreteras y de autopistas)?*
- *¿Existe un tejido económico suficiente en el destino: sucursales, presencia de multinacionales, etc.?*
- *¿Se adapta la imagen del territorio a los requisitos de este tipo de turismo?*
- *¿Las estructuras hoteleras son adecuadas?*
- *¿Cuál es el potencial en materia de servicios «periféricos» (transportes, tiendas, entretenimiento nocturno)?*
- *¿Este potencial es conocido por los organizadores de congresos o de turismo de negocios?*
- *¿Existen infraestructuras para celebrar ferias, congresos y grandes manifestaciones (edificios de congresos, salas de conferencia) adecuadas a su magnitud e importancia y a los medios y servicios que requiere?*
- *¿Existe una política de promoción coherente con la oferta?*

6.3.5. La organización de la oferta

Cuando un destino desea promocionarse en el mercado turístico ha de tener en cuenta las demandas y exigencias del cliente para poder calibrar objetivamente las características de los servicios con que cuenta. Cuando un cliente elige un destino, como ya se ha comentado, lo hace impulsado por la presencia de un atractivo, integrado por servicios e infraestructuras. Los elementos básicos de un destino son los recursos que actúan de atracción y motor, los servicios de acogida, la restauración y, por supuesto, la accesibilidad. Pero también es importantísima la atención que se preste a la promoción, la información y la acogida turística. Ahora bien, es necesario que todos estos elementos estén interrelacionados, integrados, que formen parte de un sistema que permita al visitante su uso y disfrute de forma ordenada y provechosa. No bastan atractivos de relieve: es necesario que sean aprovechables cuando los visitantes los reclaman; un museo o un monumento cerrados al público no sólo no constituyen ningún atractivo, sino que además provocan la irritación y el malestar de los visitantes. En este mismo sentido es indispensable que el sector comercial también tenga en cuenta las necesidades de los turistas, que desde luego no se satisfacen si por ejemplo en verano el horario de las tiendas de muchas ciudades las mantiene inactivas varias horas al mediodía o si en pleno mes de agosto el cierre por vacaciones convierte a muchos centros urbanos en algo más parecido a un desierto que a un destino turístico. Es necesario también que los enlaces entre aeropuertos, estaciones de ferrocarril o puertos y el centro de las ciudades sean

operativos; cuando el turista aterriza y sale del avión tiene que poder encontrarlo más rápidamente posible un medio que lo conduzca a la ciudad y, una vez en ella, tiene que contar a su vez con medios de transporte que le permitan recorrerla con facilidad.

7. La elección del tipo de destino³

Una vez identificados y analizados los recursos y los atractivos de una ciudad, región o territorio, se pone de manifiesto la necesidad de definir qué tipo de destino turístico se debe crear. Un destino turístico de éxito será el resultado de una buena conjunción de recursos y servicios.

3.9.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología Nº 9	
Título:	El diagnóstico del destino
Citada en:	Libro: Destinos Turísticos de Éxito (pág. 163-187)
Autor:	Joseph Ejarque
Año:	2005
Ciudad:	España
Descripción:	Ejarque (2005) expone una metodología de diagnóstico del destino turístico en el capítulo 6 de su libro "Destinos Turísticos de Éxito", en la cual propone el análisis de diferentes variables que componen el destino a través de una serie de preguntas e ítems elaborados que facilitan el diagnóstico.
Etapas:	Ver figura 3.17.
Instrumentos de recolección de la información:	En el contenido de la metodología se plantean una serie de preguntas claves para analizar y recolectar la información requerida, pero no fichas en sí.
Implementada en:	No se tiene información de casos, según los referentes estudiados, en los que se aplique esta metodología.

Tabla 3.9: Cuadro resumen metodología 9 - Fuente: elaboración propia

³Este ítem no se desarrollará totalmente en el presente documento, tal cual lo presenta el autor, porque en su contenido explica algunos de los pasos siguientes al análisis del destino, es decir, la elección del tipo de destino que se desea crear, la comercialización y posicionamiento del mismo, y el tipo de turistas que se quiere atraer, todo acompañado de estrategias que permitan trabajar en cada uno de estos aspectos.

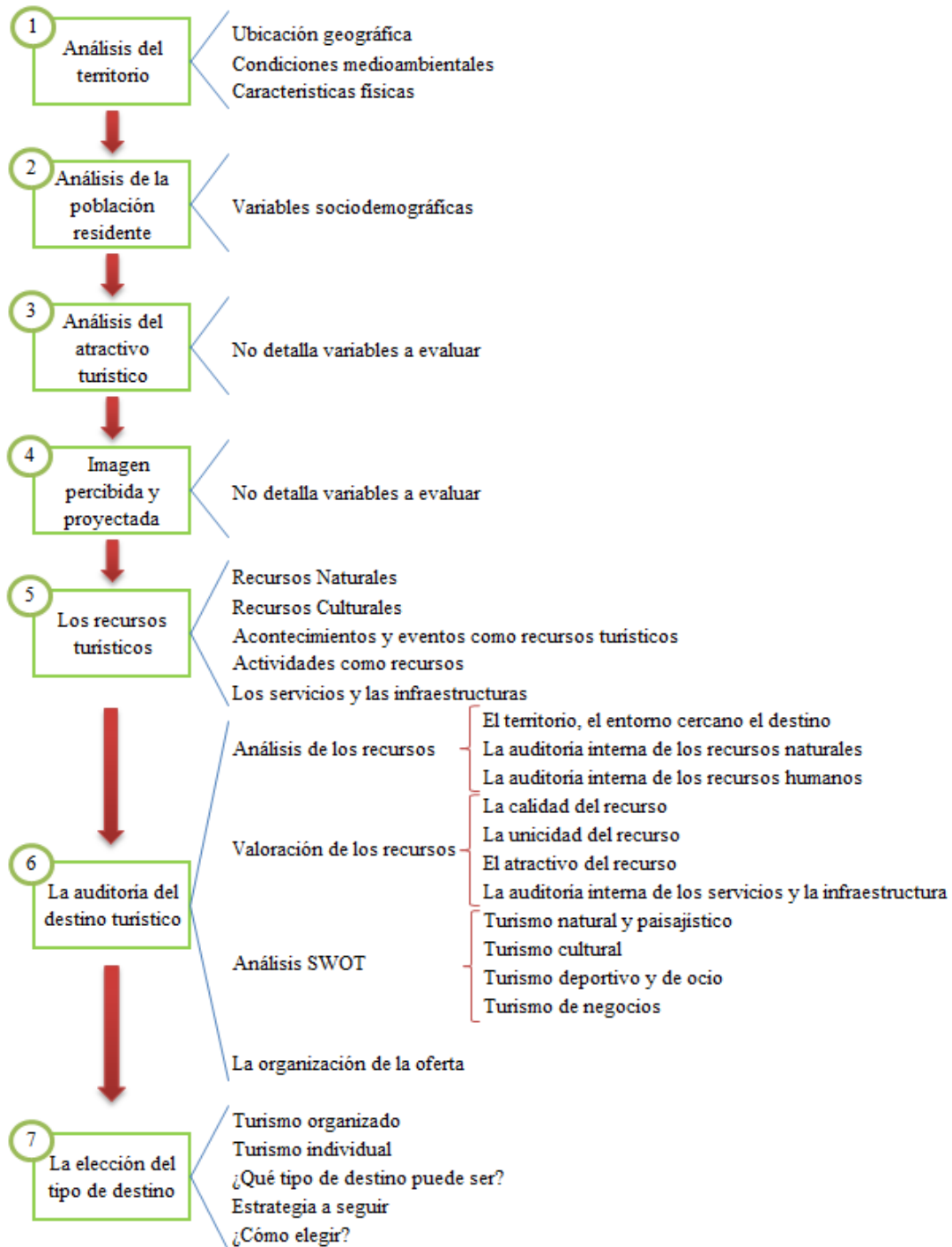


Figura 3.17: El diagnóstico de la situación actual - Fuente: elaboración propia basada en (Ejarque, 2005)

Análisis de la metodología

Esta metodología de diagnóstico del destino propone una serie de etapas a seguir, dentro de las cuales el autor plantea ciertas preguntas a las que debe dársele respuesta para llegar a la información y análisis requeridos.

En su contenido incluye el análisis del territorio, de la población residente, del atractivo turístico, de la imagen percibida y proyectada, de los recursos turísticos y la auditoría del destino turístico.

En el primero de estos, además de otros ítems importantes de evaluación con relación al territorio, evalúa la infraestructura turística del destino respecto a vías de acceso, servicios públicos, entre otros.

En lo concerniente a la población residente, se estudian algunas características sociodemográficas que permiten determinar el perfil de los habitantes del destino, de igual manera, en el análisis del atractivo turístico se evalúa el impacto del turismo sobre el territorio y la población.

En esta metodología no se hace énfasis en demanda turística, a pesar de que en el análisis de la imagen percibida y proyectada, se incluye al turista como fuente de información respecto a la imagen que este tiene del destino.

Finalmente, en el análisis de los recursos turísticos y la auditoría del destino turístico, se incluye el análisis y valoración de los recursos y atractivos turísticos, así como el análisis de parte de la planta turística del destino, pues solo se estudia a profundidad, a través de las inquietudes que el autor propone, el alojamiento como tal, hoteles, campings y Bed & Breakfast, dejando de lado otros elementos importantes de la planta turística y de la misma oferta, como es el caso de la superestructura.

Cabe resaltar que este análisis presenta una DOFA en las últimas etapas de la metodología, la cual permite analizar más fácilmente el destino, e iniciar con labores relacionadas con la planeación, las estrategias y el desarrollo.

3.10. Metodología 10: Planificación del turismo en las entidades territoriales

3.10.1. Introducción

(Fernández y Porras, 1995) en su libro: Planificación del turismo en las entidades territoriales, plantea en el capítulo 4 denominado “Plan de desarrollo turístico de las entidades territoriales” tanto el concepto como el esquema del proceso de planificación turística, entre otros aspectos relevantes de este. De esta manera, describe la planificación turística como “un proceso racional de toma de decisiones, que implica una reflexión sobre las condiciones y repercusiones económicas, sociales, culturales, políticas y económicas de un territorio y, al mismo tiempo, sienta la base para las acciones futuras en la esfera del turismo con el propósito de establecer criterios, normas y programas de desarrollo y las vías y medios para alcanzarlos”. (Fernández y Porras, 1995) (p.71).

En la figura 3.18 se visualiza el esquema que se debe seguir para crear un plan de desarrollo turístico, tal cual lo plantean los autores y, el cual recoge los lineamientos de la Ley del Plan de Desarrollo e incorpora aquellos elementos específicos del turismo. Este esquema está conformado por una Parte General y por un Plan de Inversiones. De la Parte General se rescata una de las fases denominada “Evaluación de limitantes y potencialidades”, la cual será descrita a continuación, al ser esta última de interés para la presente investigación.

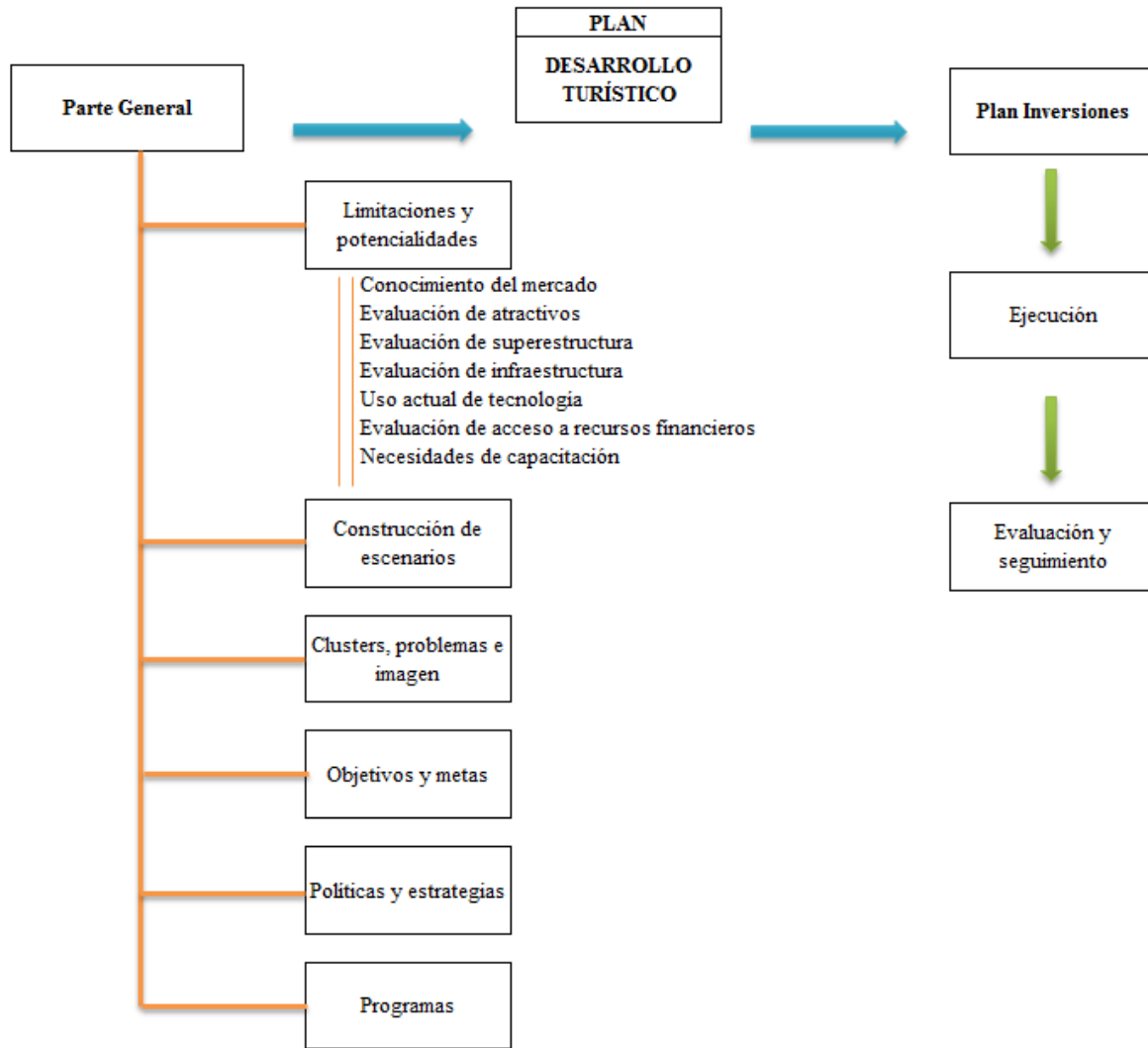


Figura 3.18: Esquema del proceso de elaboración del plan de desarrollo turístico - Fuente: (Fernández y Porras, 1995)

3.10.2. Propuesta del autor

Esta primera etapa de la Parte General del Plan de Desarrollo Turístico, determinada como “diagnóstico”, tiene por objetivo “. . . conocer los potenciales que tiene la región en función de la actividad turística”, por lo cual los autores plantean un proceso compuesto por diez etapas, en las cuales, es muy importante la rigurosa recopilación de información primaria y secundaria. A continuación se detallan cada una de las etapas, tal cual lo hacen los autores:

1. Información general

Sin caer en los excesos de los diagnósticos de los planes libro, se deben consignar algunos datos indispensables sobre la población del lugar; los datos geográficos, las actividades económicas sobresalientes y los indicadores sobre el aporte del turismo a la economía regional o local.

2. Conocimiento de la evolución del mercado

Ante todo, se deben adelantar acciones que permitan investigar los mercados potenciales que tiene la región. La investigación de mercados es una herramienta indispensable para canalizar adecuadamente los esfuerzos del turismo regional.

Conocer la evolución del mercado no implica que las agencias gubernamentales adelanten directamente las investigaciones y diseñen paquetes turísticos. Esa es función de los operadores. Pero sí deben poseer la suficiente información para orientar a los inversionistas y a los empresarios interesados en ampliar o diversificar sus negocios. Lo mínimo que se debe definir es qué clusters y productos se piensan trabajar y a qué segmentos de la demanda se va a dirigir la acción promocional.

Para que ello sea posible se debe allegar información sobre aspectos como: estadía y gasto promedio de los turistas, procedencia, destino, motivaciones, productos que se comercializan en la actualidad, sugerencias para el servicio. Las oficinas de turismo, los empresarios, los gremios, los operadores, los turistas, la comunidad receptora y las cámaras de comercio, son las principales fuentes que se deben consultar.

3. Evaluación de los atractivos turísticos

La región debe evaluar objetivamente los recursos (atractivos) susceptibles de uso turístico. En el país se ha seguido la Metodología para la Elaboración de Inventarios Turísticos, publicada y puesta en práctica por la Corporación Nacional de Turismo, que sigue parámetros internacionales (modelo 1).

Siguiendo esta metodología se ha adelantado el inventario en todas las regiones del país; el esquema aporta una serie de elementos que siguen siendo válidos; sin embargo, es necesaria la revisión de los criterios empleados para estructurar la agrupación de los recursos evaluados; las entidades territoriales que tienen que ver con planificación turística, deben revisar el material existente y adelantar la actualización de la información.

Este esquema agrupa en cinco grandes rubros los atractivos:

- *Sitios naturales*
- *Bienes cultura es*
- *Etnografía*
- *Realizaciones contemporáneas*
- *Acontecimientos programados.*

Existe otro modelo de agrupación de los atractivos en el inventario que maneja un esquema más simplificado (modelo 2). A cambio de los cinco grupos mencionados sólo habla de:

- Atractivos naturales
- Atractivos de eventos

El primer grupo se refiere a todo el patrimonio natural; el segundo incluye todos aquellos creados por el hombre (cultura, acontecimientos programados, realizaciones contemporáneas).

Teniendo en cuenta el criterio de la estructuración de productos y que los conceptos empleados en el inventario deben ser sencillos -facilitando la participación de los diversos actores de la comunidad regional- recomendamos una reagrupación de los atractivos turísticos (modelo 3) de la siguiente manera:

- Recursos culturales
- Sitios naturales
- Festividades y eventos

El primer grupo parte del concepto amplio de Edward Tylor, muy aceptado en la actualidad, según el cual "la cultura es la compleja totalidad que incluye conocimiento, creencia, arte, moral, costumbre y toda otra habilidad y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad". En tal sentido, se refiere a todas las expresiones significativas de una comunidad pasadas y presentes. La información recolectada en este campo va a ser muy útil, tanto para los turistas que demandan productos clasificados dentro de la cultura light, tan en boga en ciertos segmentos de alto poder adquisitivo de la población, como para los demandantes de una cultura más formal (tradicional, cargada de mucha información).

El grupo de los sitios naturales conserva una estructura semejante a la del modelo 1, aunque simplificada. El grupo de las festividades y eventos es similar al de los acontecimientos programados (ver anexo 3). En cualesquiera de los tres casos, es determinante la objetividad con la que se realice el inventario para lo cual es indispensable la participación de la comunidad. El proceso debe, por lo menos, seguir estas etapas:

1. Definir claramente los parámetros para la clasificación de los inventarios según se sigan los modelos 1,2 ó 3.
2. Capacitación de quienes hacen la recolección de la información. Debe haber participación de personas del lugar para que el proceso sea más ágil y objetivo.
3. Actualizar la información mediante trabajo de campo.
4. Registro de la información en formularios prediseñados.
5. Evaluación y calificación de los atractivos según la calidad, significado e importancia (en función del mercado). La información sobre la importancia debe captarse directamente con los visitantes en el lugar (demanda actual de los atractivos).

4. Evaluación de la infraestructura

Teniendo en cuenta la importancia de la infraestructura en el desarrollo del sector turístico, se debe revisar el estado actual de:

4.1. Red de comunicaciones.

El soporte esencial del turismo doméstico e internacional es el desplazamiento por vía terrestre, aérea, fluvial y marítima hacia aquellos destinos que se consideran con vocación turística. El estado de la infraestructura de comunicaciones debe ser inmejorable. La mayor parte de los turistas (aun los que realizan viajes por aventura) buscan plena comodidad y cumplimiento en sus itinerarios. Las telecomunicaciones desempeñan un papel trascendental en el buen servicio al turista.

4.2. Medios de transporte.

Deben ajustarse a unos criterios mínimos atinentes a la cantidad y calidad de los mismos. La cantidad debe calcularse teniendo en cuenta una alta temporada: posible número de turistas que se van a movilizar en el destino.

La calidad hace alusión a vehículos en perfectas condiciones mecánicas, y que ofrezcan condiciones de confort y cumplimiento de los términos del contrato de transporte. Los conductores deben tener una formación especial que les permita dar un excelente trato al turista.

4.3. Señalización de vías.

No basta con tener una señalización general de las vías (de acuerdo con las especificaciones internacionales), sino que se debe hacer una que incluya las distancias a los atractivos turísticos, los servicios turísticos que se prestan en los destinos, datos de interés para el viajero. Se debe observar, igualmente, si existen puestos de información turística para los viajeros.

4.4. Servicios públicos básicos.

La provisión de estos es responsabilidad del Estado. Es función de las administraciones departamentales y municipales atenderlos. No se crean exclusivamente para ningún sector de la economía sino que son el soporte para la calidad de vida de la población y para facilitar su desarrollo.

Para lograr un adecuado desarrollo del sector turístico, la región deberá contar con un adecuado cubrimiento y calidad de los servicios de:

- *Acueducto*
- *Recolección y tratamiento de residuos*
- *Alcantarillado*
- *Energía*
- *Salud básica*
- *Seguridad*

5. Evaluación de la planta turística

La planta turística es la directamente relacionada con la prestación del servicio (se construye específicamente para tal fin). Por lo tanto, se debe adelantar un inventario de los establecimientos prestatarios de servicios turísticos en las siguientes áreas:

- *Alojamiento*
- *Gastronomía*
- *Agencias de viaje*
- *Cambio de moneda*
- *Información turística*
- *Recreación*

- Guías turísticas
- Alquiler de autos
- Organización de congresos y convenciones
- Transporte turístico
- Centros recreativos y deportivos
- Excursiones y viajes
- Comercio turístico

Esta evaluación debe recoger información sobre: capacidad instalada, porcentaje de ocupación, clasificación del establecimiento (si existe) y tarifas vigentes.

6. Uso actual de tecnología

Al hacer la evaluación de la planta, se debe poner especial énfasis en la tecnología que utilizan las empresas y su capacidad de mejorarla a medida que las exigencias del mercado así lo determinen.

Dependiendo del tipo de empresa que se analice, se deben tener en cuenta aspectos como: conexión a redes de información, software aplicado a tareas específicas, sistemas de reserva, control de costos, tecnologías de sonido y luz, circuitos cerrados de televisión, tele y video conferencia, traducción simultánea, recursos audiovisuales, conservación y manipulación de alimentos, etc.

Esta información se debe confrontar con la obtenida en la evaluación de la infraestructura.

7. Evaluación del acceso a recursos financieros

Es importante tener información sobre el acceso que tienen las empresas del lugar a líneas de crédito, las condiciones y las posibilidades de ampliación de la planta actual atrayendo nuevas inversiones.

8. Evaluación de las necesidades de capacitación

El conocimiento de los requerimientos de recurso humano capacitado para la prestación de los servicios turísticos nos permite adelantar qué tantos especialistas, universitarios, tecnólogos, técnicos se necesitan de acuerdo con las proyecciones de crecimiento del turismo en la región. Igualmente, nos acerca al problema de cómo proveer esa mano de obra hacia el futuro.

9. Evaluación de la superestructura

Es muy importante que las entidades que toman decisiones en torno al turismo del departamento o del municipio, armonicen sus acciones y no presenten colisión de competencias entre sí o con los organismos de otro nivel. Cuando se trata de entidades públicas se debe investigar cuáles son sus competencias y el nivel de eficiencia que presenten en el gasto.

Concluida la etapa de recopilación de información, los diversos grupos de trabajo o comités que hayan participado en el proceso, deben hacer cruce de los datos, de tal manera que se presente de forma organizada y localizada espacialmente (atractivos, infraestructura, planta), facilitando los pasos siguientes del plan.

Es recomendable, igualmente, que mediante técnicas, como el análisis estratégico de los cuatro factores, el análisis Dofa, el análisis de vulnerabilidad o los perfiles de capacidad se precise cuál es la situación real del turismo en la región.

El análisis de los cuatro factores tiene en cuenta el medio externo, el medio interno, las consideraciones organizacionales y los requerimientos de recursos. El perfil de capacidad maneja las variables directiva, competitiva, financiera y técnica, en un modelo similar al Dofa, valorándolas porcentualmente. El análisis de vulnerabilidad trabaja con los intereses puntales, identifica los riesgos de las amenazas y propone soluciones a las mismas.

3.10.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 10	
Título:	Evaluación de limitantes y potencialidades (diagnóstico)
Citada en:	Libro: Planificación del turismo en las entidades territoriales (pág. 74-85)
Autor:	Victor Rafael Fernández y Oswaldo Aharon Porras
Año:	1995
Descripción:	La evaluación de limitantes y potencialidades (diagnóstico), aporta información importante para conocer los potenciales que tiene la región en función de la actividad turística, lo cual facilitará la elaboración del Plan de desarrollo turístico expuesto por los autores en el capítulo 4 de su libro Planificación del turismo en las entidades territoriales.
Etapas:	Ver figura 3.19. y 3.20.
Instrumentos de recolección de la información:	No presenta
Implementada en:	No se tiene información, en los referentes encontrados, de casos en los que se aplique esta metodología

Tabla 3.10: Cuadro resumen metodología 10 - Fuente: elaboración propia

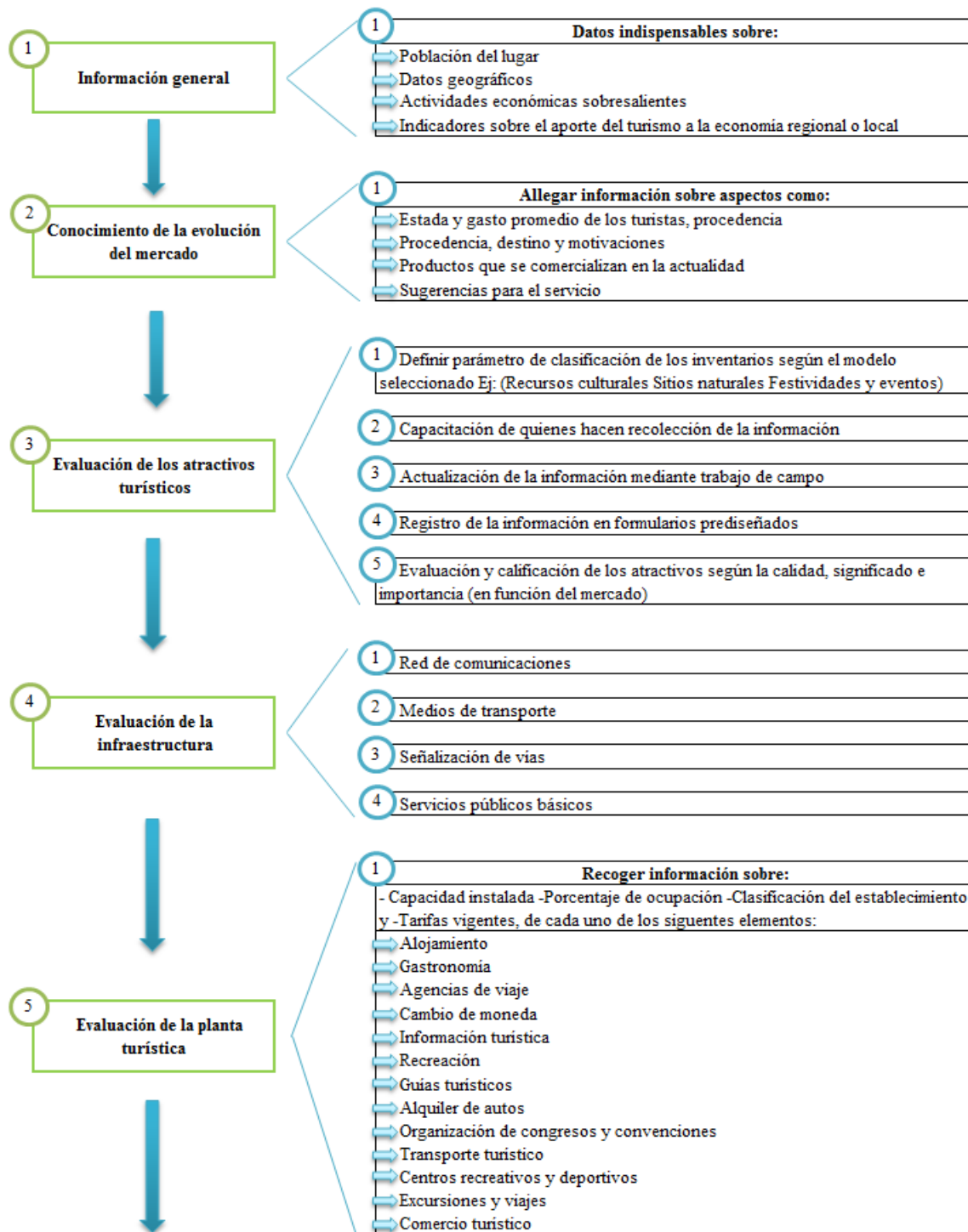


Figura 3.19: Evaluación de limitantes y potencialidades (diagnóstico) - Parte 1 - Fuente: elaboración propia basada en (Fernández y Porras, 1995)

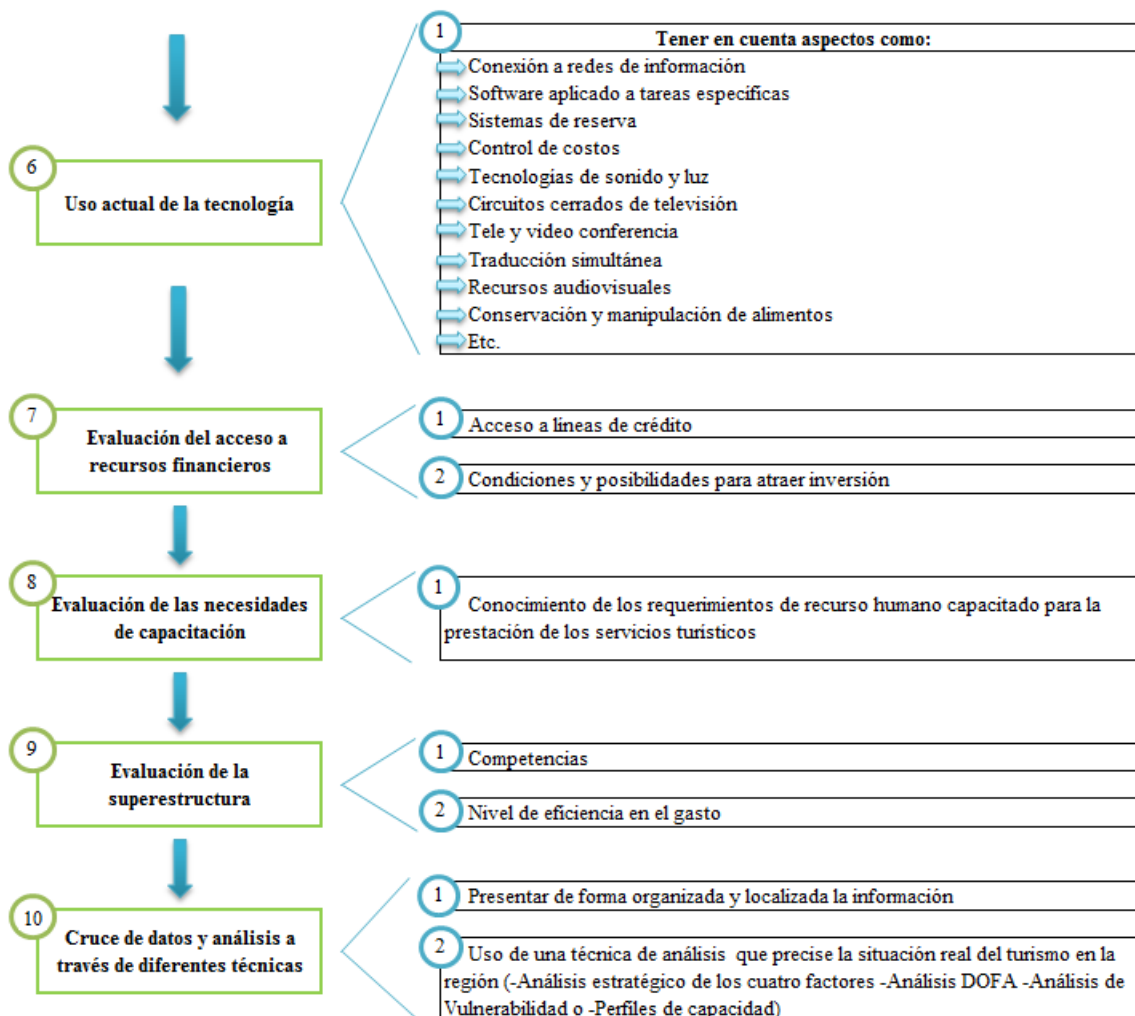


Figura 3.20: Evaluación de limitantes y potencialidades (diagnóstico) - Parte 2 - Fuente: elaboración propia basada en (Fernández y Porras, 1995)

Análisis de la metodología

Esta metodología, plantea una serie de pasos definidos que deben llevarse a cabo para realizar el análisis y diagnóstico de la zona con el fin de conocer las potencialidades existentes en el sector turismo de la región, es por ello que en su metodología recoge principalmente elementos relacionados con los atractivos y la oferta turística. Así pues, se analiza dentro de la oferta turística tanto la infraestructura como la superestructura y la planta turística, con cada uno de sus elementos, lo cual hace de éste un análisis muy completo. De igual manera, se analizan los atractivos turísticos de la zona a través de un inventario, para el cual se propone una metodología utilizada para el año de 1995 por el país, Colombia. Cabe resaltar que con respecto a los atractivos turísticos, esta metodología define unos pasos claros para llevar a cabo este análisis. Respecto a la demanda turística, esta metodología no se preocupa por hallar un perfil turístico, pues como se mencionó anteriormente, su objetivo no está dirigido a ello. De igual manera, como segunda etapa del diagnóstico se realiza una evaluación general del mercado. Es importante mencionar otros elementos que se analizan en este esquema, los cuales están orientados a conocer el uso de la tecnología en el sector, el acceso a recursos financieros, las necesidades de capacitación, y una información general de la región. Finalmente, esta metodología a pesar de que no presenta fichas para recolectar la información requerida, menciona alguna de las técnicas de análisis que pueden utilizarse para resumir y analizar la situación real del turismo, estas son: análisis estratégico de los cuatro factores, el análisis DOFA, el análisis de vulnerabilidad o los perfiles de capacidad.

3.11. Metodología 11: Metodología para determinar productos turísticos competitivos

3.11.1. Introducción

La metodología para determinar productos turísticos competitivos propuesta por la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) es presentada por esta institución en el capítulo 2 del documento denominado “Integración de Agrupamientos Turísticos Competitivos ‘Clusters Turísticos’” (Sectur, 2005) (p.16), y fue empleada en uno de los artículos resultados de la búsqueda realizada en el capítulo anterior, que lleva por título “Oferta y competitividad turística del poblado de Popotla y su impacto en el desarrollo local” (Moreno, Andrade, y Romero, 2010) para determinar las características de la oferta turística del poblado de Popotla, Mexico.

Esta metodología se compone básicamente de cuatro etapas secuenciales que corresponden a: análisis de la oferta turística, análisis de la demanda turística, análisis estratégico y por último a la definición de la cartera de productos a partir de la información obtenida en las 3 etapas anteriores (Ver figura 3.21)

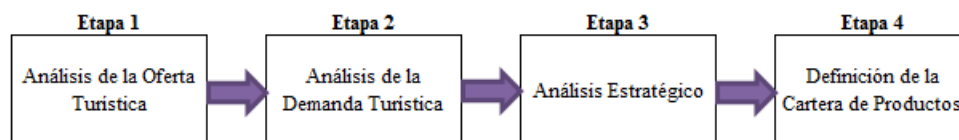


Figura 3.21: Etapas de la metodología para determinar productos turísticos competitivos - Fuente: elaboración propia basada en (Sectur, 2005)

3.11.2. Propuesta del autor

A continuación, se detalla cada una de las etapas propuestas por la (Sectur, 2005) :

1. Análisis de la Oferta Turística

Tres elementos concentran la atención en el análisis de la oferta turística de una región: atractivos, infraestructura de apoyo y servicios complementarios.

1.1. Evaluación del Inventario Turístico

El resultado principal de la evaluación del inventario es la identificación de los atractivos turísticos; éstos se integran por uno o más recursos de origen totalmente natural (grutas, montañas, cañones, cascadas, playas), por recursos creados en forma artificial (centros de diversión, parques temáticos), o por una mezcla de ambos, complementados con una gama de actividades a desarrollar por los viajeros. El inventario turístico aporta elementos sólidos que permiten detectar con gran certeza las ventajas, oportunidades, debilidades y amenazas de cada uno de los recursos turísticos. Además, facilita la identificación de actividades alternativas que se pueden desarrollar, generando oportunidades para crear y/o mantener ventajas competitivas en el mediano y largo plazo. En la elaboración del inventario turístico se debe considerar el total de los recursos naturales y artificiales disponibles para definir en forma preliminar su vocación turística, además, es recomendable clasificar inicialmente los recursos disponibles en Patrimonio Arqueológico, Patrimonio Rural, Patrimonio Urbano, Patrimonio Cultural, Patrimonio Natural, Playas; tomando como base las características particulares de cada uno de ellos, detalladas por la (Sectur, 2005) (p.17) El procedimiento para la elaboración del inventario turístico se compone por cinco etapas:

- 1. Recorrido a los sitios donde se localizan los recursos, recomendándose la formación de un grupo de trabajo integrado por especialistas en desarrollo de productos turísticos, responsables de la promoción turística de la región y uno o dos pobladores de la localidad con amplio conocimiento de las características de la región.*
- 2. Registro detallado de las características relevantes de los recursos, a través de una bitácora. En esta etapa es necesaria la participación activa de los especialistas y de los pobladores locales, ya que por su formación y experiencia (en el caso de los especialistas) y su continuo contacto con los recursos (en el caso de los pobladores) cuentan con una mayor sensibilidad en el proceso de evaluación.*
- 3. Documentación sobre las actividades turísticas susceptibles a desarrollar con base en la experiencia de otras regiones, identificando los factores críticos de éxito y condiciones requeridas para el desarrollo de tales actividades.*
- 4. Identificación de actividades con posibilidades reales de desarrollo en la región con base en un balance del potencial de los recursos existentes y de las experiencias registradas en otras regiones.*
- 5. Jerarquización de las actividades identificadas mediante el empleo de criterios previamente definidos de acuerdo con los objetivos de desarrollo y promoción para el sector turístico de la región: consolidación de productos existentes, innovación y/o mezcla de atractivos.*

Finalmente, la correcta elaboración del inventario turístico permitirá contar con bases objetivas para la planeación del desarrollo y/o consolidación de los atractivos turísticos. A partir de los atractivos identificados se pueden establecer líneas de trabajo específicas para impulsar la integración de clusters competitivos, ya que las características de la red de servicios de apoyo a los visitantes (tipos, categoría, cantidad, clases, dimensión, densidad) y de la red de proveedores que se pueda desarrollar están estrechamente vinculadas con el producto ofrecido. Por ejemplo, si el atractivo ofertado se basa en ecoturismo, entonces los servicios turísticos se caracterizarán por:

- *Hoteles: baja densidad, diseño rústico, respetando la imagen de la región, con sistemas de ahorro de energía y agua potable.*

- *Restaurantes: naturistas, vegetarianos, dietéticos, típicos.*
- *Transporte: caballos, bicitaxi, carretas, caminatas.*

1.2. Evaluación de la Infraestructura Disponible

La infraestructura es considerada como un facilitador que permite a los viajeros disfrutar plenamente de los recursos y actividades turísticas. La disponibilidad de una adecuada infraestructura permite una estancia placentera de los turistas e influye sobre la imagen que guarda el visitante respecto al producto. En general, se identifican cuatro grandes áreas que conforman la infraestructura de apoyo al sector turismo: física, comercial, recursos humanos y recursos financieros. Cada una de las áreas señaladas desempeña un papel fundamental en la consolidación del producto turístico. Al igual que con el inventario turístico, en el caso de la infraestructura se requiere evaluar detenidamente la situación que conserva cada uno de los elementos dentro de las cuatro grandes áreas. En forma sintetizada se mencionan los aspectos de mayor relevancia que deben incorporarse en la evaluación.

Infraestructura Física

Aeropuertos: El servicio aéreo es una importante vía de acceso (rápida y de grandes distancias) para los turistas nacionales e internacionales, los principales elementos a evaluar son:

- *Acceso a los principales países emisores de turismo.*
- *Ubicación respecto a la región turística.*
- *Niveles de tarifas del servicio.*
- *Condiciones de la pista.*
- *Capacidad de operación con base en la temporalidad de los flujos.*
- *Seguridad de las instalaciones.*
- *Calidad y condiciones confortables de la sala de espera.*
- *Integración con el resto de prestadores de servicios turísticos.*

Carreteras: La red carretera es la principal vía de acceso y traslado de turistas; además es un factor de integración de un clúster turístico. En este rubro se requiere considerar en la evaluación a todas las posibles vías de acceso, ya sea carreteras de cuota, troncales, caminos rurales y secundarios; estos últimos por su importancia en los modelos de desarrollo basados en ecoturismo y turismo de aventura. La evaluación debe considerar entre otros aspectos:

- *Cercanía con la zona donde se encuentra el producto turístico.*
- *Compatibilidad con el ambiente y con los productos.*
- *Seguridad a la circulación (deslaves, asaltos).*
- *Costo de peaje.*
- *Existencia de carreteras que permitan enlazar a la región con otros centros turísticos, promoviendo la creación de circuitos.*
- *Atractivos adicionales a lo largo del trayecto (turismo carretero).*
- *Existencia de centros de apoyo al conductor (talleres, gasolineras).*
- *Velocidades establecidas por los estándares internacionales.*
- *Condiciones de la carpeta asfáltica.*

Telecomunicaciones: La existencia de sistemas de telecomunicación en una región con potencial turístico brinda seguridad y comodidad a los visitantes, aún en aquellos casos en donde se prefiere el ecoturismo y turismo de bajo impacto. Algunos de los elementos a considerar en su evaluación son:

- Disponibilidad de líneas telefónicas.
- Porcentaje de cobertura del servicio.
- Existencia de lugares públicos con servicios de fax, internet y telefonía.
- Recurrencia de fallas en el sistema.
- Disponibilidad de fibra óptica.

Agua potable y alcantarillado: Estos servicios son fundamentales en la integración de la oferta turística de una región, ya que los visitantes desean contar al menos con los servicios básicos para su aseo; A los turistas actualmente les interesa que en los sitios que visitan se respete el ambiente del sitio. En este sentido, cualquier producto turístico debe contar con servicios de saneamiento. Por ello, la evaluación requerirá identificar:

- Disponibilidad de agua potable.
- Continuidad en el suministro de agua.
- Limitaciones en la dotación de agua potable.
- Calidad del agua suministrada.
- Plantas de tratamiento de aguas residuales en las cercanías.
- Sistemas de disposición de aguas residuales.
- Existencia de instalaciones sanitarias.

Electricidad: La dotación de energía eléctrica no sólo es importante para el desarrollo del producto turístico sino también para la posible integración del agrupamiento, permitiendo el desarrollo de la industria proveedora de bienes y servicios. Los principales indicadores a evaluar son:

- Cobertura.
- Continuidad del servicio.
- Disponibilidad del servicio en la región turística.
- Tarifas aplicadas en la región turística.
- Impacto de las tarifas en los costos de los servicios turísticos.
- Niveles de demanda y oferta de servicio eléctrico.
- Capacidad para incrementar la oferta.

Simbología y señalización: Los sistemas de señalización e información fortalecen la captación de visitantes al agilizar y facilitar el desplazamiento de los viajeros dentro de una región, principalmente cuando se trata de productos novedosos o cuya visita depende de acceso terrestre; en este sentido se debe evaluar:

- Información sobre los productos turísticos en las principales vías de acceso de zonas urbanas (más próximas a la región turística).

- *Visibilidad de las señalizaciones.*
- *Actualización de la información (nuevos productos, actividades).*
- *Utilización de señalamientos en distintos idiomas, de acuerdo con el mercado objetivo.*

Centros de información: La labor más importante de estos centros es la difusión de información relevante y actualizada sobre las características de la oferta de una región, como son: atractivos, precios, productos, rutas de acceso, horarios de visita, requerimientos para el goce de las actividades, establecimientos de hospedaje, restaurantes, paquetes turísticos. Los puntos de mayor peso a evaluar son:

- *Disponibilidad de información de todos los productos existentes.*
- *Actualidad de la información proporcionada.*
- *Atractividad en la presentación.*
- *Correspondencia entre lo ofrecido a través de la información y lo recibido por el turista.*
- *Existencia de intercambio de información con organismos turísticos nacionales e internacionales.*
- *Disponibilidad de centro de atención telefónica.*
- *Capacitación del personal que brinda el servicio al turista (historia, cultura, idiomas, atención al viajero).*

Servicios médicos: En general, es necesario que los productos turísticos estén apoyados por servicios médicos eficientes para ofrecer una oportuna atención de los visitantes, en caso eventual que así lo requieran. Los servicios médicos deben adecuarse a las características del producto, por ejemplo: en buceo, cámara de descompresión; en alpinismo, el servicio de rescate de montaña; en sol y playa, con servicios médicos generales. Los aspectos a evaluar son:

- *Disponibilidad y horarios de operación de centros de atención médica.*
- *Disponibilidad de personal.*
- *Capacidad de atención ante posibles incrementos en la demanda.*
- *Especialidad de los médicos responsables.*
- *Facilidad en el traslado de pacientes.*
- *Capacidad de hospitalización.*
- *Identificación del perfil epidemiológico de la región.*
- *Disponibilidad de medicamentos y antídotos.*
- *Servicios de traducción especializada.*

Infraestructura Comercial

Centros comerciales: Esta clase de establecimientos fortalecen los servicios y productos turísticos ofrecidos al visitante. Los centros comerciales tienen un mayor impacto en viajeros que desean comodidades similares a las de su lugar de residencia (como en el caso del turismo de negocios, congresos y convenciones, sol y playa, esparcimiento en centros de diversión y entretenimiento); algunos elementos a considerar en su evaluación son:

- *Ubicación de los centros comerciales respecto a los polos de desarrollo turístico.*

- Disponibilidad de mercancías.
- Imagen proyectada por el centro comercial.
- Accesibilidad.
- Seguridad del entorno geográfico.
- Características de la atención al consumidor.
- Atractivo de servicios adicionales dentro de los centros comerciales.

Plazas turísticas: Destinadas en gran medida a la venta de productos y servicios como artículos de recuerdo, alimentos tradicionales y mercancías típicas de la región. Las plazas turísticas son polos importantes de atracción de los visitantes ya que también se pueden ofrecer servicios como museos, acuarios y centros de diversión. Las condiciones a evaluar son:

- Facilidad de acceso y estacionamiento.
- Limpieza de calles y pasillos de circulación en el interior de la plaza.
- Seguridad para los turistas.
- Organización y segmentación de locales (vestido, alimentos, artesanías).
- Servicios y productos ofrecidos a los turistas.

Mercados de artesanías: Los centros de venta de artesanía típica desempeñan una doble función: por una parte operan como puntos de atracción de los turistas y por otra parte integran a los pobladores de las comunidades locales al desarrollo turístico. En este sentido, se recomienda evaluar los siguientes factores:

- Impacto de su ubicación física.
- Accesibilidad.
- Imagen del sitio (en caso de ser un mercado establecido) o imagen de la localidad (al tratarse de elaboración y venta en la propia comunidad).
- Calidad del producto.
- Originalidad de las artesanías elaboradas, respecto a otros sitios competidores.
- Precios de venta.
- Diversificación de la oferta.
- Capacidad para incorporar la elaboración de nuevas artesanías.
- Impacto económico y social de la actividad en las comunidades.
- Existencia de mecanismos de impulso a la comercialización.

Infraestructura de Recursos Humanos

Universidades: En las instituciones de educación turística es posible desarrollar los recursos humanos necesarios para la administración profesional de productos y unidades de servicios turísticos, organismos institucionales, así como de entidades orientadas al fomento del sector turismo, siendo necesario lograr una alineación y coordinación entre los planes de estudio y los requerimientos del sector. Por otra parte, a nivel internacional se observa una correlación directa entre nivel de estudio del personal ejecutivo de las empresas turísticas y la posibilidad de éxito en la conformación de agrupamientos. Bajo esta perspectiva, los factores a considerar son:

- *Existencia de escuelas e institutos de educación turística.*
- *Homologación entre los planes de carrera y los requerimientos del sector.*
- *Disponibilidad de carreras con currícula orientada al sector turismo.*
- *Nivel de cooperación y coordinación entre instituciones educativas-sector.*
- *Flexibilidad en la adecuación de programas escolares.*

Escuelas de turismo: Las instituciones técnicas locales o regionales pueden orientarse a la formación de recursos humanos preferentemente de técnicos y operativos. Las escuelas de turismo deben capacitar al personal operativo de acuerdo con el perfil técnico que necesitan los prestadores de servicios turísticos. Por ello, se recomienda evaluar lo siguiente:

- *Existencia de escuelas de turismo.*
- *Calidad de las instalaciones de los centros de enseñanza (laboratorios, programas, prácticas).*
- *Apego de las carreras con los productos y oferta turística.*
- *Eficiencia terminal de los estudiantes.*

Escuelas de enseñanza de idiomas: Las instituciones de enseñanza de idiomas son necesarias para el fortalecimiento de la atención y servicios para el turismo extranjero; estas escuelas apoyan la internacionalización de los productos turísticos y facilitan la instrumentación de estrategias de cooperación turística con otras naciones. En este rubro se requiere evaluar:

- *Calidad y condiciones de los centros de enseñanza.*
- *Adecuación de la enseñanza de idiomas con los principales flujos turísticos en la región (actuales y esperados).*
- *Capacidad de los institutos para incorporar cursos especializados de idiomas (guías de turismo, recepcionistas, ejecutivos).*
- *Nivel de preparación de los instructores.*

Centros de capacitación: Estas instituciones desempeñan un papel fundamental en la integración de clusters turísticos competitivos, apoyando la estandarización de la calidad de los productos y servicios, difundiendo técnicas y conocimientos a lo largo de la cadena, externalizando el conocimiento y experiencia de los agentes participantes y profesionalizando a los empleados, empresarios y personal operativo del sector. Los factores a evaluar son:

- *Disponibilidad de carreras y programas de estudio para el sector.*
- *Calidad de los profesores.*
- *Esquemas de colaboración empresa-centro de capacitación.*
- *Alineación de los programas de capacitación a los requerimientos de las empresas locales que ofrecen servicios y productos turísticos.*
- *Disponibilidad de programas de capacitación acelerada.*
- *Ritmo de incorporación de los recursos humanos (periodo de carrera).*

Disponibilidad de recursos humanos: El impulso y desarrollo de un cluster turístico competitivo requiere de recursos humanos capacitados que soporten las distintas etapas de la prestación de los servicios, así como, el desarrollo de los productos turísticos. En la medida que se fortalece la integración de la cadena del sector a nivel local se incrementa la demanda de personal en sus diferentes niveles: operativos, técnicos y profesionales. Por ello, es necesario que se analice una serie de factores que inciden en el mercado laboral local y/o regional:

- *Ubicación de los centros de población más cercanos.*
- *Nivel de instrucción académico de la población.*
- *Reticencia al cambio y/o aceptación de nuevas alternativas de empleo.*
- *Capacidad de absorción de la mano de obra.*
- *Existencia de mecanismos de integración de las localidades al desarrollo turístico.*
- *Cultura laboral en la región.*
- *Actividades productivas que compiten con el desarrollo turístico.*
- *Expectativas salariales.*

La existencia de instituciones de capacitación constituye una fortaleza para una región que cuenta con productos turísticos, en la medida que dichos centros representan una fuente potencial de mano de obra capacitada que contribuya al fortalecimiento y/o generación de procesos innovativos, indispensables en la estrategia de integración de clusters competitivos. El aprovechamiento de la capacidad innovadora en un cluster turístico requiere el establecimiento de amplias redes de vinculación entre las instituciones de capacitación, prestadores de servicios turísticos, proveedores e instituciones públicas y privadas comprometidas con el fomento al sector.

Infraestructura de Recursos Financieros

Inversión pública, privada y fondos turísticos: Como todo proyecto, la creación y/o consolidación de un producto turístico, así como el fomento a la integración de un cluster requiere de la disponibilidad de recursos que permitan su financiamiento. En este sentido, la escasez o ausencia de recursos económicos disminuye la viabilidad de cualquier proyecto que se inicie para fortalecer la actividad turística en una región. Por ello se recomienda analizar los siguientes aspectos:

- *Disponibilidad de esquemas de financiamiento, públicos y privados.*
- *Condiciones para el otorgamiento de créditos.*
- *Recursos públicos asignados al fomento del sector turístico de una entidad o localidad.*
- *Proyectos en marcha con repercusiones a favor y en contra del sector.*
- *Identificación de posibles mezclas de recursos.*

La evaluación de la infraestructura básica y de apoyo, para la conformación de productos y clusters turísticos competitivos, puede efectuarse a través de la aplicación de cuatro herramientas de recopilación de información cualitativa y cuantitativa: recorridos de inspección, encuestas con usuarios, grupos de enfoque y entrevistas a profundidad. Los recorridos de inspección son importantes instrumentos para la evaluación directa de las condiciones que guarda la infraestructura de apoyo al sector turismo; permiten identificar oportunamente las carencias, fallas y áreas de mayor atención para su fortalecimiento. Por su parte, las encuestas con los usuarios de la infraestructura aportan un gran cúmulo de información cualitativa sobre la percepción del servicio, niveles de satisfacción y calidad. En especial, las encuestas a usuarios dentro del sector turismo son de gran

apoyo en la detección de factores que inciden favorable o desfavorablemente en su desarrollo. Las entrevistas al usuario son la base para el desarrollo y/o consolidación de los productos turísticos, puesto que alinean la oferta de servicios con los requerimientos de los visitantes. En tanto que la aplicación de grupos de enfoque permite la recopilación de varios puntos de vista sobre un mismo tema y la identificación de puntos de interés comunes, así como las necesidades más apremiantes de un conjunto de usuarios y/o empresas oferentes de los servicios turísticos. Los grupos deberán integrarse por individuos con características similares o que dominen un mismo tema; es decir, se debe evitar la integración de grupos que mezclen responsables de distintos segmentos o sectores (agua potable vs. energía eléctrica). Se recomienda videograbar la sesión para su posterior análisis. Los grupos de enfoque brindan datos cualitativos actualizados de la infraestructura; además, aportan elementos para su fortalecimiento mediante la enunciación de alternativas con potencial de implantación. Por último, las entrevistas a profundidad contribuyen con información especializada sobre los temas a evaluar. En este caso se recomienda su aplicación entre el personal ejecutivo de las áreas responsables de administrar los servicios de infraestructura, así como con especialistas en el tema (académicos, talentos locales, investigadores). Por su importancia se sugiere grabar la entrevista.

Técnica Concepto	Recorridos de inspección	Encuestas con usuarios	Grupos de enfoque	Entrevistas a profundidad
• Aeropuertos.	●	●		
• Carreteras.	●			●
• Telecomunicaciones.		●		●
• Agua potable y alcantarillado.	●	●		●
• Electricidad.	●	●		●
• Señalización.	●		●	
• Centros de información.	●		●	●
• Servicios médicos.	●		●	●
• Centros comerciales.	●	●		
• Plazas turísticas.	●	●		
• Mercados de artesanías.	●	●		
• Universidades.			●	●
• Escuelas de turismo.			●	●
• Centros de idiomas.			●	●
• Centros de capacitación.			●	●
• Instituciones financieras.		●		●

Tabla 3.11: Técnica sugerida por área a evaluar - Fuente: adaptada de (Sector, 2005)

En el cuadro anterior se resume una guía para la aplicación de las técnicas mencionadas en función de las áreas a evaluar, existiendo la posibilidad de utilizar más de una técnica para la recopilación de datos e información respecto a la infraestructura. Cabe aclarar que además de las opciones recomendadas es posible aplicar las otras técnicas; en todo caso la selección de los mecanismos para la recopilación de información deberá considerar la disponibilidad de tiempo y recursos.

Adicionalmente, existe la alternativa de recolección de aspectos cuantitativos y cualitativos de fuentes secundarias mediante la revisión de los reportes de operación, bitácoras de mantenimiento, planes y programas de trabajo anual, estadísticas generadas por las áreas de comercialización e información de reportes anuales, de instituciones, organismos y empresas que se concentran en la dotación de infraestructura y servicios de apoyo.

1.3. Análisis de los Servicios Turísticos

Bajo el concepto de agrupamientos competitivos los servicios turísticos desempeñan una doble función: por una parte, son el tercer elemento que permite la conformación de un producto turístico, al combinarse con los recursos e infraestructura y, por otra parte, son el eslabón a partir del cual es posible el establecimiento de redes de integración empresarial que repercuten en la integración de los clusters turísticos. En este sentido, el análisis de los servicios turísticos debe considerar su doble papel dentro del sistema producto-cluster. Con el propósito de obtener la mayor información relevante para cada una de las facetas y de reducir los costos se recomienda aplicar un único proceso de evaluación, pero el análisis e interpretación de los resultados tendrá que efectuarse considerando los dos enfoques señalados. Es decir, por una parte, se deberá determinar el impacto de los servicios turísticos en la creación o consolidación de un producto turístico mediante el análisis de las condiciones y características propias del servicio como calidad, competitividad en costos y correspondencia con el concepto e imagen turística y, por otra parte, se deberá analizar su papel como eslabón integrante de la cadena productiva a través de la valoración de su participación en las redes de cooperación interempresarial y de proveeduría generadas a partir de los servicios turísticos. En general, los servicios turísticos se pueden agrupar en ocho grandes áreas, en donde cada una de ellas tiene un mismo nivel de importancia en el marco de un producto y un cluster. Sin embargo, es necesario analizar de manera independiente cada uno de estos servicios para contar con elementos específicos que permitan la identificación de ventanas de oportunidad, para adecuar la oferta de productos y/o servicios con los requerimientos y tendencias de la demanda.



Figura 3.22: Principales áreas de servicios turísticos - Fuente: (Sector, 2005)

A pesar de la división generada por el enfoque empleado en el análisis de los servicios turísticos, existe un conjunto de parámetros que permiten mantener la competitividad de los servicios en cualquiera de sus dos funciones. Por ello, se recomienda obtener la siguiente información en el

momento de analizar la situación de los servicios turísticos:

- *Ubicación de las instalaciones respecto a los productos.*
- *Flexibilidad de adecuación a las tendencias de la demanda.*
- *Observancia de parámetros internacionales en términos de calidad y atención turística.*
- *Disponibilidad de servicios alternativos para atender distintos segmentos y nichos de mercado.*
- *Existencia de programas de capacitación para el mejoramiento del servicio al turista.*
- *Disponibilidad de medios para el traslado oportuno y eficiente de los viajeros.*
- *Cumplimiento de las agencias de viaje y tour-operadores como medios de enlace entre los servicios turísticos y los viajeros.*
- *Nivel de desarrollo de otros servicios complementarios para los turistas como bancos, bares, teatros, cines, etc.*

La realización de entrevistas a profundidad y grupos de enfoque (sesiones de grupo) complementados con la información obtenida del inventario turístico y de la evaluación de la infraestructura, son las técnicas de mayor utilidad para el análisis y evaluación de los servicios turísticos. Las entrevistas a profundidad deben dirigirse preferentemente a los empresarios líderes en cada uno de los grupos estratégicos que integran el sector turístico de una región. Para ello se requiere previamente la selección de los empresarios líderes, algunos de los criterios que pueden facilitar su identificación son:

- a.** *Fuerte participación de mercado.*
- a.** *Experiencia en el sector.*
- a.** *Capacidad de liderazgo.*
- a.** *Participación en organizaciones y/o asociaciones empresariales.*

Una vez que se han seleccionado los empresarios a entrevistar se deberá elaborar una guía con los principales temas a tratar, en este punto se sugiere agrupar los cuestionamientos con base en las áreas que cubre una empresa: generales, insumos, proveedores, productos, comercialización, ventas, limitaciones y expectativas. Resulta de gran valor que en la elaboración de las guías se cuente con la participación de los ejecutivos involucrados en el fomento al sector turismo de la región. Posteriormente, se deberá iniciar el proceso de concertación de entrevistas con los empresarios, procurando que la reunión obtenida se establezca con el director general, o con algún ejecutivo que cuente con el pleno conocimiento de la situación que guarda la empresa con respecto al agrupamiento turístico de la región. En la etapa del levantamiento de las entrevistas se sugiere la colaboración de dos entrevistadores con el propósito de tener una mayor cobertura de la información vertida. Asimismo, es recomendable solicitar la autorización del entrevistado para obtener material audiograbado, esta situación brindará una mayor fluidez a la entrevista disminuyendo el riesgo de pérdida de información por escasez de tiempo. La etapa final del proceso consiste en el análisis de las entrevistas en donde se recomienda utilizar las herramientas de apoyo necesarias para transferir los conceptos mencionados por el entrevistado; también se recomienda que en el análisis se mantenga la mayor objetividad posible para evitar apreciaciones e interpretaciones personales del entrevistador. Adicionalmente, resulta de gran ayuda incorporar material documental, fotográfico, cartográfico, etc., recopilado durante las entrevistas, sobre todo cuando se ha detectado la posible realización de un proyecto o cuando se percibe la posibilidad de iniciar un proceso

de integración interempresarial. Los grupos de enfoque se realizan de forma similar a las entrevistas a profundidad, pero con un conjunto de participantes. La actividad inicial es el reclutamiento de los asistentes (generalmente y para mayor facilidad de manejo de los grupos se sugiere una participación como máximo de 10 personas); la colaboración de las autoridades responsables del sector turismo es un gran apoyo para garantizar la asistencia a los grupos de enfoque. La conformación de los grupos de enfoque deberá considerar la participación de agentes de un mismo grupo estratégico, si el objetivo de las reuniones consiste en identificar aspectos relativos únicamente al grupo en cuestión; sin embargo, si el objetivo consiste en identificar situaciones referentes a todo el bloque de prestadores de servicios turísticos es posible convocar a integrantes de distintos grupos estratégicos, ya que en sentido estricto operan en una misma área de negocios. Antes de llevar a cabo los grupos de enfoque se deberá contar con una guía de tópicos, misma que permitirá dirigir la discusión del grupo hacia los objetivos previamente determinados. La sesión deberá ser dirigida por un moderador, que cuente preferentemente con experiencia en su conducción, con el propósito de generar una dinámica que contribuya a la participación activa de los invitados y reduzca el riesgo de sesgo en la información obtenida, balanceando la participación de cada uno de los empresarios en el grupo de enfoque. Es recomendable que los grupos de enfoque se graben para su posterior análisis. Asimismo, se deberá realizar un reporte detallado de las sesiones, al igual que en el caso de las entrevistas a profundidad, el reporte debe tener como base el análisis objetivo de la información recabada; es decir, el moderador deberá abstenerse de incluir comentarios o apreciaciones personales. El reporte final de los resultados obtenidos a través de los grupos de enfoque deberá incluir el material audiovisual y escrito, sugiriéndose que los reportes escritos incluyan:

- a. Transcripción textual de la sesión.*
- b. Identificación de los principales temas de discusión.*
- c. Proyectos detectados.*
- d. Estrategias de solución vertidas por los participantes.*
- e. Conflictos de interés que podrían limitar el desarrollo de un producto turístico.*
- f. Listado de participantes.*

El resultado final de la evaluación de los servicios turísticos permitirá identificar con bases objetivas los requerimientos para crear, desarrollar o consolidar la oferta de productos e integración de clusters competitivos, dicho reporte deberá ser realizado para cada uno de los productos, atractivos o destinos. Se recomienda que el reporte final, integre un archivo suficientemente detallado de los aspectos relevantes; es decir, cada uno de los productos turísticos identificados deberá contar con un registro sobre las condiciones de infraestructura y servicios prevalecientes, en donde se anote la información para cada uno de los grupos prestadores de servicios (hoteles, restaurantes, agencias de viaje, tour-operadores, transporte especializado, guías de turistas, centros de capacitación, etc.). Finalmente, debe mencionarse que la aplicación de los procedimientos para evaluar los elementos de la oferta turística (inventario, infraestructura y servicios) explicados en los apartados precedentes, aportan elementos importantes para las fases posteriores de la metodología destinada a fomentar la integración de clusters turísticos competitivos, en especial para el análisis del entorno competitivo y para la detección de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que enfrenta el sector en una región.

2. Análisis de la Demanda Turística

La investigación y caracterización del mercado constituye la base para definir la orientación y el enfoque del cluster y del producto; en donde la identificación del perfil de los segmentos turísticos

conduce a una mejor toma de decisiones, aumentando la eficiencia en la administración de los productos. El análisis del mercado puede dividirse en dos etapas:

- a. *Etapa de la situación actual, se refiere a un análisis de lo que está sucediendo con la actividad turística en el momento del estudio y;*
- b. *Etapa prospectiva, en la cual se busca identificar el comportamiento futuro de los flujos turísticos en una región.*

En ambos casos, se requiere de un conocimiento retrospectivo (pasado) de la evolución del sector para soportar y fundamentar las acciones a emprender dentro de un programa estratégico y de acción. Bajo esta perspectiva, se desarrolla la metodología para determinar la situación que registra el mercado turístico de una región.

3. Análisis Estratégico

El análisis estratégico se refiere a la evaluación de las cinco fuerzas competitivas básicas: competidores potenciales, productos sustitutos, poder de negociación de los turistas, capacidad de negociación de los proveedores y rivalidad actual entre los prestadores de servicios turísticos. La interrelación de estas fuerzas determina la rentabilidad del sector en términos de rendimientos de la inversión a largo plazo. El análisis estratégico permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) que enfrenta el sector turístico de una región, en donde, es necesaria la detección de cada uno de estos factores para definir una estrategia que contribuya a la consolidación de un producto e impulsar la integración de clusters turísticos competitivos. De esta manera, se desarrolla el procedimiento para la evaluación del entorno competitivo (intensidad de las fuerzas) y del análisis FODA considerando su aplicación en el sector turismo.

4. Definición de la Cartera de Productos

La conclusión del análisis estratégico de los productos preseleccionados es la base para identificar y definir el o los productos susceptibles de crear o consolidar en un cluster turístico. Para apoyar la selección de la cartera de productos, en la práctica, existen dos técnicas que son las más comúnmente usadas: la primera es la matriz de crecimiento-participación y la segunda es la matriz de atractividad-fortaleza del negocio (cluster o producto). La matriz de crecimiento-participación se basa fundamentalmente en parámetros cuantitativos, omitiendo factores de índole cualitativo en la selección de la cartera de productos, además de que su aplicación requiere un amplio conocimiento de lo que está aconteciendo en el mercado. Por su parte, la matriz de atractividad-fortaleza permite la combinación de indicadores cuantitativos y cualitativos para definir la cartera de productos, adicionalmente, este modelo matricial se basa en los resultados del análisis FODA.

3.11.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 11	
Título:	Metodología para Determinar Productos Turísticos Competitivos
Citada en:	Documento: Integración de Agrupamientos Turísticos Competitivos "Clusters Turísticos" (pág. 16-60)
Autor:	Secretaría de Turismo de México - SECTUR
Año:	2005
Ciudad:	México
Descripción:	Esta metodología, desarrollada por la SECTUR para determinar productos turísticos competitivos, se compone de cuatro etapas secuenciales claramente definidas, de las cuales se rescata la primera de ellas –análisis de la oferta turística- al ser implementada por uno de los referentes encontrados y considerada de gran interés para la presente investigación porque permite analizar los elementos que componen la oferta de un destino.
Etapas:	Ver figura 3.23. y 3.24.
Instrumentos de recolección de la información:	No presenta instrumentos de recolección de información, pero si algunos métodos para llegar a ella.
Implementada en:	"Oferta y competitividad turística del poblado de Popotla y su impacto en el desarrollo local" (Moreno, Andrade & Romero, 2010)

Tabla 3.12: Cuadro resumen metodología 11- Fuente: elaboración propia

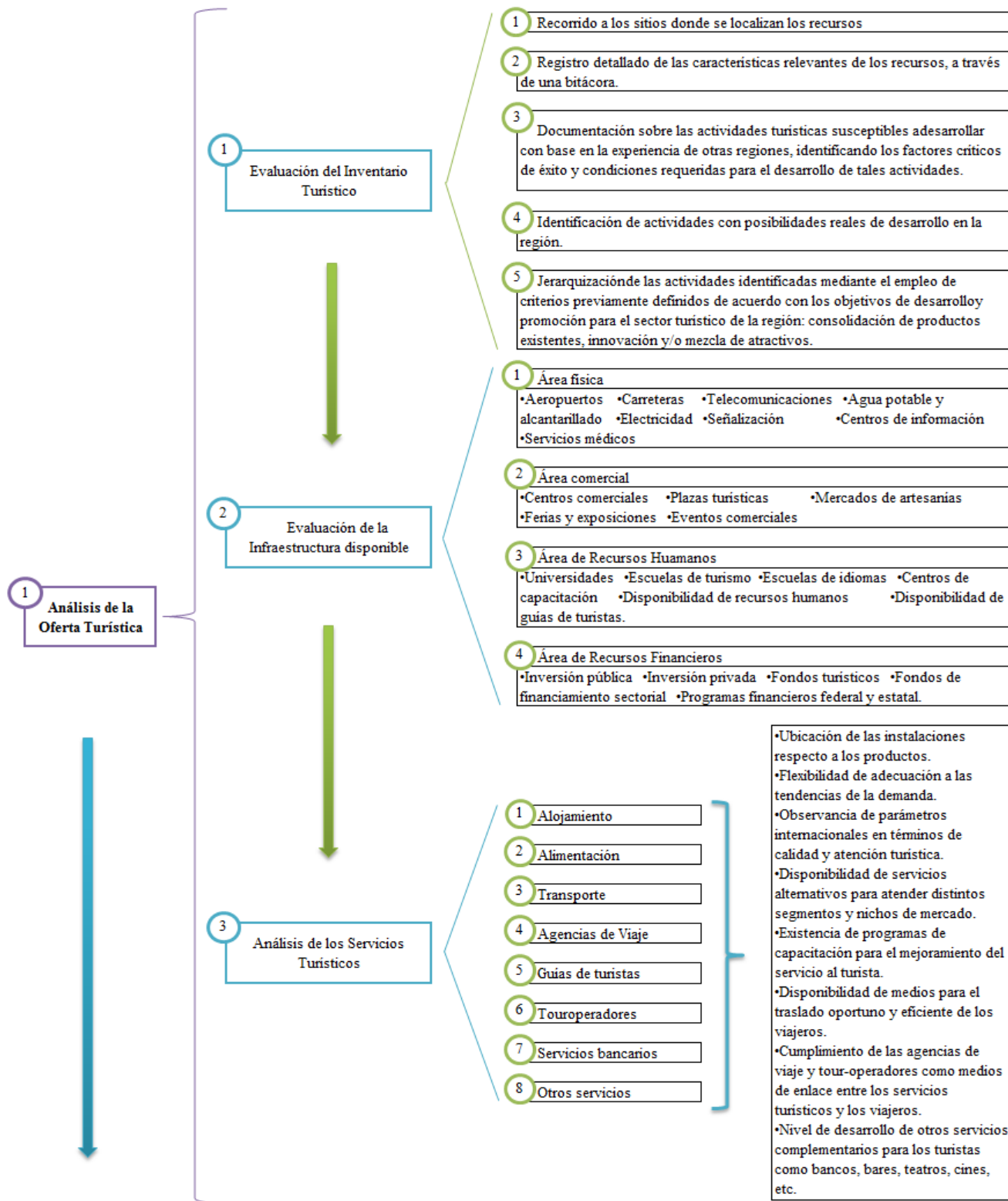


Figura 3.23: Metodología para determinar productos turísticos competitivos - Parte 1 - Fuente: elaboración propia basada en (Sector, 2005)

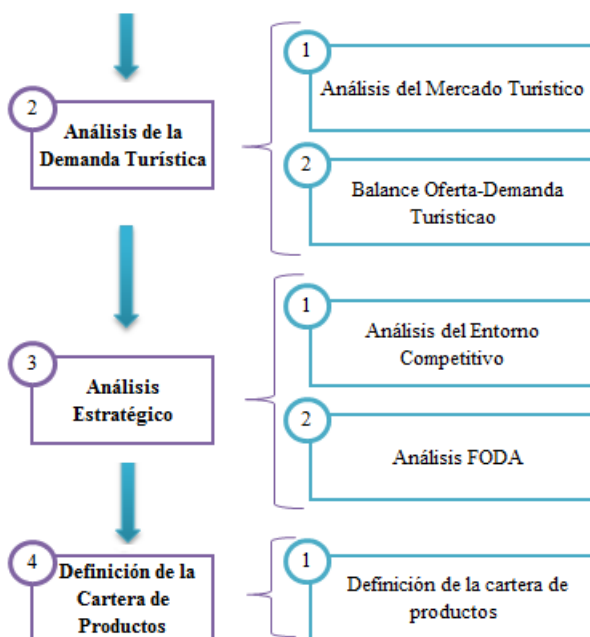


Figura 3.24: Metodología para determinar productos turísticos competitivos - Parte 2 - Fuente: elaboración propia basada en (Sectur, 2005)

Análisis de la metodología

Esta metodología, presenta claramente una serie de etapas que deben seguirse de forma secuencial para lograr el objetivo deseado, que para este caso consiste en determinar productos turísticos competitivos. Las cuatro etapas que componen esta metodología, corresponden a una serie de análisis tanto estratégico, como de la oferta y demanda turística, además de la definición de la cartera de productos turísticos como etapa final. Dentro de cada una de las etapas, el documento es muy claro y expone tanto los elementos que deben analizarse como los diferentes métodos para llegar a la información requerida por cada análisis. Con respecto al análisis de la oferta turística, se incluye tanto el atractivo turístico, traducido en inventario turístico, como la infraestructura y planta turística -a las que el autor denomina infraestructura disponible y servicios turísticos- analizando múltiples elementos pertenecientes a estos últimos y definiendo en detalle el procedimiento a seguir. Por otro lado, cabe resaltar que se analiza la superestructura turística correspondiente al destino.

3.12. Metodología 12: Modelo FAS

3.12.1. Introducción

El modelo FAS propuesto por la OMT, fue empleado tanto por (Pupo, 2006) en su artículo titulado “El batey azucarero como atractivo turístico. Un caso de estudio en Camagüey”, como por (Aburrá, 2008) en el Plan de Desarrollo Turístico del Valle de Aburrá, pues según estos autores, el modelo distingue entre factores, atractivos y sistemas de soporte, los cuales permiten el análisis y evaluación de los atractivos naturales, los modificados por el hombre y los culturales de un territorio, para ser convertidos en productos a partir del análisis de sus recursos naturales, humanos y de capital junto con el soporte de transportes, hospedajes y servicios complementarios.

Es de mencionar, que el (Aburrá, 2008) además de emplear este modelo, elaboró un análisis de Fortalezas, Limitaciones, Oportunidades y Riesgos (F.L.O.R.) para cada uno de los ejes: sociocultural, ambiental, económico y jurídico normativo, con el fin de evaluar las potencialidades del territorio, y la matriz de Causa y Efecto, la cual define como “una secuencia tipo diagrama, o columnas que muestra una relación entre una característica tipo efecto de un sistema o estructura y los factores que interactúan o influyen en él. Es muy útil para encontrar las causas de los problemas” (Aburrá, 2008) (p.68).

3.12.2. Propuesta del autor

Este modelo, propuesto por la Organización Mundial del Turismo (OMT), es una herramienta que permite clasificar cada uno de los elementos que hacen parte de un destino turístico. Dicho modelo presenta los tres elementos fundamentales que componen un destino turístico, estos son: factores o recursos, atractores y sistemas de apoyo, los cuales se describen a continuación, tomando algunos apartes de la construcción realizada por (Gallego y A., s.f.). (ver figura 3.25).

1. Factores o recursos

Por factor turístico o recurso turístico entendemos aquellos elementos que por sí mismos o en combinación con otros pueden despertar el interés por visitar una determinada zona o región. Es decir, todo elemento capaz de generar desplazamientos turísticos. Los recursos del destino turístico comprenden los factores productivos de éste. Este modelo clasifica los recursos turísticos o factores en las tres categorías siguientes:

- a. Naturalia: tierra, agua y otros.*
- b. Humania: recursos humanos, herencia cultural, condiciones de trabajo.*
- c. Capitalia: capital financiero, capital físico y otros.*

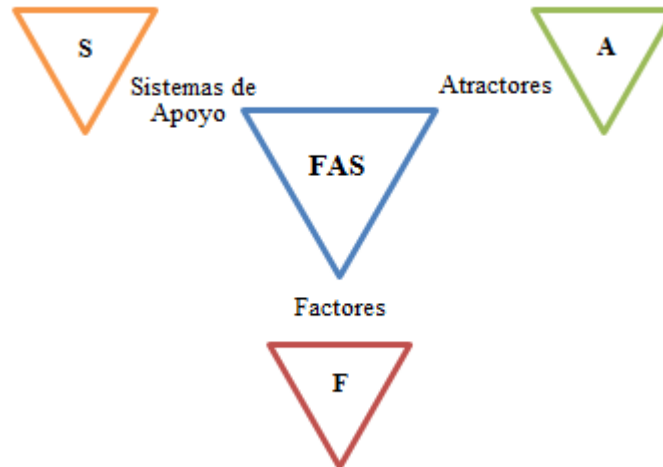


Figura 3.25: Modelo FAS - Fuente: elaboración propia basada en (Gallego y A., s.f.)

En el esquema siguiente, vemos una clasificación de los factores o recursos turísticos según el modelo FAS.

1.1. Naturalia

Los recursos naturales son aquellos que se encuentran en el entorno natural y se caracterizan por ser:

- Escasos.
- Consumidos por el uso.
- Distintos según el lugar o el tipo de actividad turística.
- Según el modelo FAS, podemos descomponer naturalia en tres elementos:
- Tierra (Relieve)
- Agua (Hidrografía)
- Otros (El clima, La vegetación y la fauna)

1.2. Humania

Los recursos humanos o factores humanos comprenden todos aquellos recursos que están relacionados con el hombre. La categoría humana estaría compuesta por los siguientes elementos:

- Recursos humanos.
- Herencia cultural.
- Condiciones de trabajo.

1.3. Capitalia

Los recursos económicos tienen una importancia vital para el turismo, provengan del sector público o del sector privado. Hasta no hace muchos años, el turismo era considerado como una actividad de escasa relevancia, y no era objeto de atención preferente por los gobiernos, que lo dejaban

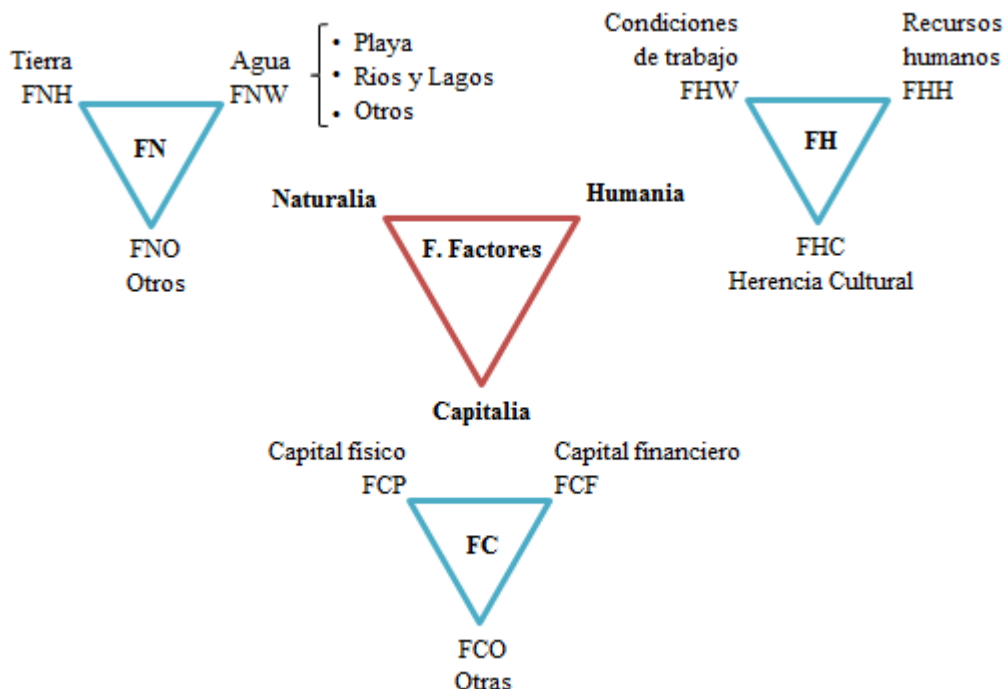


Figura 3.26: Factores - Fuente: (Gallego y A., s.f.)

totalmente en manos del sector privado. Desde hace unos años, está surgiendo una nueva relación entre lo público y lo privado, y ya no se concibe el turismo como un sector exclusivo de la iniciativa privada. Las iniciativas turísticas no sólo necesitan los recursos (naturales, humanos, capital) y atractores, sino también otro tipo de apoyos como las infraestructuras, los servicios, las comunicaciones y los transportes. Su realización requiere la aportación de capitales, tanto privados, como públicos. Dentro de la dimensión capitalia, podemos identificar los siguientes elementos:

- Capital financiero.
- Capital físico.
- Potencial para atraer capital.

2. Los atractores

Los atractores son las variables que se conforman como atracción turística del destino y cuya importancia o peso depende del tipo de destino de que se trate. Los atractores turísticos serían aquellos elementos naturales, culturales o realizados por la mano del hombre que, combinados con los recursos turísticos, son capaces de motivar un desplazamiento a un determinado destino turístico. En el siguiente gráfico establecemos una clasificación de los atractores.

Seguindo esta clasificación, podemos dividir los atractores turísticos en:

- a. **Naturales.** Son aquellos que utilizan los recursos naturales para convertir una zona en un destino turístico. Podemos destacar entre ellos los parques naturales, los cruceros o las zonas de playa.
- b. **Culturales.** Aquellos cuya finalidad es potenciar destinos con un fuerte potencial cultural. Entre los ejemplos más conocidos están las ciudades históricas y los museos.

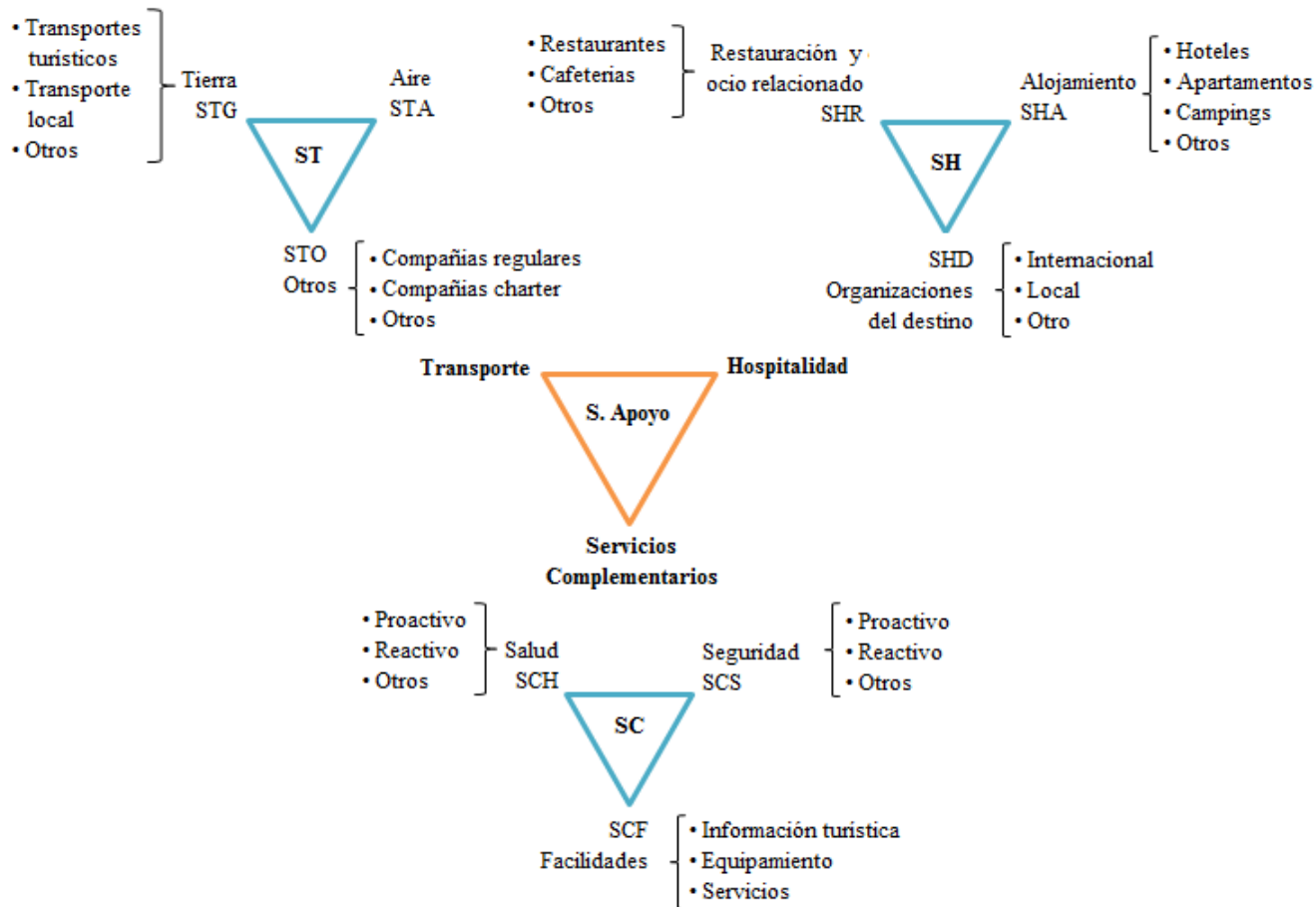


Figura 3.28: Soportes - Fuente: (Gallego y A., s.f.)

Los medios de transporte están muy ligados al turismo. De hecho, las primeras definiciones de turismo enfatizaban precisamente la utilización de medios de transporte para el desplazamiento. El abaratamiento de los costes de todos los medios de transporte promueve el aumento de los viajes y posibilita el turismo de masas. Las mejoras introducidas en los medios de transporte (ya sean en seguridad, aumento de la velocidad) hacen posible viajes más largos y más lejanos y favorecen la creación de nuevos destinos turísticos. La utilización del transporte privado permite mayor independencia y libertad a la hora de desplazarse. Una zona con buenas comunicaciones y medios de transporte eficaces tendrá mayores posibilidades de convertirse en un destino turístico. Este medio de transporte se utiliza principalmente para los viajes nacionales, entre ciudades y para distancias no muy grandes. En la última década del siglo XX, el transporte por ferrocarril ha aumentado sensiblemente con la puesta en marcha de los llamados “trenes de alta velocidad”. Por comodidad, rapidez y economía han llegado a sustituir al avión en algunos casos aislados. Las carreteras han sido y son uno de los medios de transporte más utilizados para desplazarse a algunos destinos turísticos, dependiendo de las zonas en la que nos encontremos. La red marítima es la más antigua de los transportes de gran capacidad, y fue competitiva hasta principios del siglo XX. Sería superada primero por el ferrocarril, luego por las carreteras (automóviles) y actualmente por el avión. La red aérea es la más reciente de las redes de comunicación y la que más ha contribuido a la consolidación del turismo de masas. Esta red se encuentra en un continuo cambio, como demuestra el

auge actual de las compañías aéreas de bajo coste. Estas compañías están revolucionando el sector turístico y especialmente el sector aéreo. No debemos olvidar que, hasta hace poco tiempo, era un sector en el que predominaba la intervención pública (empresas nacionales, empresas reguladas) y en la actualidad es un sector que funciona ajustándose a las leyes del mercado.

3.2. El alojamiento

El alojamiento constituye un elemento de apoyo fundamental para la actividad turística. Hay una gran variedad de tipos. Podemos distinguir entre:

- a. Alojamientos hoteleros. Son los más importantes, puesto que son también los más demandados por el turismo de masas. Existe mucha diversidad de alojamientos, estructurados en categorías (por estrellas es lo más común). Si bien la mayor parte del sector está formado por muchas pymes, en los últimos años se viene observando una tendencia hacia la concentración empresarial. En general, se considera que los hoteles son una fuente de riqueza para las comunidades locales donde se establecen debido al flujo económico que ello comporta.*
- b. Los alojamientos extrahoteleros. Como son los apartamentos de uso turístico, campings, residencias, redes de albergues de la juventud o casas rurales, están dirigidos a aquel sector de la población que busca otro tipo de turismo. La mayoría de estos establecimientos son pymes, y suelen ser empresas familiares, si bien en zonas turísticas importantes es común la presencia de corporaciones empresariales.*
- c. La segunda residencia. En muchos destinos turísticos, junto a los alojamientos propiamente turísticos, hay importantes núcleos de segundas residencias. No existe una única opinión sobre la relación entre segunda residencia y turismo. Para algunos autores, la relación con la actividad turística es nula y, en consecuencia, no consideran que forme parte del sector turístico. Para otros, por el contrario, el turismo residencial debe incluirse como un tipo de turismo con impactos específicos.*

3.3. Los servicios complementarios

El turista exige, cada vez más, mayores y mejores prestaciones para que su estadía sea lo más agradable posible. Los servicios complementarios contribuyen a mejorar la experiencia del turista en el destino. Con esta finalidad, podemos mencionar algunos aspectos que hay que tener en cuenta, como son:

- a. Salud. Los servicios sanitarios pueden estar bajo responsabilidad directa del sector público o podemos encontrar tanto servicios públicos como privados. La importancia de estos servicios queda demostrada si consideramos que los países que sufren enfermedades endémicas suelen recibir menor flujo de turistas.*
- b. Seguridad. La seguridad es un bien público y en un destino turístico dependerá, principalmente, de la dotación de policía, aunque puede haber empresas privadas de seguridad en espacios privados, guardacostas, etc.*
- c. Otras facilidades turísticas, como la información (oficinas de información turística, etc.), oficinas bancarias, servicio de correo, telefonía, etc.*

3.12.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 12	
Título:	Modelo FAS (Factores, Atractores y Sistemas de apoyo)
Citada en:	La estructura de los sistemas turísticos
Autor:	Organización Mundial del Turismo OMT
Ciudad:	España
Descripción:	La OMT, plantea el modelo FAS como una herramienta que permite clasificar cada uno de los elementos que hacen parte de un destino turístico. Dicho modelo presenta tres elementos fundamentales que componen un destino turístico, estos son: factores o recursos, atractores y sistemas de apoyo.
Etapas:	Ver figura 3.29.
Instrumentos de recolección de la información:	No presenta
Implementada en:	<ul style="list-style-type: none"> • "El batey azucarero como atractivo turístico. Un caso de estudio en Camagüey" (Pupo, 2006). • Plan de Desarrollo Turístico del Valle de Aburrá. (Área-Metropolitana-del-Valle-de-Aburrá, 2007)

Tabla 3.13: Cuadro resumen metodología 12 - Fuente: elaboración propia

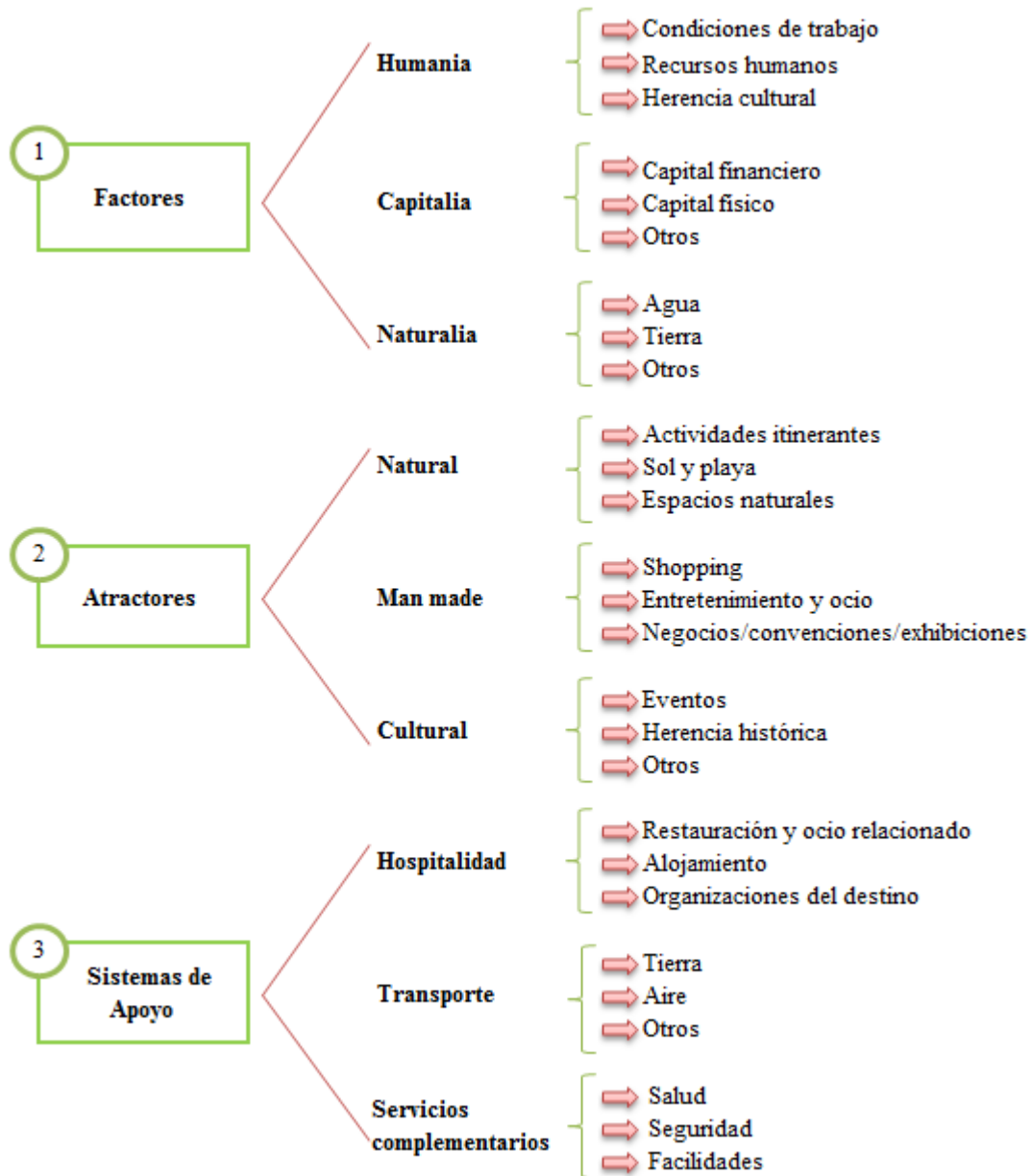


Figura 3.29: Modelo FAS y componentes - Fuente: elaboración propia basada en (Gallego y A., s.f.)

Análisis de la metodología

El modelo FAS expone una serie de elementos que configuran un destino turístico, los cuales deben tenerse en cuenta para analizar este último y clasificar cada uno de sus componentes, sin embargo, este modelo no presenta una metodología para analizar los elementos que menciona, es decir, no expone una serie de pasos a seguir para analizar un destino turístico. Este modelo expone tres elementos principales -Factores, Atractores y Sistemas de apoyo- los cuales poseen a su vez unos componentes, dentro de los que puede deducirse lo siguiente: No se incluyen elementos relacionados con la demanda turística, pero sí con la oferta y los atractivos turísticos. Con respecto a la oferta turística, se incluyen algunos componentes como el alojamiento, la restauración y el transporte, los cuales pueden clasificarse como elementos de la planta turística, sin embargo, no se enfatiza en componentes de la infraestructura y la superestructura del destino a pesar de que en el elemento “Factores” se menciona la importancia que tienen tanto las entidades públicas como privadas en un destino a través de la inversión y el gasto público, entre otros, orientados a mejorar la infraestructura y demás aspectos importantes para la actividad turística del destino. Adicionalmente, dentro de la oferta, puede clasificarse también lo que en el modelo denominan “servicios complementarios”, compuesto por salud, seguridad y facilidades, lo cual está orientado a mejorar la atención al turista. Finalmente, respecto a los atractivos turísticos, se rescatan del modelo dos de sus elementos fundamentales, como son los “factores” y “atractores” pues a través de esta clasificación se puede conocer los recursos existentes con potencial y los atractores que combinados con los recursos turísticos, son capaces de motivar un desplazamiento a un determinado destino turístico. Sin embargo, como ya se mencionó, no se propone metodología para analizarlos ni para generar un inventario turístico.

3.13. Metodología 13: Análisis de demanda y oferta actual y potencial de productos turísticos sostenibles en el área de influencia de los tramos 2 y 3 del Corredor Vial Interoceánico Sur (CVIS)

3.13.1. Introducción

La metodología que se presenta a continuación, fue creada para un caso específico de estudio que lleva por título “Análisis de demanda y oferta actual y potencial de productos turísticos sostenibles en el área de influencia de los tramos 2 y 3 del Corredor Vial Interoceánico Sur (CVIS)”, el cual tuvo como objetivo general “determinar las principales características como recursos turísticos con los que cuenta los tramos 2 y 3 del Corredor Vial Interoceánico Sur (CVIS) considerando su atractivo, infraestructura, estructura y superestructura turística mediante el análisis de la oferta y demanda turística” (Asociación ODEBRECHT Perú, 2010). En este estudio, se analiza tanto la demanda como la oferta turística, y aunque se plantea una metodología de trabajo para cada uno de ellos, será objeto de análisis para la presente investigación la metodología utilizada para analizar la oferta turística, teniendo en cuenta que la propuesta resultado de esta investigación está orientada a la oferta.

3.13.2. Propuesta del autor

Para esta fase, oferta turística, se tuvo como objetivo general: “determinar las principales características (recursos, potenciales y atributos turísticos) con los que cuenta los tramos 2 y 3 del CVIS considerando su atractivo, infraestructura, estructura y superestructura turística a nivel de sense of place; así como la percepción local sobre el desarrollo turístico.” (Asociación ODEBRECHT Perú, 2010) (p.11), de este modo, con el fin de lograr el objetivo planteado anteriormente, se siguió una metodología compuesta por dos etapas generales: la primera, denominada “trabajo de gabinete” y la segunda “trabajo de campo”, las cuales son descritas a continuación, tal como lo presenta el autor:

Trabajo de gabinete:

1. *Recopilación y análisis de información de fuentes secundarias: de las principales características de cada una de las regiones comprendidas en los tramos 2 y 3 del Corredor Vial Interoceánico Sur (CVIS) como recursos/productos turísticos mediante el uso de fuentes secundarias.*
2. *Elaboración del formulario Ficha de Inventario de Planta Turística y llenado preliminar: con la finalidad de estandarizar la información recabada, se diseñó un formulario estructurado para el levantamiento de información de la infraestructura, estructura y superestructura turística de cada una de las regiones por las que pasan los tramos 2 y 3 del Corredor Vial Interoceánico Sur. Así mismo, las fichas de los sitios fueron llenadas de forma preliminar con la información secundaria recabada y analizada durante el trabajo de gabinete.*
3. *Elaboración de Guía de Pautas para entrevista a líderes de opinión local: a fin de poder realizar las entrevistas en profundidad a los líderes locales de opinión; y uniformizar la información a ser recopilada durante la visita de campo, se elaboró una guía de pautas.*

Trabajo de campo:

1. *Reconocimiento y análisis de las zonas de influencia (altoandina, selva alta y selva baja): se establecieron las características y principales fortalezas para determinar, en cada caso, la “vocación de sitio”⁴ buscando atribuirles una identidad y un sentido a la experiencia de viaje de los turistas extranjeros de acuerdo a la oferta existente.*
2. *Evaluación de la percepción local sobre la actividad turística: Análisis y evaluación de las conversaciones realizadas con los promotores de las iniciativas de desarrollo local, desde su punto de vista, las gestiones públicas y privadas desarrolladas en las zonas, principales aspectos a ser considerados para la creación de valor.*

De esta manera, se llevó a cabo una evaluación in situ de cada uno de los recursos turísticos existentes en los tramos 2 y 3 del Corredor Vial Interoceánico Sur, teniendo en cuenta no solo la percepción de los consultores que realizaron la visita de campo sino también la información obtenida de las entrevistas realizadas a líderes locales y fuentes secundarias, acerca de los recursos turísticos y de las actividades actuales y potenciales. Esta evaluación se realizó por localidades y en ella se tuvo en cuenta los siguientes ítems: Recurso/Atractivo (descripción y atributo especial), Tipo de turismo, Actividades turísticas (actuales y potenciales), Observaciones.

Posteriormente se seleccionaron, en cada zona de influencia analizada (altoandina, selva alta y selva baja), los principales recursos turísticos con potencial para convertirse rápidamente en atractivos turísticos, para los que se determinó, partiendo de sus características, posibles tipos de turistas interesados en visitar estos recursos turísticos potenciales, es decir, un posible nicho de mercado.

Consiguientemente, para cada recurso potencial turístico seleccionado de la zona, se evaluó la planta turística existente a través de la ficha de evaluación diseñada en el trabajo de gabinete, en la que resumidamente se evalúa con respecto a la infraestructura turística: las vías de acceso y desplazamiento interno, los servicios básicos y comunicaciones y la limpieza y ornato. Con respecto a la estructura turística, se evalúa, el transporte, los alojamientos, los alimentos y bebidas, las agencias de viajes y el entretenimiento, y por último la superestructura.

Finalmente se evaluó la competitividad de cada recurso turístico seleccionado con respecto a los recursos y el entorno, evaluando por un lado, los recursos creados, heredados y complementarios, y por otro lado, las políticas de gestión, condiciones de venta y condiciones para el desarrollo.

⁴Vocación del sitio: Definido como los atributos que dan al área analizada características especiales, que le pueden diferenciar de su competencia. (Asociación ODEBRECHT Perú, 2010) (p. 12).

3.13.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 13	
Título:	Análisis de la oferta turística
Citada en:	Artículo: Análisis de Demanda y Oferta Actual y Potencial de Productos Turísticos Sostenibles en el Área de Influencia de los Tramos 2 y 3 del Corredor Vial Interoceánico Sur (CVIS) (pág. 11-62)
Autor:	Asociación Odebrecht Perú
Año:	2010
Ciudad:	Perú
Descripción:	La presente metodología de análisis de destinos, fue creada específicamente para el caso práctico denominado “Análisis de Demanda y Oferta Actual y Potencial de Productos Turísticos Sostenibles en el Área de Influencia de los Tramos 2 y 3 del Corredor Vial Interoceánico Sur (CVIS)”, el cual expone en su contenido una metodología para analizar tanto la demanda como la oferta turística. Esta última metodología relacionada con la oferta, estaba dirigida a determinar las principales características (recursos, potenciales y atributos turísticos) con los que cuenta los tramos 2 y 3 del CVIS considerando su atractivo, infraestructura, estructura y superestructura turística a nivel de <i>sense of place</i> ; así como la percepción local sobre el desarrollo turístico.
Etapas:	Ver figura 3.30., la cual incluye tanto la metodología descrita por el autor, como la extracción que se logró hacer del análisis in situ realizado por este mismo, redactado en el párrafo anterior.
Instrumentos de recolección de la información:	<ul style="list-style-type: none"> Ficha preliminar del inventario de la planta turística, que incluye el análisis de la infraestructura, la superestructura y la estructura o también llamada planta turística.
Implementada en:	Esta metodología fue creada e implementada en un mismo caso específico denominado: Análisis de Demanda y Oferta Actual y Potencial de Productos Turísticos Sostenibles en el Área de Influencia de los Tramos 2 y 3 del Corredor Vial Interoceánico Sur (CVIS) (Asociación ODEBRECHT Perú, 2010)

Tabla 3.14: Cuadro resumen metodología 13 - Fuente: elaboración propia

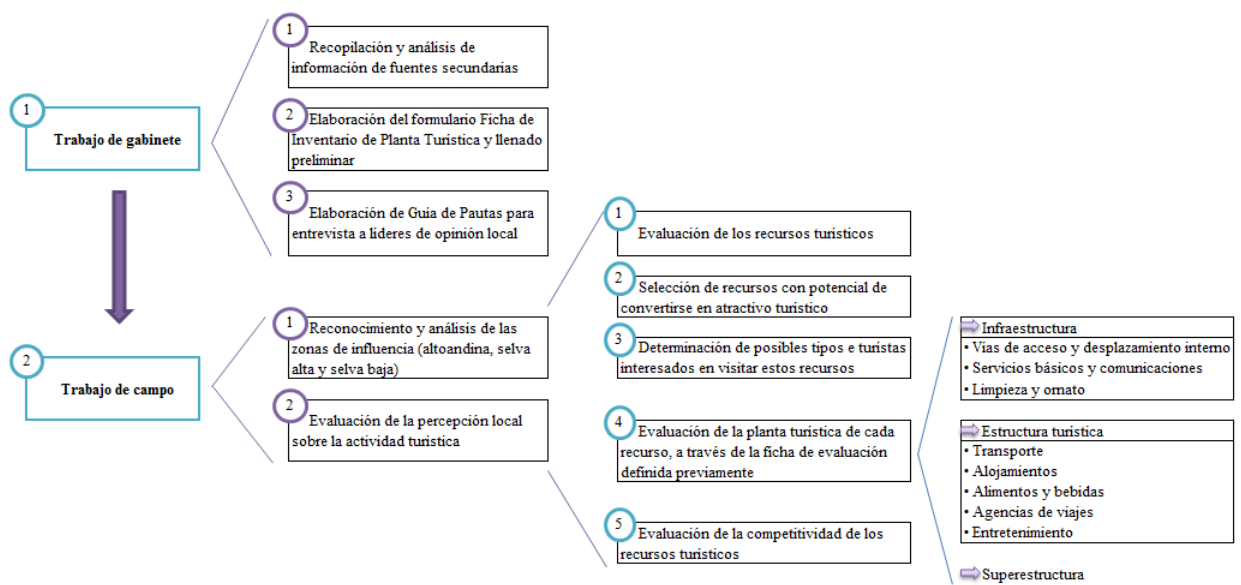


Figura 3.30: Metodología de trabajo utilizada en la evaluación de la oferta turística - Fuente: elaboración propia basada en (Asociación ODEBRECHT Perú, 2010)

Análisis de la metodología

Esta metodología, expone tanto los elementos a evaluar como los pasos a seguir para analizar la oferta turística de un destino, anexando, además, una ficha para recolectar la información relevante para el análisis.

Dentro del análisis de la oferta turística, se incluye el análisis de los atractivos, el cual comprende la evaluación de los recursos turísticos y la selección de aquellos con potencial para convertirse en atractivos turísticos.

Con respecto a la oferta turística como tal, se analiza, tanto la infraestructura como la planta turística y la superestructura. Para el primero de estos se estudian las vías de acceso y desplazamiento interno, los servicios básicos y las comunicaciones, y, la limpieza y ornato; respecto a la planta, se analiza el transporte, alojamientos, alimentos y bebidas, agencias de viajes y entretenimientos.

Finalmente, es necesario mencionar que esta metodología propone además, un análisis competitivo para cada recurso identificado con potencial y la definición de un posible turista interesado en visitar el recurso.

3.14. Metodología 14: Impulso a las prácticas de turismo con base local y negocios inclusivos turísticos en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo del Qhapac-Ñan o Camino Principal Andino. Análisis de la oferta turística.

3.14.1. Introducción

En el capítulo II del artículo denominado: “Impulso a las prácticas de turismo con base local y negocios inclusivos turísticos en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo del Qhapac-Ñan o Camino Principal Andino. Análisis de la Oferta Turística.” (Gómez Salgado, 2012), se lleva a cabo un análisis detallado de la oferta turística existente en las cuatro rutas principales que forman parte del Qhapac-Ñan o Camino Principal Andino en la región sur del Ecuador.

3.14.2. Propuesta del autor

La metodología que (Gómez Salgado, 2012) (p.5) empleó en el análisis de la oferta turística, se expone a continuación:

El análisis de la Oferta Turística se ejecutó a través del levantamiento de información resultado de la aplicación de encuestas en establecimientos del Sector Turístico y Hotelero dentro de las comunidades que forman parte de la Ruta del Qhapac-Ñan. La encuesta aplicada se divide en cinco apartados: El inicial, que constituye la identificación y caracterización general de la Empresa Pymes o Institución, relacionado con la tipología del establecimiento, antigüedad, permisos de funcionamiento, clasificación por parte del Ministerio de Turismo, Categoría, Empleados, Capacitación, Características de las Instalaciones e Infraestructura básica; un apartado correspondiente a Empresas de Alojamiento, Un tercer apartado establecido para Empresas de Alimentos y Bebidas, un cuarto apartado establecido para Empresas de Actividades Turísticas (No Alojamiento y No Gastronomía) y finalmente un último apartado en donde se analiza de manera global a las empresas, sus canales de distribución, métodos de promoción, conocimiento acerca de la Ruta y su interés en participar en el Proyecto.

Para efectos del análisis de la oferta turística, (Gómez Salgado, 2012) (p.33), agrupa los subsectores que constituyen el núcleo de la oferta en tres grandes grupos que define de la siguiente manera:

3.14. Metodología 14: Impulso a las prácticas de turismo con base local y negocios inclusivos turísticos en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo del Qhapac-Ñan o Camino Principal Andino. Análisis de la oferta turística.

161

- a. *Establecimientos de Alojamiento:* Según la Ley de Turismo ecuatoriana “son alojamiento los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.” En esta definición se incluyen: hoteles, hoteles residencia, hostales, hostales residencia, pensiones y hospedaje comunitario.
- b. *Establecimientos de Alimentos y Bebidas:* Son todos aquellos establecimientos que mediante precio, brindan un servicio de alimentación bebidas a las personas. Dentro de ellos se incluyen: restaurantes, cafeterías, bares, fuentes de soda y peñas.
- c. *Empresas de Actividades Turísticas (No Alojamiento y No Gastronomía):* Como su nombre lo indica son establecimientos que permiten la ejecución de actividades de carácter turístico, sin pertenecer a la clasificación anterior. Dentro de ellas se encuentran las Agencias de Viajes, Empresas de Banquetes/Eventos y Fundaciones.

3.14.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 14	
Título:	Análisis de la oferta turística
Citada en:	Artículo: Impulso a las prácticas de turismo con base local y negocios inclusivos turísticos en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo del Qhapac-Ñan o Camino Principal Andino. Análisis de la Oferta Turística. (pág. 33-84)
Autor:	Diana Margarita Gómez Salgado
Año:	2010
Ciudad:	Ecuador
Descripción:	En el capítulo 2 del artículo ya mencionado, se desarrolla el análisis de la oferta turística de los destinos ubicados a lo largo del Qhapac-Ñan o Camino Principal Andino, al sur de Ecuador, a partir del cual se logró extraer una estructura metodológica donde se rescatan tanto los elementos como la metodología inicial que plantea el autor. Cabe mencionar que esta metodología fue creada para este caso práctico en específico.
Etapas:	Ver figura 3.31. y 3.32., en las cuales se presenta una estructura metodológica construida a partir de la información que el autor detalla tanto en la metodología de trabajo como en los resultados del análisis realizado.
Instrumentos de recolección de la información:	<ul style="list-style-type: none"> Formulario de encuesta empresarial que incluye cada uno de los elementos mencionados en la figura
Implementada en:	Esta metodología fue creada e implementada en un mismo caso específico denominado: Impulso a las prácticas de turismo con base local y negocios inclusivos turísticos en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo del Qhapac-Ñan o Camino Principal Andino. Análisis de la Oferta Turística. (Gómez, 2012)

Tabla 3.15: Cuadro resumen metodología 14 - Fuente: elaboración propia

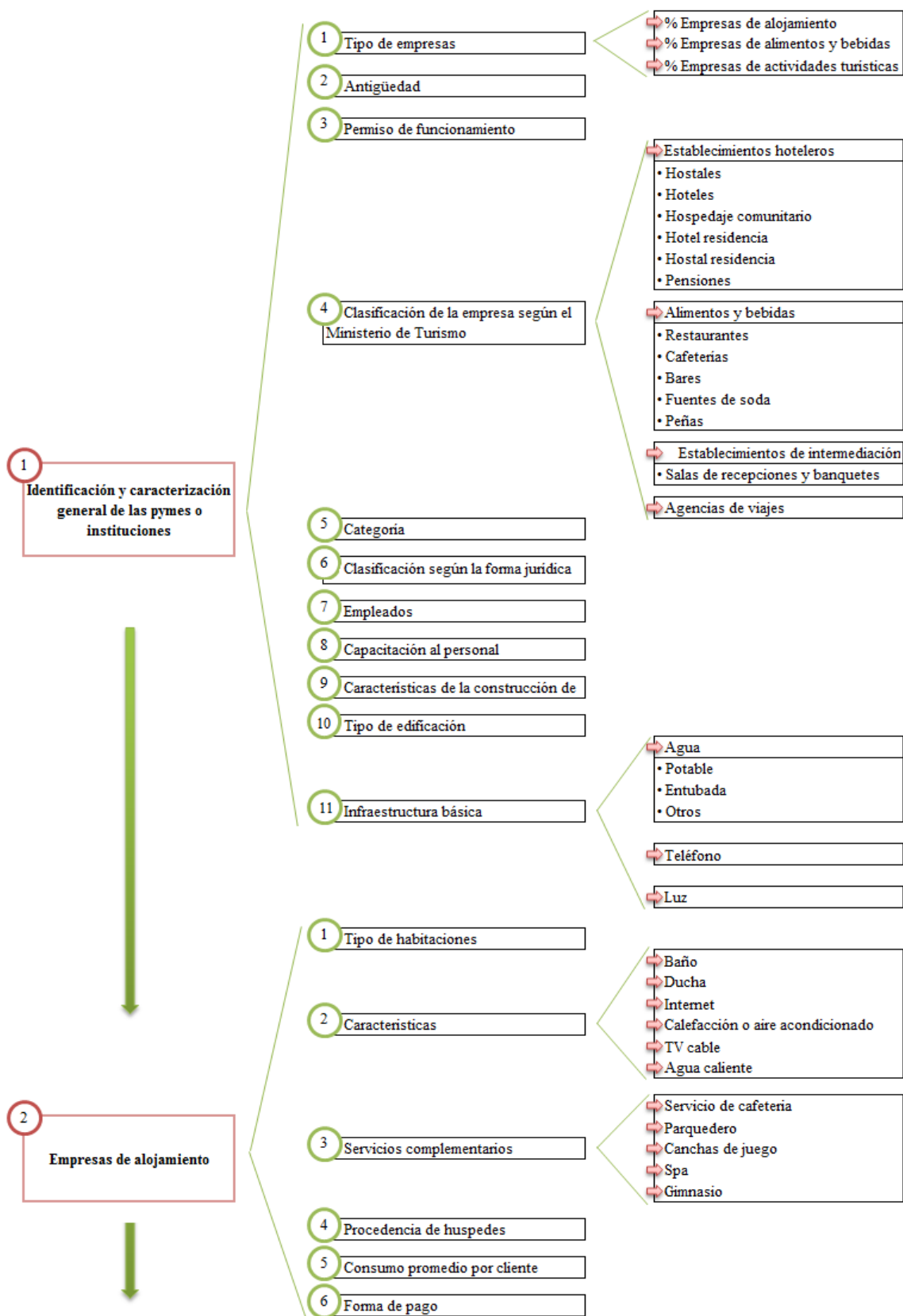


Figura 3.31: Metodología de análisis de la oferta turística - Parte 1 - Fuente: elaboración propia basada en (Ejarque, 2005)

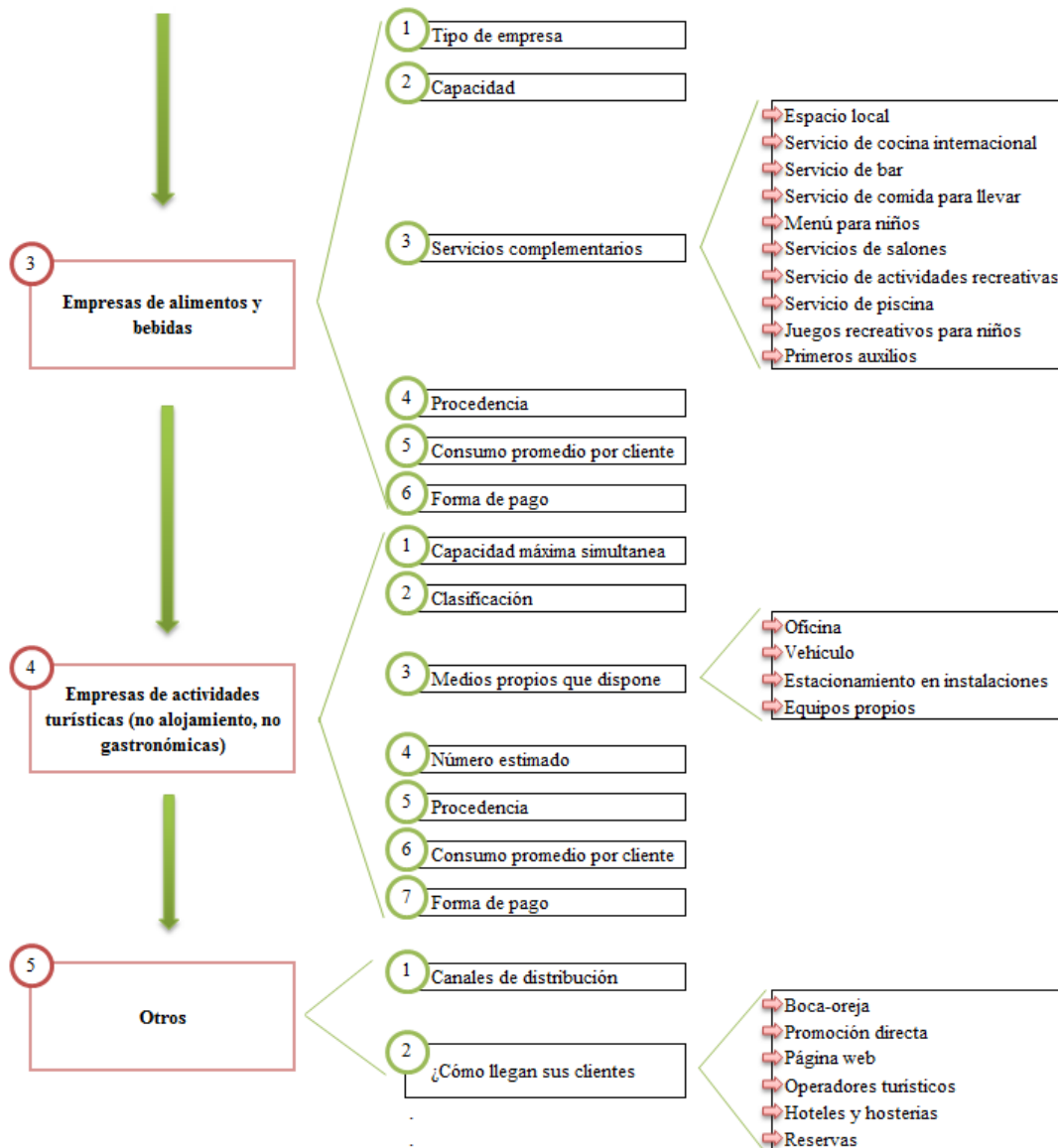


Figura 3.32: Metodología de análisis de la oferta turística - Parte 2 - Fuente: elaboración propia basada en (Ejarque, 2005)

Análisis de la metodología

A pesar de que el autor, menciona inicialmente como metodología, el desarrollo de una encuesta y cada una de sus partes, se logró extraer elementos relevantes del artículo, construyendo de esta manera una estructura metodológica que incluye tanto los elementos a evaluar como aquellos aspectos que deben estudiarse para cada elemento.

Esta metodología está orientada al análisis de la oferta turística de un destino, y por lo tanto deja de lado otro tipo de análisis tales como de la demanda y de los atractivos turísticos.

Dentro de la oferta, puede deducirse que analiza la planta turística pues incluye en su análisis las empresas de alojamiento, de alimentos y bebidas, y de actividades turísticas. Respecto a la infraestructura, menciona en general los servicios de agua, energía y teléfono, dejando de lado otros aspectos importantes como las vías de acceso. Finalmente, es de mencionar que no se analiza la superestructura.

3.15. Metodología 15: Análisis diagnóstico general del turismo en Panamá

3.15.1. Introducción

Este documento, corresponde al diagnóstico de la situación actual del turismo en Panamá, como primera etapa en la construcción del Plan Maestro de Turismo, dicho diagnóstico incluye el análisis de aspectos relacionados con la infraestructura de transporte, la accesibilidad exterior y la infraestructura básica y de saneamiento, así como de la oferta y demanda turística, competitividad, productos, análisis DOFA, entre otros.

El estudio de la oferta turística incluye el análisis y valoración de los recursos turísticos, la evaluación del plan maestro de desarrollo turístico y su grado de cumplimiento en cuanto a ordenamiento espacial, el modelo de desarrollo del turismo propuesto y la zonificación turística resultante del momento, así mismo, el análisis de la industria turística y la identificación de las regiones turísticas consolidadas y potenciales en el año 2007.

3.15.2. Propuesta del autor

A continuación, se presenta la metodología empleada por (Tourism & Leisure Europraxis Consulting, 2008) para llevar a cabo el diagnóstico de la situación turismo en Panamá.

El plan de trabajo del Plan Maestro de Turismo Sostenible de Panamá 2007-2020 se inició con una reunión de arranque entre el equipo consultor (T&L) y el beneficiario (IPAT). La reunión tuvo como finalidad el establecimiento de las bases del proyecto a desarrollar, el ajuste de la metodología propuesta y la fijación de un calendario específico de entrega de informes. El IPAT proporcionó, por su parte, un completo equipo de consultores y homólogos nacionales en diferentes áreas de conocimiento que han apoyado, en lo necesario, al equipo de consultores de T&L. Una parte de los expertos nacionales son empleados del IPAT de manera tal que se propician procesos de transmisión de tecnologías y conocimiento a partir del trabajo en sí mismo, con el objeto de que se “aprenda haciendo” (learning by doing). Para esto, la firma consultora ha solicitado en varias ocasiones al IPAT que designe a las personas que se apropiarán del Plan Maestro y serán sus futuros gestores. Esta medida es fundamental para la sostenibilidad del Plan Maestro, ya que si el personal comprometido con la gestión del mismo no forma parte del proceso de su diseño, las posibilidades de su entendimiento para su posterior ejecución e implementación, se verán reducidas.

Las jornadas iniciales de trabajo con el IPAT contribuyeron a definir el marco de trabajo en el que se va a desarrollar el proyecto. El IPAT proporcionó planes de desarrollo turístico focalizados en regiones y municipios concretos del país, así como información en materia de equipamientos turísticos básicos y complementarios, recursos atractivos turísticos, caracterización y evolución de

la demanda, infraestructuras, recursos humanos, industrias vinculadas y factores socio-económicos de las zonas que resultan relevantes para el proyecto. De la misma manera, durante la fase de elaboración del diagnóstico se obtuvieron otros documentos relevantes que se han considerado en él.

La metodología utilizada se ha aplicado a todas las regiones del país que, según los términos de referencia y lo acordado con el IPAT, forman parte del Plan Maestro: Chiriquí, Bocas de Toro, Veraguas, Coclé, Panamá, Colón, Kuna Yala, Azuero y Darién. En esta etapa, se han tenido en cuenta todos los estudios, proyectos, análisis y documentos realizados con anterioridad para el turismo en Panamá proporcionados por el IPAT. Como paso principal para los análisis se realizaron reconocimientos territoriales, en colaboración con el IPAT, para cada una de las regiones propuestas. En estos reconocimientos se realizaron fichas internas de análisis y evaluación de destinos turísticos que han servido como base para la elaboración del diagnóstico. Desde entonces, el equipo consultor ha ido dando forma al diagnóstico en sus diferentes áreas de análisis apoyándose en una comunicación permanente con las instituciones del sector.

En la tabla anexa en la página siguiente se puede observar claramente la metodología aplicada en la elaboración del diagnóstico y que será descrita con más profundidad en las páginas siguientes.

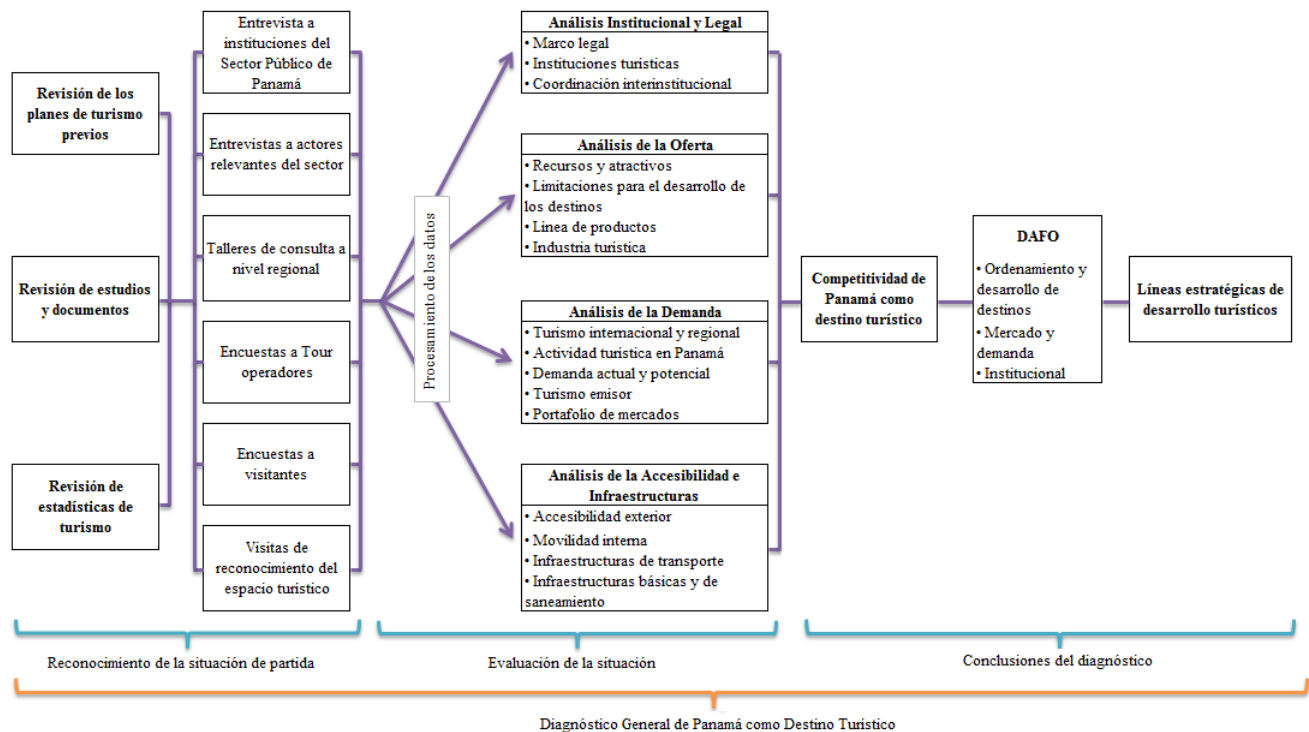


Figura 3.33: Proceso metodológico para el diagnóstico general del turismo - Fuente:(Tourism & Leisure Europraxis Consulting, 2008)

El análisis institucional y legal ha tomado como base las distintas leyes en el ámbito del turismo de Panamá, muy en especial la Ley N°8 aprobada en junio de 1994 y conocida como la legislación de incentivos para el desarrollo turístico. Adicionalmente, se han tenido en cuenta aportaciones de IPAT y documentos proporcionados por el organismo, así como el Proyecto de Reestructuración Institucional del IPAT realizado por la firma Inypsa en 2004.

En el área de accesibilidad e infraestructuras, se han tenido en cuenta estudios realizados en años anteriores (Plan Maestro de Desarrollo Turístico de Panamá 1993-2002), así como planes específicos de las distintas autoridades responsables de la gestión, mantenimiento y construcción de las infraestructuras en estudio. Adicionalmente se han sostenido reuniones con personal de las instituciones relacionadas (Autoridad de Aeronáutica Civil, Autoridad Marítima de Panamá, Autoridad de Tráfico y Transporte Terrestre, Ministerio de Salud e Instituto de Acueductos y Alcantarillado, Tocumen S.A., Tour operadores, etc.) con el objetivo de conocer sus necesidades y obtener información más detallada de los distintos modos de transporte y de los equipamientos del terreno como los servicios de agua. Dichos estudios han servido para elaborar un seguido de medidas y propuestas que se validarán en acorde con las estrategias turísticas a adoptar.

Las directrices que se lleven a cabo tendrán como alcance todo el País, si bien se prestará una especial atención a la recuperación a los recorridos turísticos tradicionales y potenciales, estableciendo los proyectos necesarios para el desarrollo sostenible del turismo en ellos.

A lo largo del documento, se han analizado las infraestructuras implicadas a través de dos enfoques, sus características técnicas y los servicios relacionados con la gestión y explotación de las mismas. El objetivo ha sido no sólo conocer y establecer las capacidades operativas los aeropuertos, puertos, alcantarillado, etc., sino también las facilidades y los atractivos que se ofrecen a los operadores para que desarrollen sus actividades en ellas.

Para abordar el análisis del espacio turístico se ha tomado como base conceptual la teoría del espacio turístico (Planificación del Espacio Turístico. Boullón, 1985) que se aplica en Latinoamérica y que en Panamá ha sido utilizada sin mayores variaciones desde la elaboración del Plan Maestro de Turismo de 1992. “En el ámbito de la planificación, la oferta turística se refiere a los elementos que constituyen la base físico que facilita la realización de las actividades turísticas y, en última instancia, sirve para la configuración de los productos que son colocados efectivamente en el mercado. Estos elementos que son el soporte para la prestación de los servicios turísticos son fundamentalmente: atractivos, infraestructuras y facilidades. Atractivos Turísticos Son las características relevantes de carácter físico-ambiental y de valoración cultural (bienes materiales y patrimonio inmaterial) de lugares, objetos, acontecimientos o manifestaciones, que han sido puestos en valor para el uso turístico. Infraestructuras Turísticas Son los equipamientos, instalaciones, sistemas de vialidad, nodos de transporte, accesibilidad y conectividad que permiten la interacción de los espacios turísticos y los habilitan para la prestación de servicios al visitante. También se incluyen los servicios básicos (redes y sistemas) de agua potable, energía, alcantarillado, desechos sólidos y de comunicaciones, que pueden ser de uso turístico exclusivo o que se comparten como servicios con las poblaciones locales. Facilidades Turísticas Comprende el conjunto de edificaciones o locales en los que se genera la prestación de los servicios turísticos. Su localización y categoría posibilitan la visita turística y determinan la calidad del servicio. Aunque cada país tiene su propio sistema de registro y categorización, se pueden clasificar en facilidades turísticas para:

- a.** Alojamiento: hotelero y extra-hotelero;
- b.** Restauración: alimentos y bebidas;
- c.** Esparcimiento: atracciones y lugares de diversión;

- d. *Intermediación y comercialización: agencias y operadoras, comercios turísticos; y,*
- e. *Facilitación e interpretación: puntos de información, de atención, de auxilio y/o de registro de visitantes, banca en línea, telecomunicaciones, centros de interpretación y de visitantes, entre otros.*

En el orden físico-ambiental se considera fundamental el conocimiento del espacio, tanto por ser el soporte real de las actividades turísticas referidas a los atractivos, como bajo consideraciones de índole económica donde priman aspectos relacionados con la localización de las inversiones, la segmentación y distribución de la demanda, además de la situación de la competencia.

Como punto de partida para la planificación del turismo se determinan dos categorías espaciales que facilitan el análisis territorial:

Espacio Natural: Aquel que mantiene los procesos ecológicos esenciales. Se clasifica como áreas naturales primitivas y áreas naturales intervenidas.

Espacio Cultural: Resultado de la modificación antrópica sobre el medio natural. Se clasifica en áreas urbanas, áreas rurales y espacios artificiales o tecnológicos.

Para efectos de la planificación del desarrollo turístico, el análisis espacial se realiza determinando unidades espaciales de diferente magnitud y valor, que se conforman por la concentración e interrelación de los atractivos, infraestructuras y facilidades, a las que se denomina Unidades de Interés Turístico...

Se ratifica el criterio de que el espacio turístico no es continuo en el territorio, ya que excluye aquellas áreas en las que los atributos de atractivo y los soportes para la operación no son determinantes. La delimitación de los destinos regionales no puede ser rígida en cuanto a definir límites físicos o políticos, sino que su alcance y extensión están supeditados a la consolidación de los “nodos de conectividad”, así como a la solidez de los vectores para el desarrollo de producto, por lo que la planificación turística debe recurrir al método de aproximaciones sucesivas y contar con la aplicación de sistemas de monitoreo y estadística que realimenten el proceso.” (Tomado de “Notas sobre la Planificación del Desarrollo Turístico”. David Parra Bozzano / AECIT, 2003)

Este planteamiento de análisis de la oferta turística y de estructuración espacial se ha adaptado conforme los requerimientos de los Términos de Referencia para la elaboración del Plan Maestro de Panamá, que plantea evaluar “regiones turísticas”. Para lograr una coherencia conceptual se ha considerado introducir el concepto de “Destinos Turísticos” como unidades de interés turístico que desagregan las “regiones”, en razón de que a partir de la etapa de Diagnóstico se puede orientar una aproximación hacia la fase de propuesta para que, en la medida de la madurez de las capacidades locales, sea posible conformar estructuras para la gestión de los destinos identificados, que hagan viable la posterior administración y la promoción.

Para el estudio y definición de la demanda turística de este diagnóstico, se consultaron los siguientes, estudios y documentos elaborados previamente tanto por el IPAT, como por instituciones internacionales como la OEA, la OMT y empresas consultoras. Se trata de hacer un análisis detallado de todos estos documentos de tal forma de utilizar toda la tecnología del conocimiento generada y adaptarla a los tiempos presentes...

Es importante mencionar que el análisis de la demanda se ha nutrido (además de las fuentes antes mencionadas) de dos partes fundamentales: por un lado el análisis detallado de las encuestas a visitantes internacionales realizadas por las empresa Dichter-Neira en el año 2006 y por la empresa SIGMADOS en Octubre, Noviembre y Diciembre de 2007; las cuales definirán claramente el perfil del visitante, sus características generales, así como su grado de satisfacción respecto al

destino. Por otro lado, la encuesta que desde Tourism & Leisure, con el apoyo del IPAT, se ha realizado a operadores de turismo de los principales mercados actuales de Panamá y a través de entrevistas personales a operadores de turismo locales e internacionales, así como a los agentes turísticos de interés como la directora de CATA en Madrid, España. Todo esto con el objetivo de obtener un completo panorama general y conseguir datos de mercado que sirvan tanto para la definición de demanda como para la parte de productos de este plan.

El objetivo principal fue el de conocer las necesidades y opiniones que tienen los operadores turísticos internacionales y nacionales acerca del destino y sobre todo, conocer tanto las dificultades que tienen para vender Panamá, como los productos principales a los que se están enfocando. También conoceremos de primera mano las motivaciones y las actividades que más reclaman sus clientes.

Así pues, esta información nos permitirá conocer la situación actual de la demanda turística de Panamá, analizar su potencial y dimensionar su tamaño. Es así, que seremos capaces de desarrollar proyecciones futuras de crecimiento, estrategias de desarrollo de mercados actuales y definición de mercados potenciales, para tomarlos en cuenta dentro del plan a corto, medio y largo plazo.

La definición de los grupos principales de demanda es indispensable para el desarrollo de estrategias futuras.

3.15.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 15	
Título:	Diagnóstico general del turismo
Citada en:	Artículo: Análisis diagnóstico general del turismo en Panamá, Plan Maestro de Turismo Sostenible de Panamá 2007-2020
Autor:	Tourism & Leisure Europraxis Consulting
Año:	2008
Ciudad:	Panamá
Descripción:	Este documento detalla en su contenido, los resultados obtenidos en el diagnóstico realizado en el país Panamá, para el cual fue creada la metodología que se expone en la presente compilación. Es de mencionar, que dicho diagnóstico se realizó como etapa previa a la creación del plan maestro de turismo de Panamá. Esta metodología analiza tanto la demanda como la oferta y los atractivos turísticos del país.
Etapas:	Ver figura 3.33.
Instrumentos de recolección de la información:	No presenta
Implementada en:	Esta metodología fue creada e implementada en un mismo caso específico denominado: Análisis diagnóstico general del turismo en Panamá, Plan Maestro de Turismo Sostenible de Panamá 2007-2020 (Tourism & Leisure Europraxis Consulting, 2008)

Tabla 3.16: Cuadro resumen metodología 15 - Fuente: elaboración propia

Análisis de la metodología

Esta metodología, creada e implementada en el artículo referenciado, incluye el análisis de la oferta, demanda y atractivos turísticos, así como de la normatividad y competitividad del destino.

Con respecto a la oferta, analiza la infraestructura, la cual comprende la evaluación de los servicios públicos, el transporte, saneamiento y otros; de igual manera, analiza la planta turística del país, evaluando el alojamiento, restauración, esparcimiento e intermediarios. Por otro lado, se propone analizar y valorar los recursos turísticos del destino.

El análisis de la demanda, se realiza sobre la información obtenida tanto en fuentes secundarias como primarias, estas últimas corresponden a los operadores turísticos quienes comentan sobre las dificultades obtenidas al vender la ciudad.

Finalmente, es de mencionar que esta metodología está dirigida principalmente a todo un país como destino turístico, por lo cual, los análisis que incluye son de gran alcance.

3.16. Metodología 16: Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo

3.16.1. Introducción

La metodología que se presenta a continuación, es tomada del capítulo 6 del artículo denominado “Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo” (Schulte, s.f.); artículo que desarrolla en su contenido los siguientes temas (p.10):

1. *Conceptos generales del turismo a nivel mundial.*
2. *Consideraciones del Estado al momento de promocionar la atracción de inversiones extranjeras turísticas. . .*
3. *Métodos para la elaboración de planes estratégicos a nivel regional o local para identificar las necesidades y el tipo de desarrollo turístico.*
4. *Algunas consideraciones imprescindibles para el desarrollo del turismo:*
 - *Estándares de calidad turística/certificación.*
 - *Áreas protegidas u otros recursos bajo protección.*
 - *Formación de recursos humanos en el desarrollo turístico.*

De este modo, el capítulo 6 está dirigido a la planificación estratégica del turismo, y expone en su contenido tanto el concepto como las etapas operativas de un plan estratégico para el desarrollo del turismo a nivel local/Regional.

A continuación, se presenta la definición que propone (Schulte, s.f.)(p. 58) sobre la planificación estratégica y el plan estratégico. Además, en la figura 3.34 se visualiza el esquema que el autor plantea respecto a las etapas que se deben seguir para elaborar un plan de este tipo, de las cuales se rescata, por ser de interés para la presente investigación, la primera de ellas denominada “diagnóstico”.

“... se puede definir la planificación estratégica como un proceso y un instrumento. El proceso trata del conjunto de acciones y tareas que involucran a los actores del territorio en la búsqueda de claridades respecto al quehacer y estrategias adecuadas para su perfeccionamiento. En cuanto al instrumento, constituye un marco conceptual que oriente la toma de decisiones encaminada a implementar los cambios que se hagan necesarios. . . El plan estratégico se define como “un proyecto integral del territorio local como producto turístico, entendido como la suma de muy diferentes

realidades (paisaje, empresas, infraestructuras, equipamientos, entorno social, patrimonio, etc.)”, donde la determinación del tipo de turismo o los segmentos de mercado a los cuales se quiere aproximar es de máxima importancia debido a su relación con el desarrollo sostenible de la actividad”.

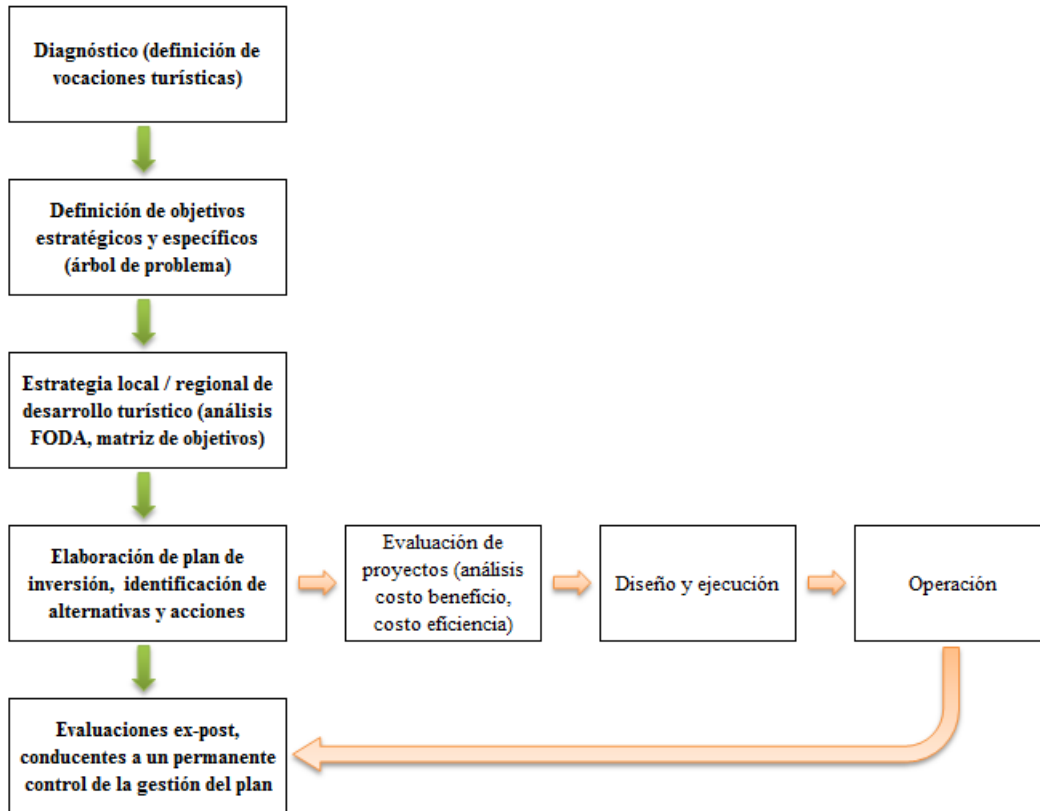


Figura 3.34: Etapas operativas de un plan estratégico para el desarrollo del turismo a nivel local/Regional - Fuente: (Schulte, s.f.)

3.16.2. Propuesta del autor

La elaboración del diagnóstico, incluye una metodología que es detallada a continuación, tal como lo menciona el autor en su artículo:

La metodología a emplear induce a la determinación del potencial turístico del territorio y a la determinación de los cuellos de botella a nivel de las unidades regionales bajo análisis. Esta etapa del plan contiene básicamente actividades relacionadas con la recogida, tratamiento y difusión de la información que debe ser utilizada para elaborar un diagnóstico que sirva de base a los agentes locales para la formulación de programas y / o proyectos. Uno de los elementos claves para el desarrollo turístico consiste en la evaluación cuantitativa y cualitativa de los recursos turísticos. Para los atractivos turísticos existen cinco categorías:

- *Sitios naturales.*
- *Museos y manifestaciones culturales (arqueología, construcciones, arquitectura u otros).*
- *Folklore.*
- *Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.*
- *Acontecimientos programados (festi vales, ferias artesanales, etc.).*
- *Identificar las condiciones favorables que coadyuvan para el desarrollo exitoso de actividades turísticas ya existentes o nuevas.*
- *Identificar y analizar los aspectos desfavorables que condicionan el desarrollo turístico*
- *Determinar el orden de importancia de los problemas descritos.*
- *Identificar los indicadores y la información cualitativa económica (información secundaria y primaria) disponible sobre los siguientes ítems:*
 - a. *Desarrollo turístico (oferta y demanda) cultura empresarial y antecedentes económicos: Número de turistas/ temporada, gasto diario / turista, calidad de la oferta, segmentos de mercado, tipo de promoción, relación precio oferta, existencia de redes empresariales, asociación de empresarios, cooperación entre empresas, nivel tecnológico de las empresas, generación de empleo, competitividad de las empresas, incremento de la cantidad de empresas*
 - b. *Disponibilidad de infraestructura general, específica y de servicios: vial, de puertos y aeropuertos, telecomunicaciones, fuentes y usos de energía, saneamiento básico, transportes, servicios financieros, servicios médicos, seguridad ciudadana, etc.*
 - c. *Medio ambiente y ubicación geográfica: Estado y calidad del medio ambiente y paisaje, lejanía de los mercados (relevante por los costos de viaje).*
 - d. *Población y cultura: Patrimonio cultural, tradiciones, nivel de educación de la población, manejo de idiomas, valores intrínsecos en la cultura local de interés para el turismo, antecedentes históricos.*
 - e. *Aspectos Institucionales: existencia y accesibilidad de los instrumentos de fomento (acceso a financiamiento entre otros), duración de trámites administrativos (permisos, estudios de impacto ambiental), flexibilidad de las instituciones y capacidad de respuesta, coordinación interinstitucional y conocimiento de la temática, entre otros.*

Se recomienda, que para cada uno de los ítems se diferencie entre potencialidades, limitaciones y problemas identificados, de manera que se obtenga una matriz completa. Para obtener y recopilar esta información conviene realizar entrevistas a informantes del sector público y privado,

la recopilación de información en instituciones públicas y privadas, la observación directa, y la observación de los participantes.

Finalmente, es rescatar algunos de los elementos que (Schulte, s.f.) menciona en el anexo 1, los cuales deben conocerse e inventariarse al realizar el diagnóstico de un destino. A continuación, en la figura 3.35, se presentan aquellos elementos de interés, relacionados con la oferta turística de un destino.

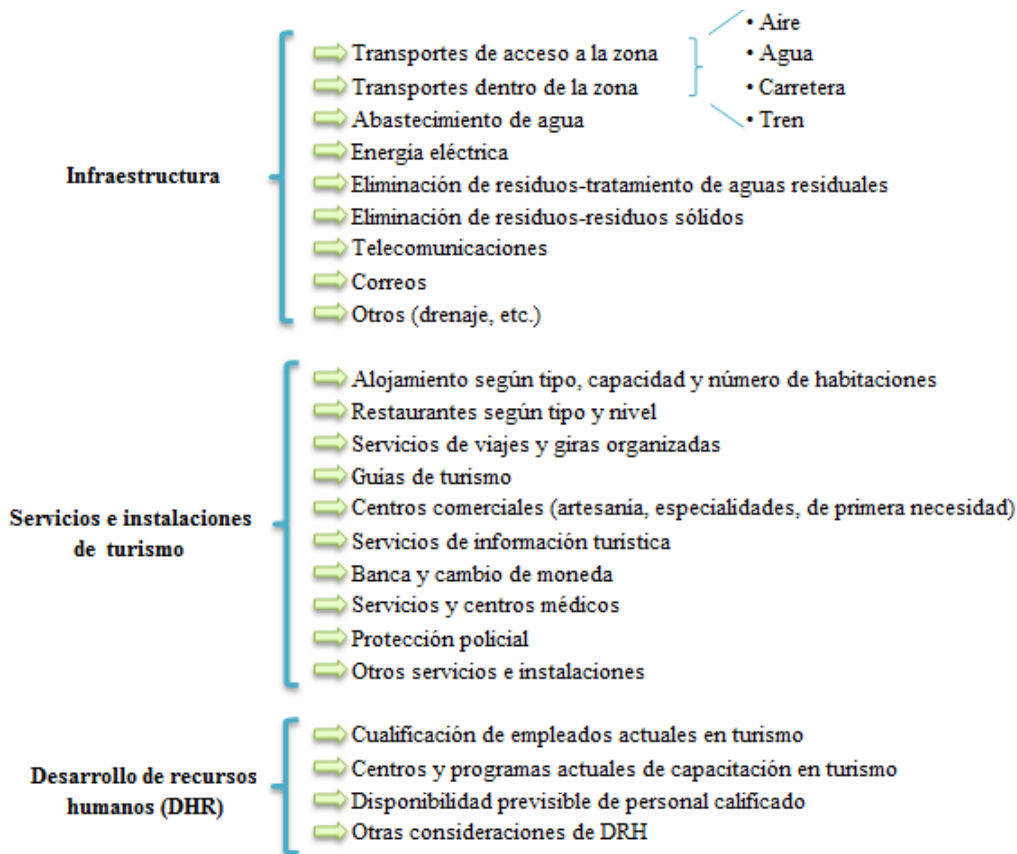


Figura 3.35: Elementos de análisis en el diagnóstico del destino - Fuente: elaboración propia basada en (Schulte, s.f.)

3.16.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 16	
Título:	Diagnóstico
Citada en:	Artículo: Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo (pág. 59-61)
Autor:	Silke Schulte
Año:	2003
Ciudad:	Santiago de Chile
Descripción:	En el capítulo 6 del artículo ya mencionado, denominado “La planificación estratégica del turismo”, se presentan una serie de etapas a seguir para crear un plan estratégico, dentro de las cuales se rescata la elaboración del diagnóstico, como primer paso en el esquema, el cual analiza diferentes elementos de la oferta y la demanda turística de un destino y arroja información esencial para la planificación del mismo. Adicionalmente, en el anexo 1, el autor plantea algunos elementos esenciales que deben evaluarse también en el diagnóstico del destino.
Etapas:	Ver figura 3.36
Instrumentos de recolección de la información:	No presenta
Implementada en:	No se tiene información de casos, según los referentes estudiados, en los que se aplique esta metodología.

Tabla 3.17: Cuadro resumen metodología 16 - Fuente: elaboración propia

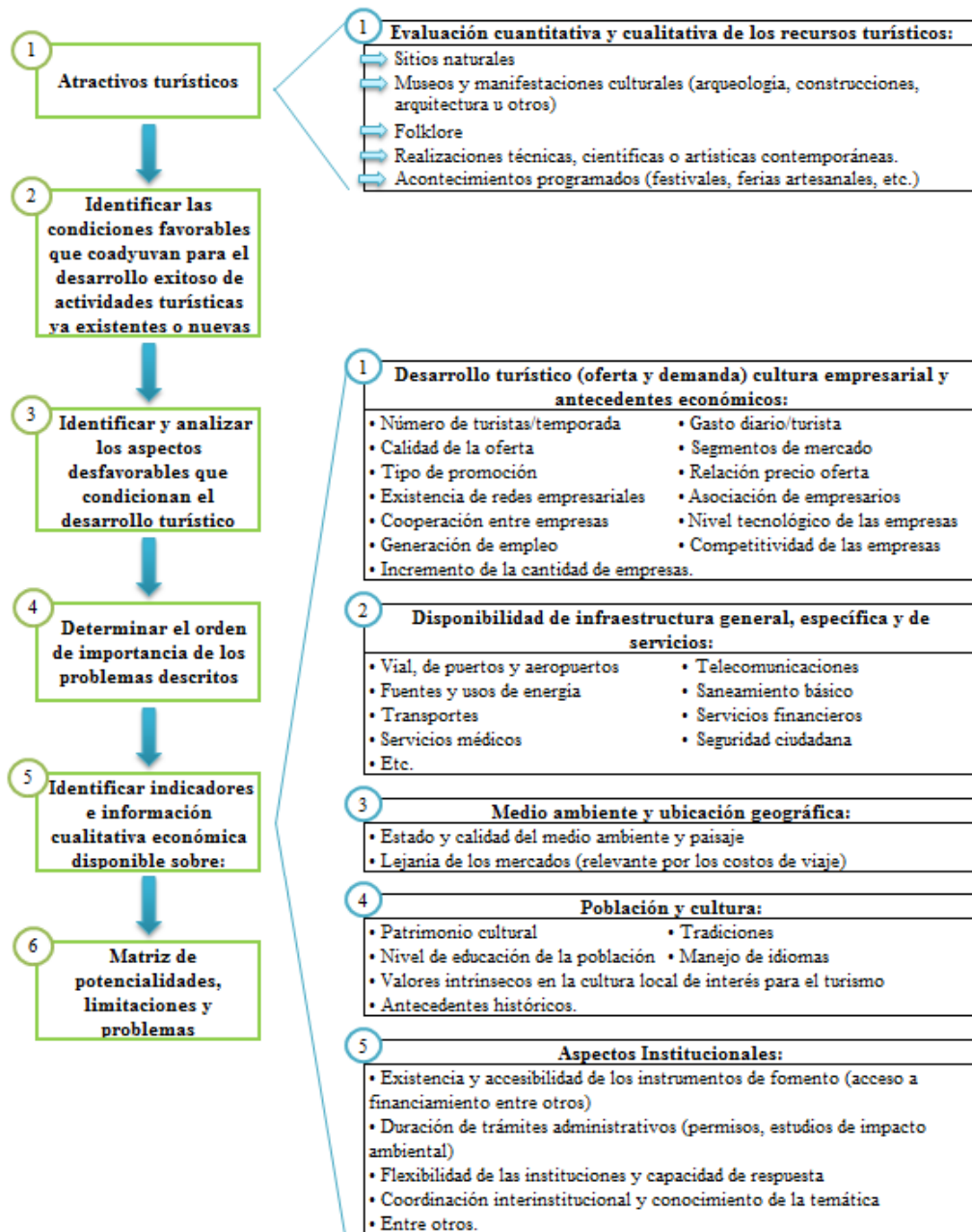


Figura 3.36: Diagnóstico - Fuente: elaboración propia basada en (Schulte, s.f.)

Análisis de la metodología

Esta metodología expone una serie de pasos a seguir para diagnosticar un destino, mencionando qué elementos y aspectos evaluar de cada uno. Dentro de los análisis que el autor plantea, se incluyen los atractivos turísticos, para los cuales menciona unos componentes que luego desarrolla en el anexo 1 de su artículo. Del mismo modo, analiza diferentes aspectos importantes relacionados con la demanda como número de turistas, segmentación, entre otros. Con respecto a la oferta turística, la metodología menciona inicialmente un análisis muy general, luego enfatiza en diferentes elementos de la infraestructura, que complementa posteriormente con el anexo ya mencionado, del cual pueden extraerse diferentes elementos para evaluar. Otro elemento de la oferta turística que está presente en la metodología es la Superestructura que el autor denomina “aspectos institucionales”, donde evalúa la participación de las instituciones en el sector turístico. Finalmente con respecto a la planta turística, otro elemento de la oferta, no se hace ningún énfasis en la metodología como tal, sin embargo en el anexo 1, se rescatan como elementos, diferentes servicios esenciales para la oferta turística que pertenecen a la planta, estos son por ejemplo, alojamiento, restaurantes, servicios de viaje, etc., para los cuales también define algunos aspectos a evaluar.

3.17. Metodología 17: Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio**3.17.1. Introducción**

En el artículo “Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio” se expone cada uno de los pasos que se deben seguir secuencialmente para generar dicho plan, a través de un esquema metodológico compuesto por siete fases y sus respectivos componentes y productos. Este esquema se ilustra en la figura 3.37, tal como el autor lo presenta.

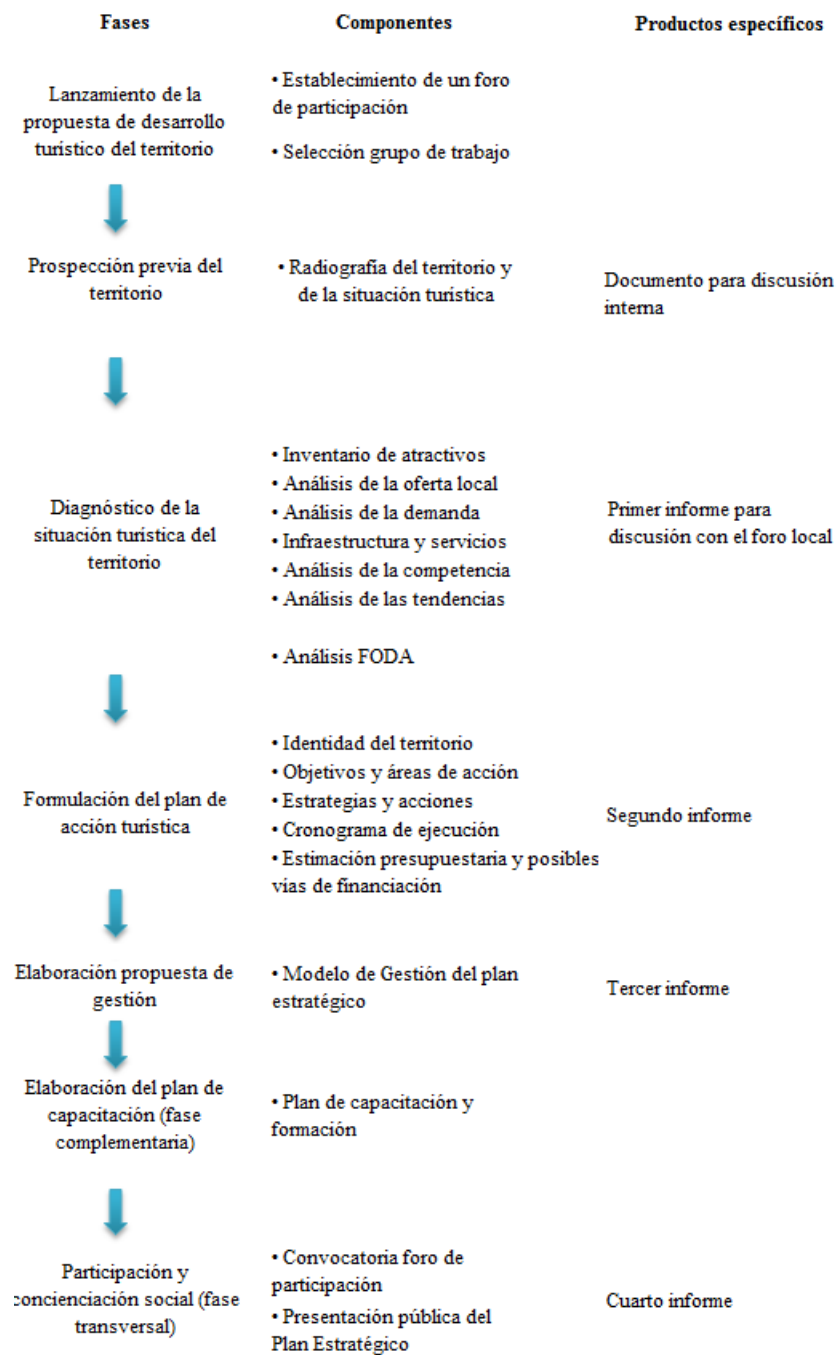


Figura 3.37: Esquema metodológico para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio - Fuente: elaboración propia basada en (Blanco M., 2007)

Del total de etapas que componen el esquema anterior, se rescata la tercera que consiste en el diagnóstico de la situación turística del territorio, pues a través de ésta se conoce la situación real turística y territorial.

3.17.2. Propuesta del autor

Para esta etapa el autor separa la metodología, de los elementos a evaluar, la cual expone de la siguiente manera: (Blanco M., 2007) (p.17)

En primer lugar será necesario realizar las labores de búsqueda de información a través de entrevistas, revisión de fuentes de información, aplicación de encuestas y guías de observación. Estas tareas vendrán determinadas de manera más concreta, por las conclusiones derivadas de la fase anterior. En vista de que esta es la fase en que se requiere hacer la mayor cantidad de estudios y recolectar datos, se puede contratar consultores o estudiantes que puedan encargarse de algunos de los estudios. Una vez relevada la información de campo, el grupo de trabajo comenzará con el trabajo de organización y análisis. Se elaborará una primera parte descriptiva y una segunda analítica o evaluativa que constituirá el diagnóstico propiamente dicho. Para esta segunda parte se realizará una matriz FODA como proceso metodológico que permitirá establecer una panorámica lo más ajustada posible de la realidad actual de la situación turística de la zona, la cual resumirá los aspectos positivos sobre los que se debe construir y lo negativo a superar. . . En todo este trabajo de diagnóstico será muy importante contar con la colaboración del foro de participación local, así como de los agentes económicos del territorio y del propio grupo de trabajo (Comité de Turismo del GAL), para lo cual se desarrollan herramientas de participación, que permitirá a estos colectivos y entidades exponer cuales son los principales problemas, amenazas y fortalezas del turismo de la zona. De este modo, la situación turística diagnosticada refleja la situación real del turismo en el territorio de estudio.

Los elementos a evaluar, que el autor menciona, corresponden principalmente al análisis de atractivos turísticos, de la oferta y demanda turística, de la competencia, de tendencias, entre otros aspectos, que pueden visualizarse, con cada uno de sus componentes a evaluar, en la figura 3.38, la cual consiste en una integración entre la metodología y los elementos a evaluar que el autor propone para esta etapa.

3.17.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología N° 17	
Título:	Diagnóstico de la situación turística del territorio
Citada en:	Artículo: Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio (pág. 14-17)
Autor:	Marvin Blanco
Año:	2007
Ciudad:	Costa Rica
Descripción:	Como fase tres del proceso de elaboración de un plan de desarrollo turístico de un territorio, el autor expone, en su artículo, una metodología para realizar el diagnóstico de la situación turística del destino, para la cual presenta una serie de pasos y elementos a evaluar con el fin de lograr un buen diagnóstico del territorio en estudio, y por consiguiente, buenos insumos para el plan de desarrollo.
Etapas:	Ver figura 3.38. y 3.39.
Instrumentos de recolección de la información:	No presenta
Implementada en:	No se tiene información de casos según los referentes estudiados, en los que se aplique esta metodología.

Tabla 3.18: Cuadro resumen metodología 17 - Fuente: elaboración propia

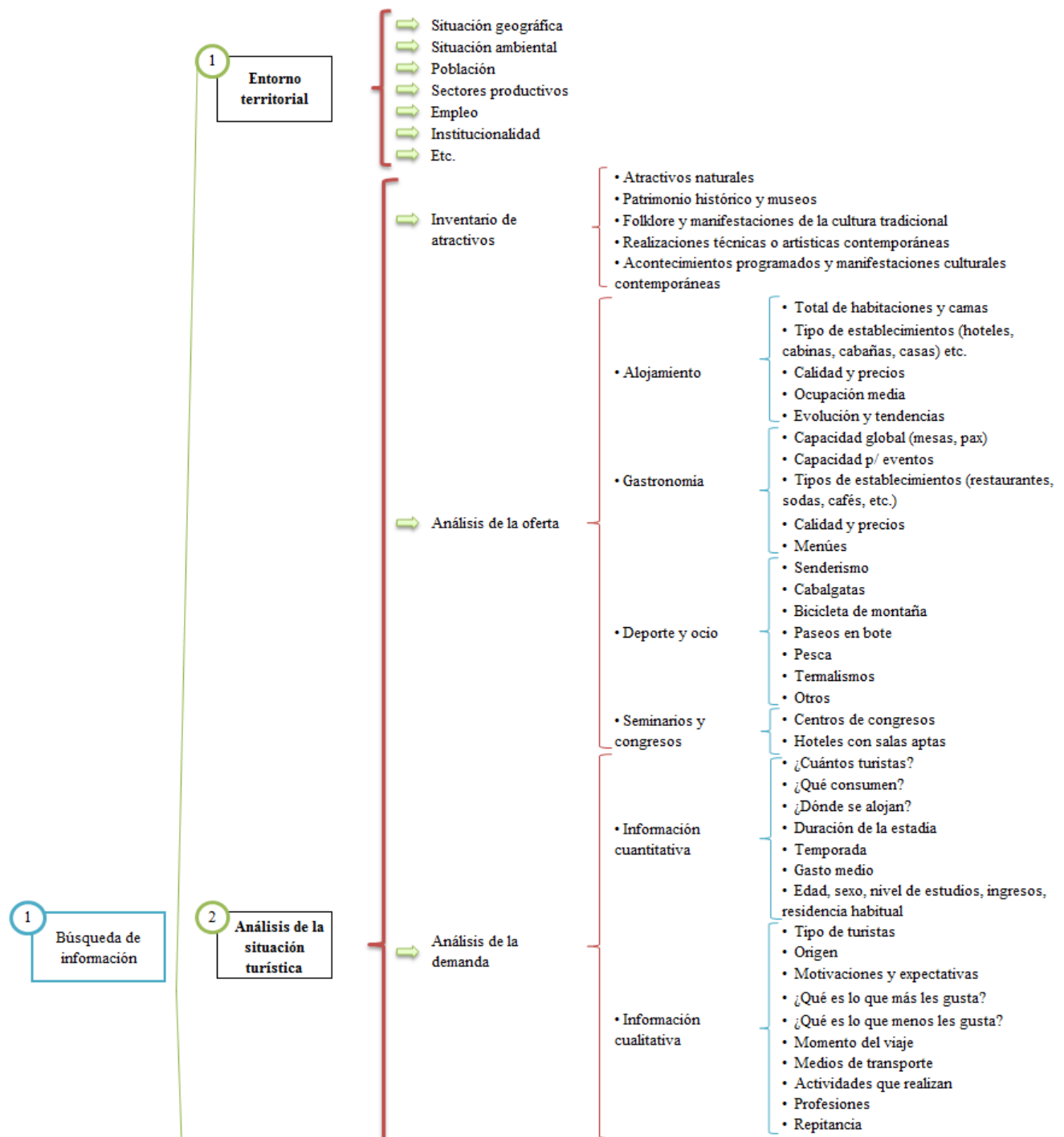


Figura 3.38: Diagnóstico de la situación turística del territorio - parte 1 - Fuente: elaboración propia basada en (Blanco M., 2007)

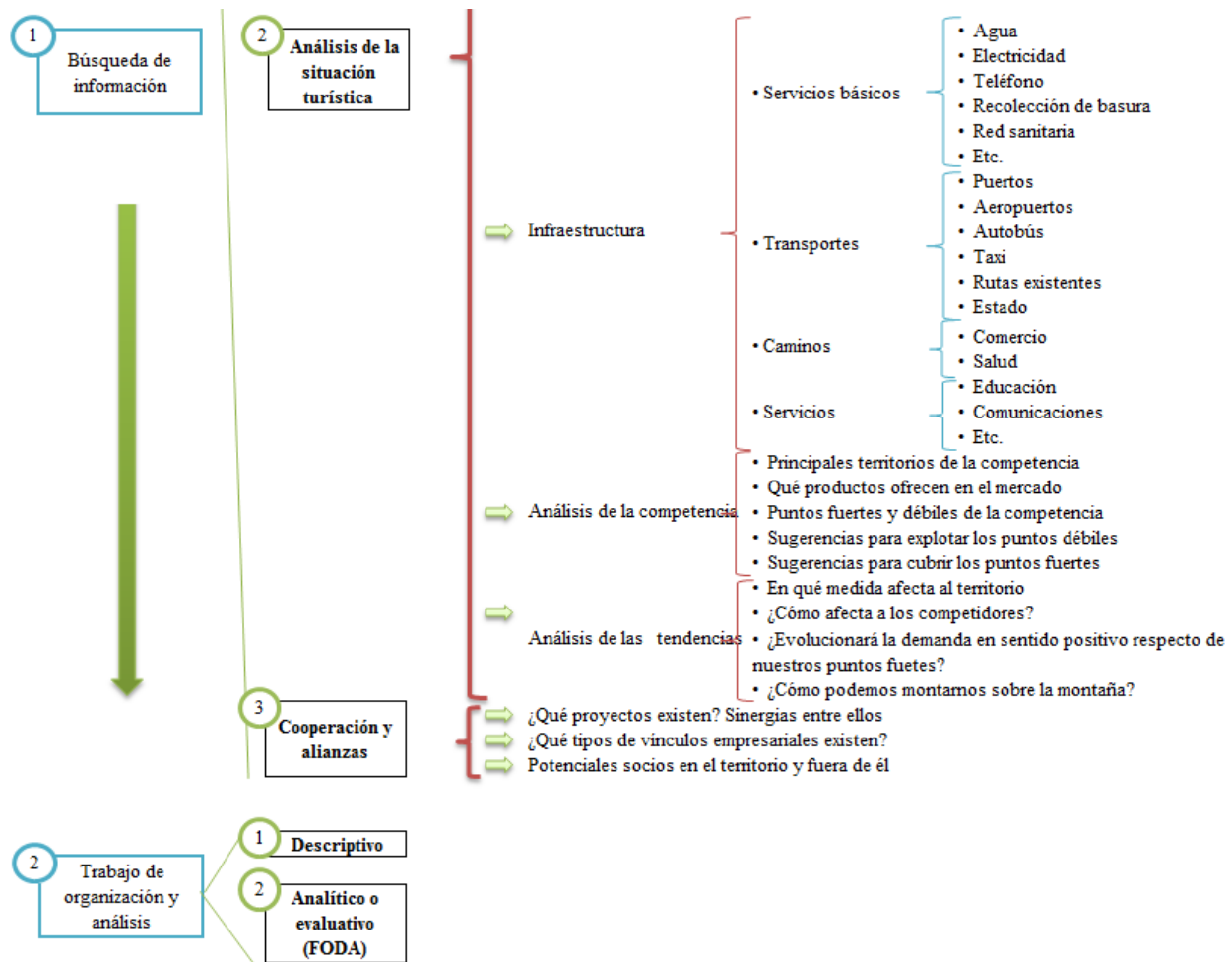


Figura 3.39: Diagnóstico de la situación turística del territorio - parte 2 - Fuente: elaboración propia basada en (Blanco M., 2007)

Análisis de la metodología

A pesar de que el autor no presenta una estructura metodológica clara para llevar a cabo el diagnóstico de la situación turística del territorio, se logró extraer y ajustar una que incluyera tanto la metodología como los elementos que debían ser evaluados, según el autor. De esta manera, se puede analizar lo siguiente: La metodología extraída del documento, propone unos pasos a seguir, y una serie de análisis a realizar, dentro de los cuales se incluye la demanda turística, la oferta, los atractivos turísticos, la competitividad, las tendencias y el entorno territorial, finalmente, se concluye el diagnóstico con la matriz FODA. Los atractivos turísticos son analizados a partir de diferentes componentes en la metodología estudiada, sin embargo, el autor expone una metodología independiente para llevar a cabo el inventario turístico, presente en un anexo de su documento. Respecto a la oferta turística, analiza elementos relacionados con la planta turística y la infraestructura, a pesar de que a este último lo considere un elemento por fuera de la oferta pero de gran importancia para el desarrollo del turismo. Finalmente, cabe mencionar que no se incluye el análisis de la superestructura.

3.18. Metodología 18: Análisis y metodología para el estudio del sector turístico de una comarca: el caso del Bajo Segura (Alicante)

3.18.1. Introducción

Esta metodología, fue creada para analizar el sector turístico y la oferta complementaria de una comarca en Alicante, es decir, que corresponde a un caso práctico descrito en el artículo denominado “Análisis y metodología para el estudio del sector turístico de una comarca: el caso del Bajo Segura (Alicante)” (T. Aledo Tur Antonio; Mazón Martínez, 1998), el cual tiene por objetivo “. . . reseñar la metodología empleada por el equipo de investigación en este proyecto y, apuntar las propuestas y reflexiones a las que se llegó con la intención de diseñar estrategias de desarrollo turístico sostenible para esta comarca. El estudio se caracteriza por la exhaustiva recolección de datos y por el carácter participativo del proyecto, al incluir las opiniones y propuestas de los agentes sociales y económicos implicados en la industria turística”. (p.4)

3.18.2. Propuesta del autor

A continuación, se presenta la metodología de trabajo empleada en el caso práctico mencionado por (T. Aledo Tur Antonio; Mazón Martínez, 1998) (p.7-9) en su artículo:

El estudio se desarrolló a lo largo de las siguientes fases: 1) inventariado de los recursos existentes; 2) sistematización de la información; 3) realización de un diagnóstico y análisis de la situación del sector turístico de la comarca; 4) proceso de participación con los principales agentes socioeconómicos para la selección de objetivos y actuaciones prioritarias y 5) formalización de propuestas y actuaciones. El inventariado y sistematización de los activos turísticos reales o potenciales de una zona es, en un proceso de planificación, una tarea previa a la fase de diagnóstico. Consistió en la elaboración de un listado de todos los recursos y lugares con potencialidad o posibilidad de explotación turística (Leno Cerro, 1991). Dado que no existe una metodología aceptada de forma global se optó por desarrollar un método adaptado a las características especiales de la zona y a las necesidades del estudio. Con este fin se diseñó una amplia base de datos, en la que se introdujeron todos los recursos turísticos de la comarca, su descripción y catalogación así como una valoración de cada recurso, en cuanto al estado de conservación y posibilidad de explotación turística. De esta forma se han incluido como componentes de la oferta complementaria los recursos ambientales; el patrimonio histórico-artístico y etnológico, que incluye la gastronomía y la artesanía vernácula; las instalaciones y actividades culturales (museos, festivales); las instalaciones y actividades deportivas (con especial atención a los deportes náuticos y al golf); los sectores

comerciales y de restauración y, por último, las infraestructuras (red viaria intra e interurbana) y servicios (seguridad ciudadana, servicios sanitarios y asistenciales, correos, etc.) que también son utilizados por los turistas visitantes.

Se realizó una ficha de cada recurso en la que se incluía su descripción, clasificación, datación, localización y otros datos de interés. A su vez, se llevó a cabo una valoración del mismo con las siguientes variables:

1. Grado de complementariedad
2. Nivel Accesibilidad del Recurso
3. Grado de Explotación Actual
4. Posibilidad de explotación Turística
5. Estado de conservación.

Este inventario y valoración, llevado a cabo a través de un vasto trabajo de campo, permite conocer con un alto grado de fiabilidad el nivel de la oferta complementaria y cotejarlo con otros elementos básicos del sector. De esta forma, con el inventario de recursos turísticos se ha podido detectar las deficiencias y las posibilidades de expansión y desarrollo de este sector.

Esta catalogación ofrece los datos necesarios para llevar a cabo el análisis DAFO (Veal, 1994:66) de los puntos fuertes, puntos débiles, oportunidades, amenazas y claves para el éxito, sobre los que se ha construido la fase de diagnóstico. El estudio se ha elaborado sobre una doble escala, la escala municipal, que comprende los veintisiete municipios que componen la comarca, y la escala sectorial, analizando cada uno de los componentes del sistema turístico comarcal. Para el análisis territorial, se ha tenido en cuenta que la utilización de la división municipal es una medida puramente metodológica. Para facilitar el análisis del ingente volumen de información recogida, se estableció la ya mencionada agrupación territorial en tres grandes zonas que incluyen municipios y modelos de explotación turística homogéneos. Para el análisis sectorial se ha analizado la situación y estado de los siguientes subsectores del sector turístico comarcal: medio ambiente, carreteras y comunicaciones, patrimonio histórico-arquitectónico y artístico, oferta cultural, entorno urbano, servicios, oferta hotelera, oferta extrahotelera o parque turístico inmobiliario, restauración, comercio, mercadillos, actividades lúdicas y de ocio, campos de golf, puertos deportivos, y el sector laboral.

El proceso de participación se fundamentó en la inclusión de los más destacables agentes sociales implicados en el sector y éste fue un paso obligado para un adecuado diseño y consensuación de las posibles propuestas que se plantearan (Murphy, 1985; Veal, 1994, pp 64-66). Se realizaron numerosas reuniones en grupo y entrevistas, al tiempo que se enviaron formularios, de tal manera, que se dio la oportunidad de participar e incluir sus opiniones a todos los sectores implicados de una u otra manera, en la actividad turística de la comarca. Asimismo se contactó con los partidos políticos, tanto en el poder como en la oposición, con los agentes económicos, con los sindicatos mayoritarios, con grupos ecologistas y con profesionales y expertos conocedores del turismo de la comarca.

También se ha incluido, la opinión de la demanda, es decir, de los turistas. Para ello se realizó una encuesta en las playas que ha permitido comparar las demandas de los turistas con el actual desarrollo de la oferta del sector.

El inventariado y análisis ofrecen todos aquellos datos objetivos y argumentos necesarios para llevar a cabo, con ciertas dosis de garantías, la última fase de conclusiones y propuestas para

el desarrollo turístico de la comarca. Esta fase se dividió a su vez en dos partes: una, en la que el equipo redactor perfiló unas primeras conclusiones que posteriormente fueron redefinidas, mediante consultas a expertos en la materia turística; esta segunda revisión sirvió para redefinir y ajustar las propuestas y alcanzar un alto grado de consenso entre los distintos agentes sociales consultados.

3.18.3. Resumen y análisis

Cuadro resumen

Metodología Nº 18	
Título:	Análisis del sistema turístico
Citada en:	Artículo: Análisis y metodología para el estudio del sector turístico de una comarca: el caso del Bajo Segura (Alicante) (pág. 7-9)
Autor:	Antonio Aledo Tur y Tomás Mazón Martínez
Año:	1998
Ciudad:	Alicante
Descripción:	En el artículo mencionado, se desarrolla una metodología propia con el fin de analizar el sistema turístico de una comarca en Alicante, la cual incluye una serie de pasos y de elementos para evaluar tanto del sistema turístico como de la oferta complementaria, entre estos elementos el inventario de recursos turísticos y otros servicios fundamentales en la experiencia turística.
Etapas:	Ver figura 3.40.
Instrumentos de recolección de la información:	No presenta
Implementada en:	Esta metodología fue creada e implementada en un mismo caso específico denominado: Análisis y metodología para el estudio del sector turístico de una comarca: el caso del Bajo Segura (Alicante) (Aledo & Mazón, 1998)

Tabla 3.19: Cuadro resumen metodología 18 - Fuente: elaboración propia

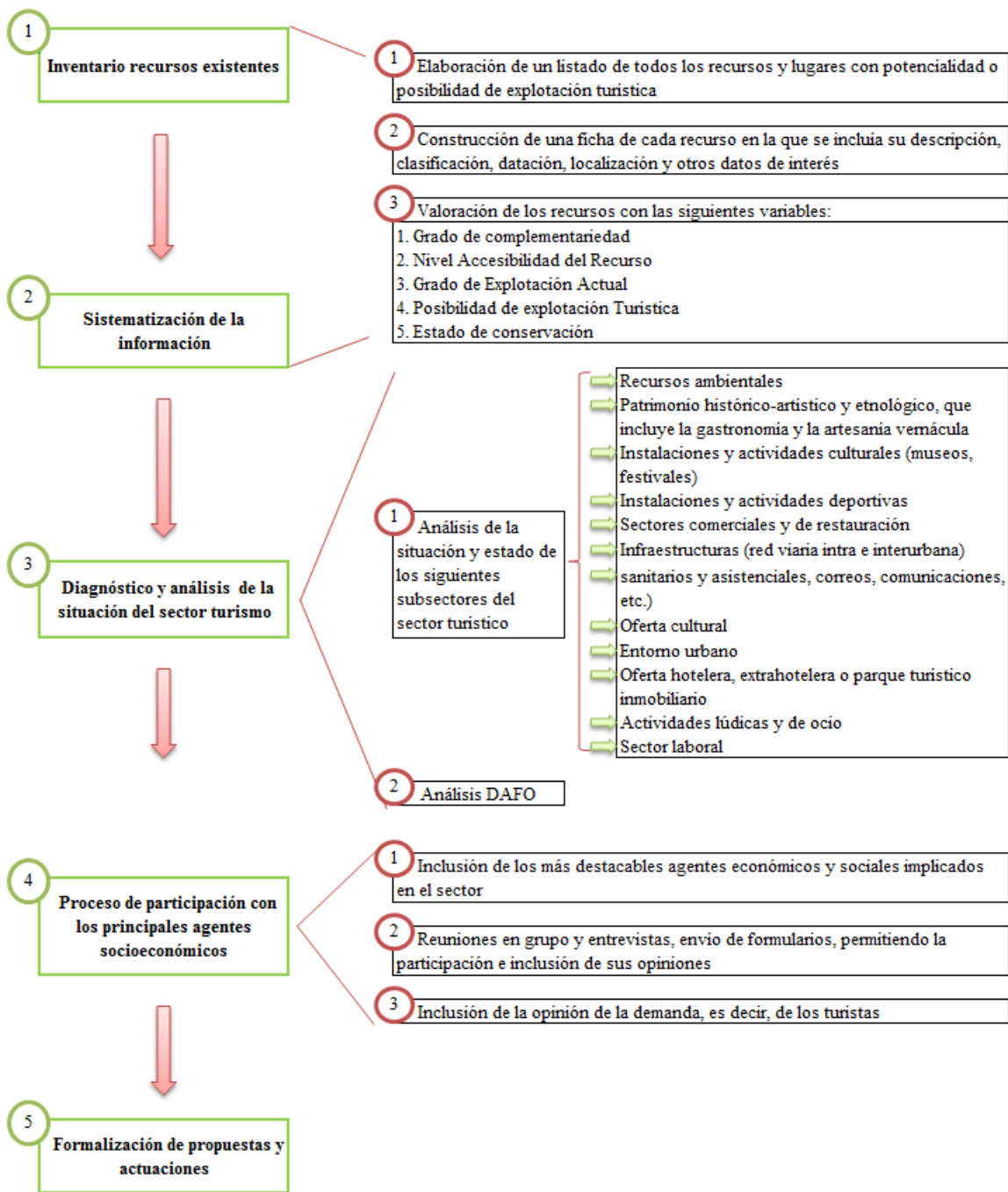


Figura 3.40: Análisis del sistema turístico - Fuente: elaboración propia basada en (T. Aledo Tur Antonio; Mazón Martínez, 1998)

Análisis de la metodología

Esta metodología fue creada para un caso práctico en específico, la cual incluye en su contenido una serie de pasos a seguir, y unos elementos a evaluar, dentro de los cuales se rescata que: No se lleva a cabo análisis de la demanda turística, a pesar de que en la etapa cuarta se considere la opinión del turista respecto a los servicios adquiridos y su satisfacción en el destino. Por otro lado, se hace un análisis detallado de los atractivos, identificando los recursos turísticos y su potencial, y clasificando y valorando cada uno de estos. Con respecto a la oferta turística, se analiza la planta turística, compuesta por la oferta hotelera, restaurantes, actividades lúdicas y de ocio; la infraestructura, a través del análisis de la estructura vial, las comunicaciones, servicios públicos y otros; y por último la superestructura al incluir diferentes actores y agentes socioeconómicos en el proceso. Cabe mencionar, que se evalúan otros servicios y aspectos importantes como es el sector laboral.

3.19. Síntesis de las metodologías

A continuación, en las tablas 3.20, 3.21, 3.22, 3.23, 3.24 se presenta una síntesis de cada una de las metodologías expuestas en este capítulo.

	Metodología N° 1	Metodología N° 2	Metodología N° 3	Metodología N° 4
Título de la metodología:	Diagnóstico de la situación actual del destino turístico	Diagnóstico	Análisis estratégico de destinos turísticos	Diagnóstico de la situación actual del turismo
Año:	2004	2009	2009	2008
Ciudad o País:	México	México	México	México
Fuente:	Libro	Libro	Libro	Libro
Objeto de la metodología:	Plan de Marketing	Planificación	Planificación	Plan Municipal de Turismo
Aplicable en destinos turísticos de tipo:	No especifica	No especifica	No especifica	Municipio turístico
Áreas de estudio:				
Búsqueda documental:		X		
Atractivos:	X	X	X	X
Demanda:	X	X	X	X
Oferta:	X		X	X
Competencia:				
Perfil de la población:			X	
Otros:		X	X	
DOFA:		X	X	
Propone una metodología clara:	Si	Si	Si	Si
Plantea fichas para recolección de información:	No	No	Lista de chequeo e instrumento para inventario turístico	No
Implementada en: *	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno

* Según los referentes estudiados a lo largo de la investigación

Tabla 3.20: Síntesis de metodologías - parte 1 - Fuente: elaboración propia

	Metodología N° 5	Metodología N° 6	Metodología N° 7	Metodología N° 8
Título de la metodología:	Diagnóstico	Diagnóstico	Documento Diagnóstico "Plan turístico Convencional + Plan Ambiental Turístico"	Análisis de la situación actual en el sector turismo "Plan Maestro turístico"
Año:	1982 reimp. 2009	1997 reimp. 2005	2011	2011
Ciudad o País:	México	México	Colombia	Colombia
Fuente:	Libro	Libro	Gubernamental	Gubernamental
Objeto de la metodología:	Plan Nacional	Planificación	Plan de desarrollo turístico	Plan de desarrollo turístico
Aplicable en destinos turísticos de tipo:	Nivel nacional	No especifica	Regiones cuyo desarrollo turístico es incipiente	No especifica
Áreas de estudio:				
Búsqueda documental:	X			X
Atractivos:	X	X	X	X
Demanda:	X	X	X	
Oferta:	X	X	X	X
Competencia:	X			
Perfil de la población:				
Otros:	X	X	X	X
DOFA:			X	X
Propone una metodología clara:	No	Si	No	No
Plantea fichas para recolección de información:	No	No	<ul style="list-style-type: none"> • Formatos para la valoración de: sitios naturales, el recurso cultural, festividades y eventos. • Encuestas a: empresarios turísticos; turistas; directores de entidades educativas turísticas, egresados y estudiantes de turismo. • Entrevistas a: mayoristas y operadores, y directores de entidades turísticas 	No
Implementada en: *	Ninguno	Ninguno	Plan de desarrollo turístico para el departamento del Cauca (Consultores en Turismo DTI; Gobernación del Cauca, 2012)	Ninguno

* Según los referentes estudiados a lo largo de la investigación

Tabla 3.21: Síntesis de metodologías - parte 2 - Fuente: elaboración propia

	Metodología N° 9	Metodología N° 10	Metodología N° 11	Metodología N° 12
Título de la metodología:	Diagnóstico del destino	Evaluación de limitantes y potencialidades (diagnóstico)	Metodología para Determinar Productos Turísticos Competitivos	Modelo FAS (Factores, Atractores y Sistemas de apoyo)
Año:	2005	1995	2005	-
Ciudad o País:	España	Colombia	México	España
Fuente:	Libro	Libro	Artículo	Artículo
Objeto de la metodología:	Diagnóstico	Plan de desarrollo turístico	Determinar productos turísticos competitivos	Clasificación de los elementos de un destino turístico
Aplicable en destinos turísticos de tipo:	No específica	Entidades territoriales	No específica	No específica
Áreas de estudio:				
Búsqueda documental:				
Atractivos:	X	X		X
Demanda:		X	X	
Oferta:	X	X	X	X
Competencia:				
Perfil de la población:	X	X		
Otros:	X	X	X	X
DOFA:	X	X		
Propone una metodología clara:	No	Si	Si	No
Plantea fichas para recolección de información:	No, sin embargo presenta una serie de preguntas para llegar a la información requerida.	No	No	No
Implementada en: *	Ninguno	Ninguno	“Oferta y competitividad turística del poblado de Popotla y su impacto en el desarrollo local” (Moreno, Andrade & Romero, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> • “El batey azucarero como atractivo turístico. Un caso de estudio en Camagüey” (Pupo, 2006). • Plan de Desarrollo Turístico del Valle de Aburrá. (Área-Metropolitana-del-Valle-de-Aburrá, 2007)

* Según los referentes estudiados a lo largo de la investigación

Tabla 3.22: Síntesis de metodologías - parte 3 - Fuente: elaboración propia

	Metodología N° 13	Metodología N° 14	Metodología N° 15
Título de la metodología:	Análisis de la oferta turística	Análisis de la oferta turística	Análisis diagnóstico general del turismo
Año:	2010	2010	2008
Ciudad o País:	Perú	Ecuador	Panamá
Fuente:	Artículo: Caso práctico	Artículo: Caso práctico	Artículo: Caso práctico
Objeto de la metodología:	Análisis de la oferta turística	Análisis de la oferta turística	Plan Maestro de Turismo
Aplicable en destinos turísticos de tipo:	Destino específico: caso práctico	Destino específico: caso práctico	Destino específico: caso práctico, a nivel nacional
Áreas de estudio:			
Búsqueda documental:			
Atractivos:			X
Demanda:			X
Oferta:	X	X	X
Competencia:	X		
Perfil de la población:			
Otros:			X
DOFA:			
Propone una metodología clara:	Si	Si	No
Plantea fichas para recolección de información:	• Ficha preliminar del inventario de la planta turística, que incluye el análisis de la infraestructura, la superestructura y la estructura o también llamada planta turística.	• Formulario de encuesta empresarial que incluye cada uno de los elementos mencionados en la figura	No
Implementada en: *	Está metodología fue creada e implementada en un mismo caso específico denominado: Análisis de Demanda y Oferta Actual y Potencial de Productos Turísticos Sostenibles en el Área de Influencia de los Tramos 2 y 3 del Corredor Vial Interoceánico Sur (CVIS) (Odebrecht Perú, 2010)	Está metodología fue creada e implementada en un mismo caso específico denominado: Impulso a las prácticas de turismo con base local y negocios inclusivos turísticos en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo del Qhapac-Ñan o Camino Principal Andino. Análisis de la Oferta Turística. (Gómez, 2012)	Está metodología fue creada e implementada en un mismo caso específico denominado: Análisis diagnóstico general del turismo en Panamá. Plan Maestro de Turismo Sostenible de Panamá 2007-2020. (Tourism & Leisure Europraxis Consulting, 2008)

* Según los referentes estudiados a lo largo de la investigación

Tabla 3.23: Síntesis de metodologías - parte 4 - Fuente: elaboración propia

	Metodología N° 16	Metodología N° 17	Metodología N° 18
Título de la metodología:	Diagnóstico	Diagnóstico de la situación turística del territorio	Análisis del sistema turístico
Año:	2003	2007	1998
Ciudad o País:	Santiago de Chile	Costa Rica	Alicante
Fuente:	Artículo	Artículo	Artículo: Caso práctico
Objeto de la metodología:	Planeación estratégica	Plan de desarrollo turístico	Análisis sistema turístico
Aplicable en destinos turísticos de tipo:	No específica	No específica	No específica
Áreas de estudio:			
Búsqueda documental:			
Atractivos:	X	X	X
Demanda:	X	X	
Oferta:	X	X	X
Competencia:		X	
Perfil de la población:	X		
Otros:	X	X	
DOFA:		X	X
Propone una metodología clara:	Si	Si	Si
Plantea fichas para recolección de información:	No	No	No
Implementada en: *	Ninguno	Ninguno	Esta metodología fue creada e implementada en un mismo caso específico denominado: Análisis y metodología para el estudio del sector turístico de una comarca: el caso del Bajo Segura (Alicante) (Aledo y Mazón, 1998)

* Según los referentes estudiados a lo largo de la investigación

Tabla 3.24: Síntesis de metodologías - parte 5 - Fuente: elaboración propia

3.20. Conclusiones del capítulo

En este capítulo, se logró una compilación importante de las metodologías para análisis de destinos turísticos rescatadas, luego de la revisión en detalle de los referentes seleccionados en el capítulo 2, la cual servirá de insumo esencial para la construcción de la propuesta metodológica, objetivo principal de la presente investigación.

Esta compilación, no solo expone lo propuesto por cada autor en su metodología, sino que también genera un cuadro resumen, un análisis y la ilustración de cada metodología por medio de una gráfica.

En términos generales, con respecto a las metodologías estudiadas en este capítulo se concluye lo siguiente:

- Doce de las metodologías, han sido creadas como etapa previa a la creación de un plan turístico.
- Doce de las metodologías estudiadas, presentan una metodología clara.
- Ocho fueron extraídas de libros, ocho de artículos y las dos restantes, de artículos de tipo gubernamental.
- Siete metodologías han sido referenciadas y empleadas en casos prácticos, según la revisión realizada a lo largo de la investigación.
- Cinco de las metodologías, proponen en su contenido un instrumento o ficha para recolectar la información necesaria para el análisis. Finalmente, es de mencionar que los elementos principales en los que se centran las metodologías para analizar un destino son los atractivos turísticos, la oferta y demanda turística.

Capítulo 4

Instrumento de evaluación de las metodologías

De acuerdo a lo mencionado en capítulos anteriores, la propuesta metodológica para análisis de destinos turísticos, resultado de la presente investigación, estará orientada a la oferta turística, y tendrá como insumo principal las metodologías desarrolladas en el capítulo 3, las cuales serán evaluadas en el presente capítulo, con el fin de extraer y adaptar algunos de los elementos y aspectos a evaluar, que harán parte de la propuesta orientada a destinos turísticos como la ciudad de Popayán. Esta evaluación es conveniente realizarla dadas las diferencias existentes en la estructura y componentes de cada metodología.

En el presente capítulo, se diseñará el instrumento de evaluación para las metodologías y se presentarán los resultados obtenidos en su aplicación.

4.1. Diseño del instrumento de evaluación

Según el Diccionario de la Real Academia Española, un instrumento es “aquello que sirve de medio para hacer algo o conseguir un fin”, que en este caso particular, corresponde a un medio para evaluar las metodologías de análisis de destinos turísticos seleccionadas. Por consiguiente, se optó por diseñar una matriz como instrumento de evaluación, que permitiera comparar y visualizar, por ejemplo, aquellos elementos más comunes en las metodologías estudiadas. Cabe aclarar, que la matriz contiene columnas y filas que corresponden a metodologías y criterios de evaluación respectivamente.

4.1.1. Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación son unos elementos base, dentro de los cuales se clasificará cada uno de los componentes de las metodologías a evaluar, con el fin de visualizar similitudes, diferencias, y demás ítems de interés para la propuesta.

Revisión de autores y conceptos

Para definir estos criterios base, se seleccionó un conjunto de autores que sustentan la teoría turística, los cuales son ampliamente conocidos y utilizados en los programas de turismo de habla hispana, con el fin de conocer sus aportes respecto a la oferta turística, pues como ya se mencionó, existen diferencias tanto a nivel conceptual como de composición, lo cual es aun objeto de debate. Las referencias base son:

Sancho (1998): corresponde a un libro de referencias base para los conceptos de turismo, reconocido y utilizado a nivel mundial por ser apoyado y publicado por la Organización Mundial del Turismo OMT.

Fernández-Fuster (1980): se seleccionó este referente teniendo en cuenta que ha sido considerado un libro de interés turístico, no solo por su contenido sino también por ser uno de los primeros de habla hispana. Además, es proveniente de España, uno de los países con mayor desarrollo turístico.

Quesada (2010): es un importante libro de referencia en turismo en Costa Rica.

Castrillón (2010): corresponde a un libro de referencia, utilizado en el programa de Turismo la en Universidad del Cauca, Colombia.

A continuación, se exponen las apreciaciones de estos cuatro autores destacados en turismo:

(Sancho, 1998), define la oferta turística como un “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”, además, resalta que “la oferta turística puede recibir o no un uso turístico por parte de los residentes o de los visitantes no relacionados con la actividad turística, de ahí que se hable en la definición de usuario turístico”. Por otro lado, también señala que “precisar qué se entiende por oferta turística no es tan sencillo como parece. Existe una clara tendencia - que parte de una visión demasiado amplia del negocio turístico a considerar a las agencias de viajes, compañías de transporte regular, e incluso a empresas y organismos promotores del turismo como parte integrante de esta oferta cuando, en realidad, son operadores del mercado encargados de la comercialización turística, es decir, de poner en contacto oferta y demanda y que, si bien forman parte del sistema turístico, no son estrictamente oferta, no producen los bienes y servicios turísticos últimos consumidos por los turistas”. Sin embargo, (Sancho, 1998) resalta que “la OMT (1996) se apoya en el concepto de gastos turísticos para identificar diferentes categorías de oferta turística según donde se realice este gasto, el cual es definido como “todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino””. Así pues, según ella, al clasificar los conceptos principales del gasto turístico por apartados, se obtendrían las siguientes combinaciones:

1. Alojamiento.
2. Alimentación.
3. Transporte.
4. Ocio, cultura, actividades deportivas.
5. Compras.
6. Otros.

La figura 4.1 ilustra las diferentes categorías agrupadas de la oferta turística tal como lo presenta (Sancho, 1998) (p.53)

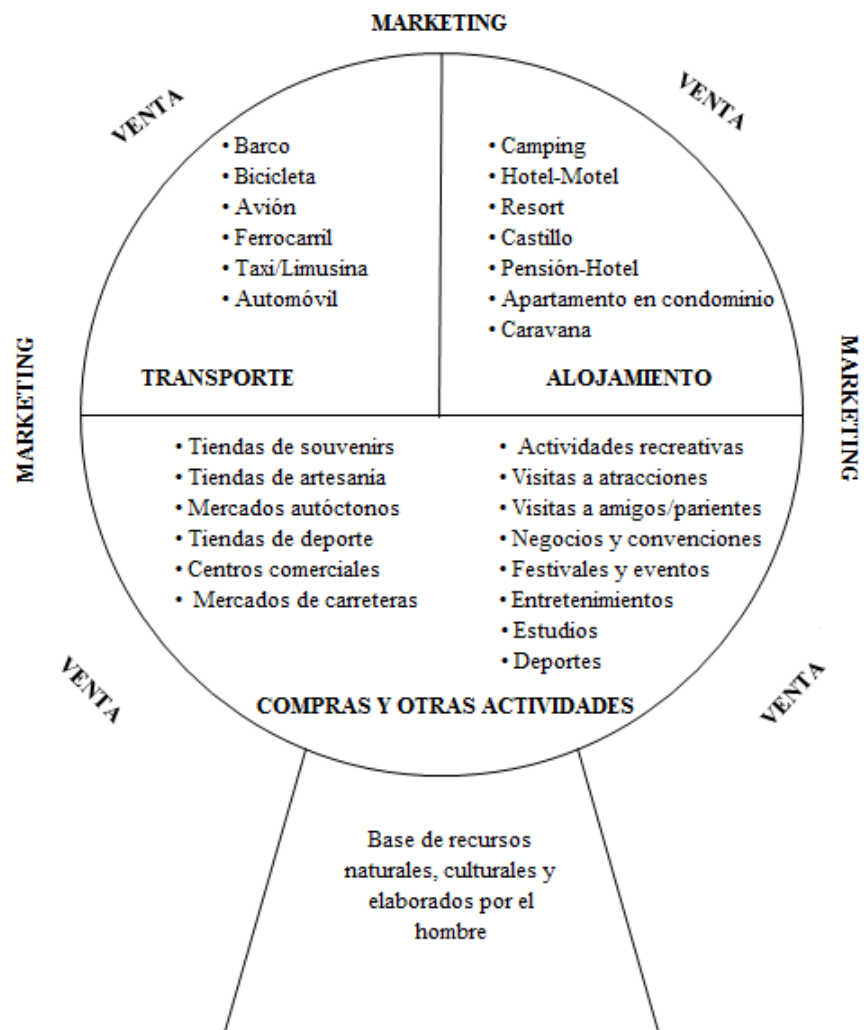


Figura 4.1: Actividades y oferta turística - Fuente: (Sancho, 1998)

Por otro lado, (Quesada Castro, 2010) asemeja la oferta turística con lo que él llama “patrimonio turístico”, el cual describe, retomando la definición de Fabio Cárdenas, como la “relación entre la materia prima (atractivos turísticos), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo del aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema)”. Del mismo modo, anexa la definición del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) sobre “patrimonio turístico nacional” como: “el conjunto de elementos turísticos, de uso mediano o inmediato, con que cuenta el país. Estos elementos están constituidos por los atractivos turísticos y la planta turística más la infraestructura y la superestructura que hacen posibles su acceso y funcionamiento”. De esta manera, (Quesada Castro, 2010) considera a los atractivos turísticos, la infraestructura, la planta turística y la superestructura, como los cuatro elementos básicos del patrimonio turístico, los cuales poseen unos componentes que este autor detalla, por medio de la figura 4.2. Finalmente, (Quesada Castro, 2010) observa que a estos cuatro elementos se le suman las actividades turísticas, son interdependientes y deben cumplir su papel a cabalidad para lograr una integración armónica y por consiguiente una oferta turística de calidad y competitiva.

Por su parte, (Fernández-Fuster, 1980), en su “esquema general metodológico de un plan de desarrollo turístico”, menciona una serie de etapas, siendo la primera de ellas, la investigación de exploración; la cual se compone de seis elementos entre los que se rescata la oferta turística (V elemento) y la Infraestructura (IV elemento) que aunque el autor no incluya esta última en la oferta es fundamental para la experiencia del turista. En la figura 4.3 se visualizan estos dos elementos como extracción del esquema original que plantea el autor, los cuales contemplan unos componentes que al igual que los elementos no se desarrollan conceptualmente en el referente.

Finalmente, teniendo en cuenta un referente local, (Castrillón Muñoz, 2010) asemeja la oferta turística con el “producto turístico”, para el cual define una serie de componentes a manera de gráfico, tal como se visualiza en la figura 4.4.

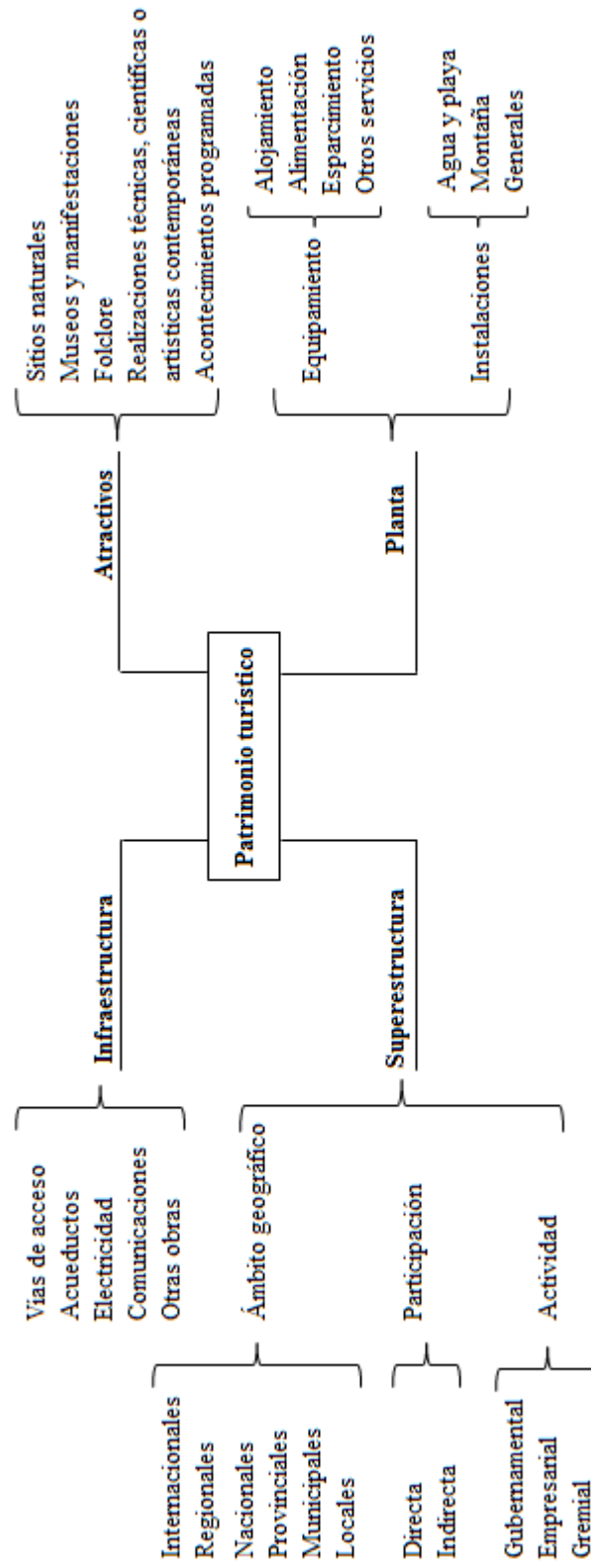


Figura 4.2: Esquema del patrimonio turístico - Fuente: adaptado de (Quesada Castro, 2010)

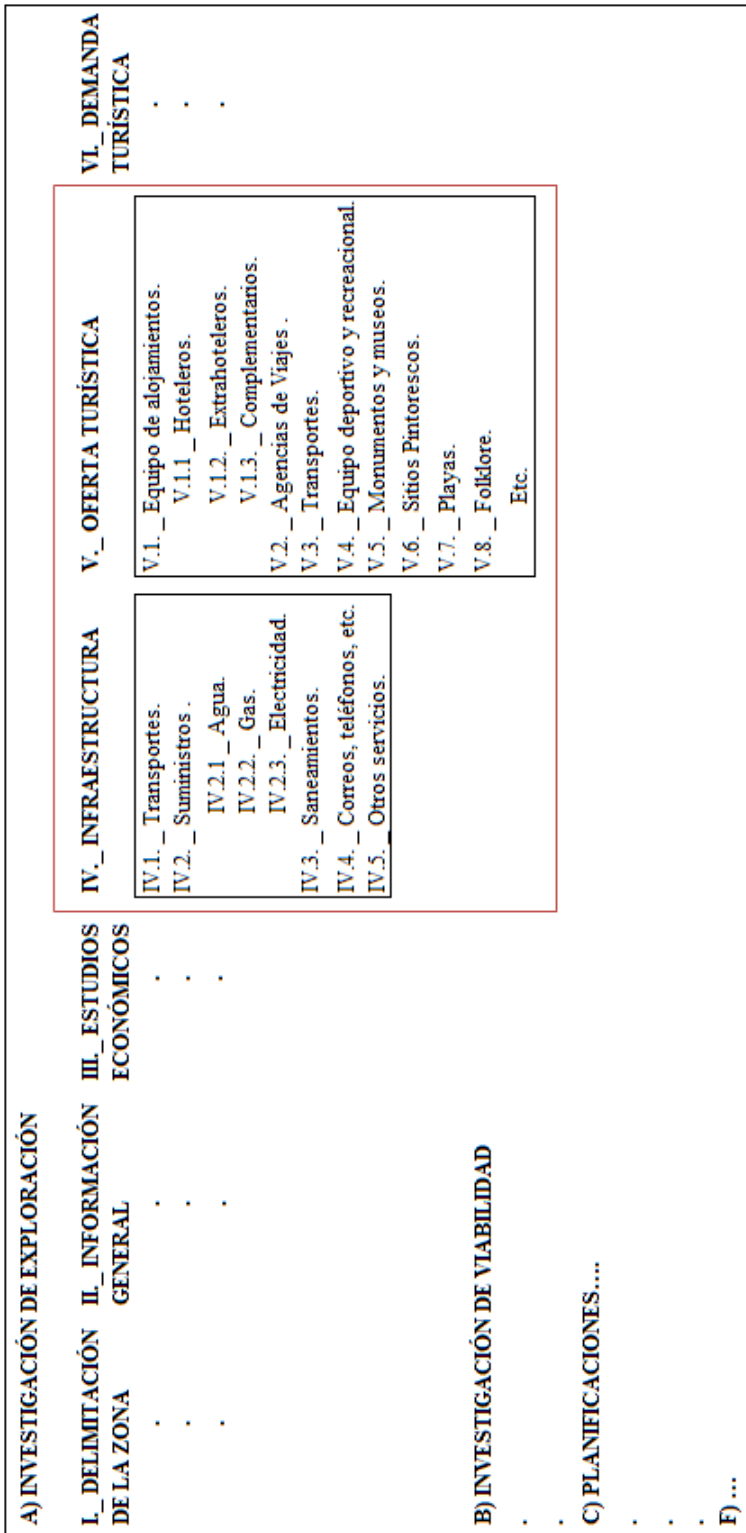


Figura 4.3: Esquema general metodológico de un plan de desarrollo turístico - Fuente: adaptado de (Fernández-Fuster, 1980)

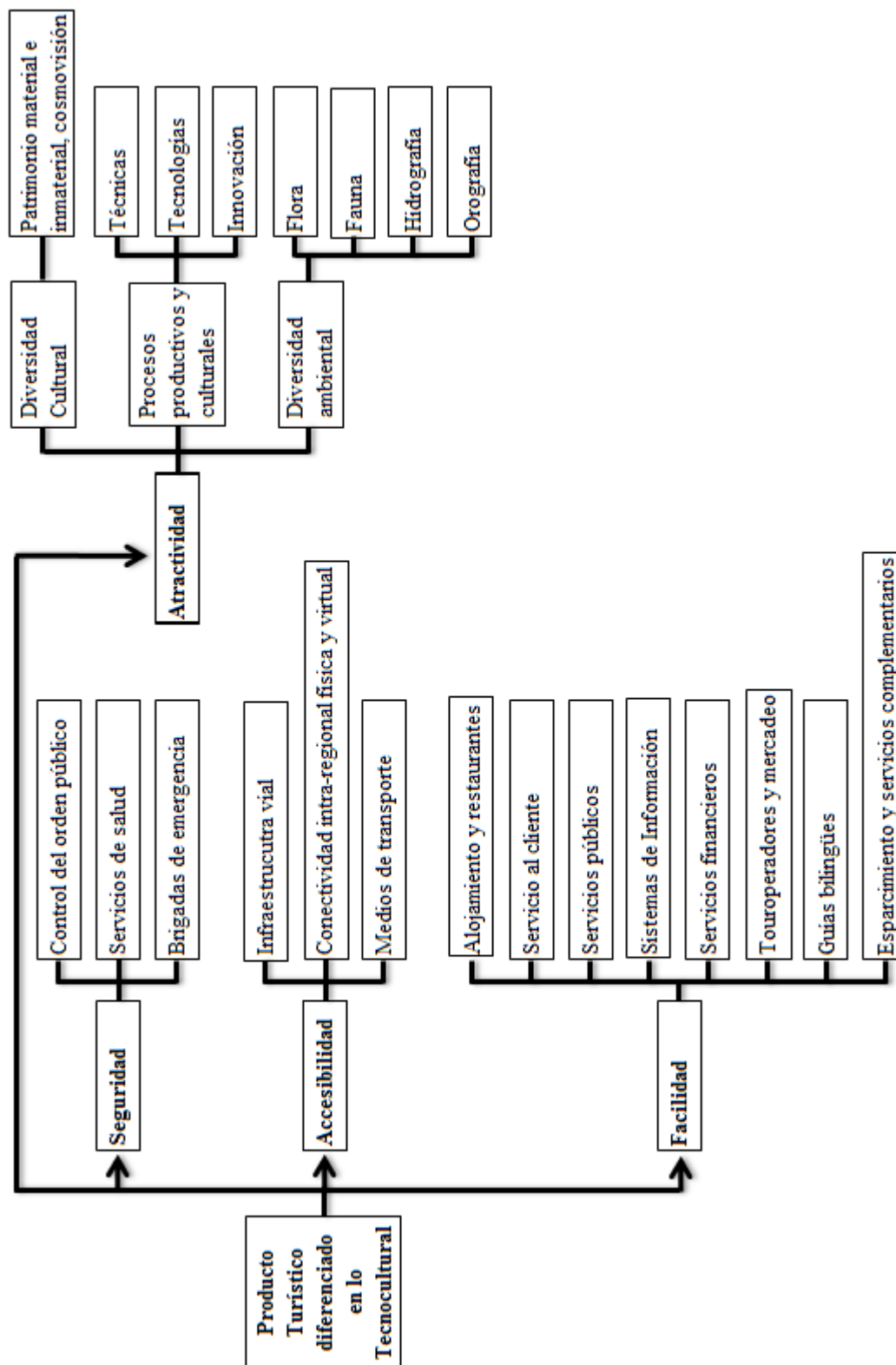


Figura 4.4: Componentes del producto turístico - Fuente: (Castrillón Muñoz, 2010)

Conceptualización de la oferta turística y sus componentes

Partiendo de la revisión anterior, en la que se visualizan ciertas similitudes y diferencias tanto en el concepto como en los componentes de la oferta turística, se optó por construir un concepto de oferta y una clasificación de sus elementos que integre los principales aportes de los autores estudiados anteriormente.

De esta manera, se define la oferta turística como aquel conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo, el cual se compone de atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y superestructura.

Así pues, teniendo en cuenta la definición de oferta turística consolidada anteriormente, se define a continuación cada uno de los elementos principales que componen esta oferta.

Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos, son definidos por (Quesada Castro, 2010) (p.170) como “todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. . . son justamente aquello que motiva y genera los desplazamientos de las personas hacia un lugar, son considerados la “materia prima” del turismo. . . Los destinos se desarrollan en torno a los atractivos, que son su parte medular o central”.

Para (Sancho, 1998) (p.131), las atracciones “son uno de los principales componentes del sistema turístico. . . Los viajeros se desplazan desde la región de origen hacia el destino turístico, porque allí es donde encuentran las atracciones que desean conocer”.

Por lo tanto, se puede concluir que los atractivos turísticos son todos aquellos lugares, objetos, eventos, paisajes y otros que atraen y generan interés en los turistas, quienes se desplazan desde su lugar de origen hasta el destino para conocerlos y visitarlos, razón por la cual se consideran la materia prima de la actividad turística en un destino.

Infraestructura

Retomando la definición de la Real Academia Española, (Quesada Castro, 2010) (p.180) define la infraestructura como aquel “conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera”, señalando además que “. . . esos servicios básicos son por lo general obras de carácter público, que están dirigidas al beneficio de toda una colectividad. . . La infraestructura satisface las necesidades, tanto del turismo, como de otras actividades. . . los elementos que conforman la infraestructura son esenciales para el desarrollo turístico, pues su ausencia o mal funcionamiento dificulta o impide la óptima operación de la oferta de servicios turísticos”.

Para (Valencia, s.f.), la infraestructura es aquel “Término para señalar los elementos básicos para el desarrollo del turismo: vías de comunicación, aeropuertos, energía, agua potable alcantarillado, salud, higiene, puertos, aeropuertos, terminales de transportes, automóviles, talleres, señalización, bombas de gasolina, correos, teléfonos etc.”.

Por consiguiente, se define la infraestructura, en el marco de esta investigación, como aquel conjunto de elementos base para el desarrollo de cualquier actividad o sector de la economía como en este caso del turismo, la cual favorece tanto la calidad de vida de los habitantes del destino, como la experiencia turística de los visitantes. Cabe mencionar, que algunos autores incluyen dentro de este elemento la infraestructura turística, definiéndola como, aquella que ha sido creada puntualmente para favorecer el turismo en determinado destino.

Planta turística

Respecto a la planta turística, (Quesada Castro, 2010) (p.188-189) comenta que es “. . . también conocida como la estructura productiva del turismo, ya que por medio de sus servicios se hace posible el desplazamiento,

permanencia y aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar. A los distintos elementos que conforman la planta turística les corresponde atender y satisfacer todas las necesidades y deseos de los turistas en cuanto a su alojamiento, alimentación y diversión. . . La conforman todos los servicios directos proporcionados por los prestatarios turísticos (hoteles, restaurantes, agencias de viajes). . . La planta turística no funcionaría sin los otros elementos que la nutren, tanto de materia prima (atractivos) como de otros insumos básicos (infraestructura) empleados para proveer los servicios turísticos”

Boullón R. (1991, citado en (Asociación ODEBRECHT Perú, 2010)), por su parte asemeja la planta turística con la estructura turística, la cual define como aquel “Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistemas necesarios para la elaboración del producto turístico (Alojamiento, Alimentación, Esparcimiento)”.

De esta manera, se define a la planta turística como el conjunto de servicios turísticos ofrecidos en un destino por los prestadores turísticos (hoteles, restaurantes, etc.), dirigidos a satisfacer las necesidades y deseos de los turistas en cuanto a su alojamiento, alimentación y esparcimiento, y a posibilitar el aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar.

Superestructura

Para Boullón R. (1991, citado en (Asociación ODEBRECHT Perú, 2010)), la superestructura “comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y cambiar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción”.

De manera similar, (Quesada Castro, 2010) (p.203) define la superestructura como aquel elemento “conformado por aquellos organismos públicos o privados que, de manera directa o indirecta, coordinan todo lo necesario para que el turismo se produzca con éxito”, además aclara que su función es “propiciar, por todos los medios a su alcance, el engranaje y óptimo funcionamiento de los otros tres elementos que, en su conjunto, forman el producto turístico de un lugar”.

En consecuencia, se define la superestructura, en el marco de esta investigación, como aquel elemento de la oferta turística compuesto por organizaciones tanto públicas como privadas encargados de planear y coordinar actividades y estrategias necesarias para lograr una correcta interacción entre los demás componentes de la oferta, y de este modo, procurar el desarrollo exitoso del turismo en el destino.

A continuación, se clasifican cada uno de los componentes planteados por los cuatro autores estudiados (Sancho, 1998), (Quesada Castro, 2010), (Fernández-Fuster, 1980) y (Castrillón Muñoz, 2010) dentro de los elementos principales de la Oferta turística definidos anteriormente “Atractivos turísticos, Infraestructura, Planta turística y Superestructura”, logrando de esta manera una estructura base, integrada por varios elementos, que será un aporte esencial en la matriz de evaluación. Para ello ver las figuras 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, siguiendo lo expuesto en la figura 4.5.



Figura 4.5: Nomenclatura en la compilación de elementos de oferta turística - Fuente: elaboración propia

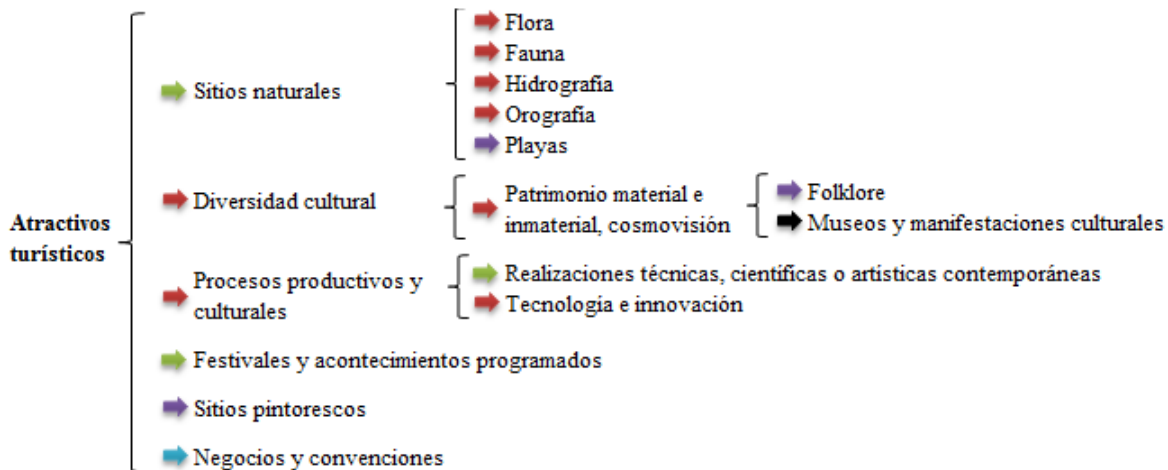


Figura 4.6: Compilación estructura de atractivos turísticos - Fuente: elaboración propia

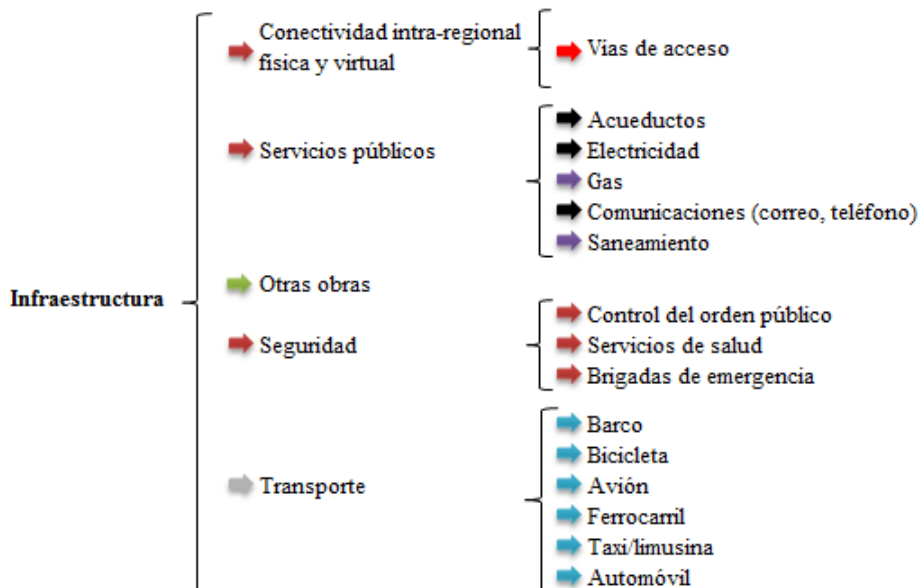


Figura 4.7: Compilación estructura de infraestructura - Fuente: elaboración propia

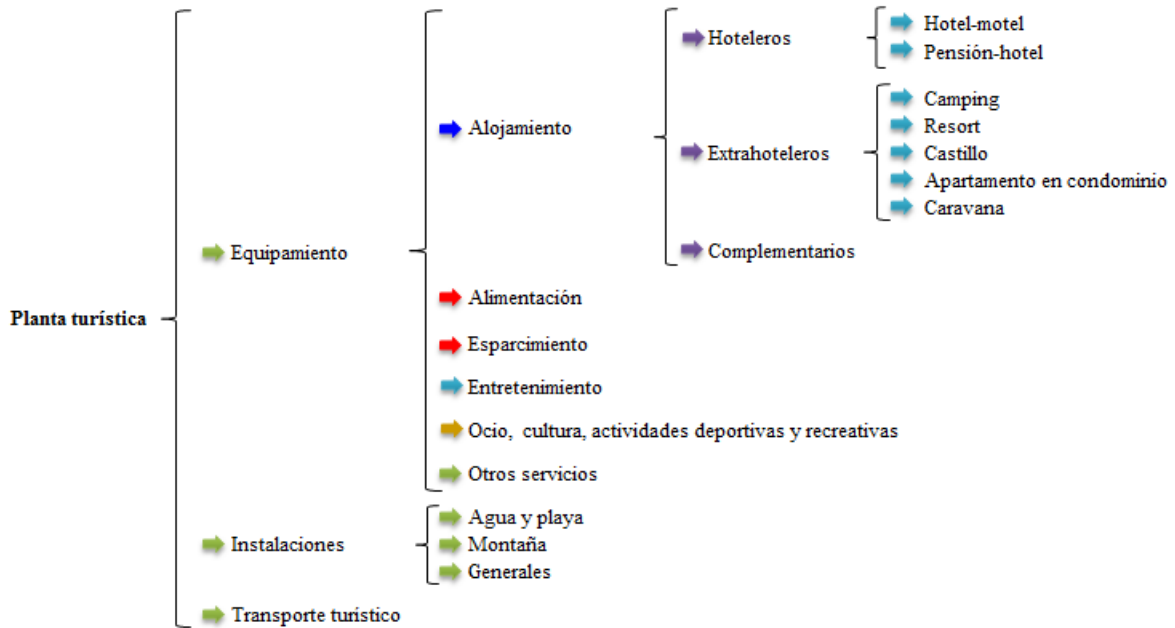


Figura 4.8: Compilación estructura de la planta turística - Fuente: elaboración propia

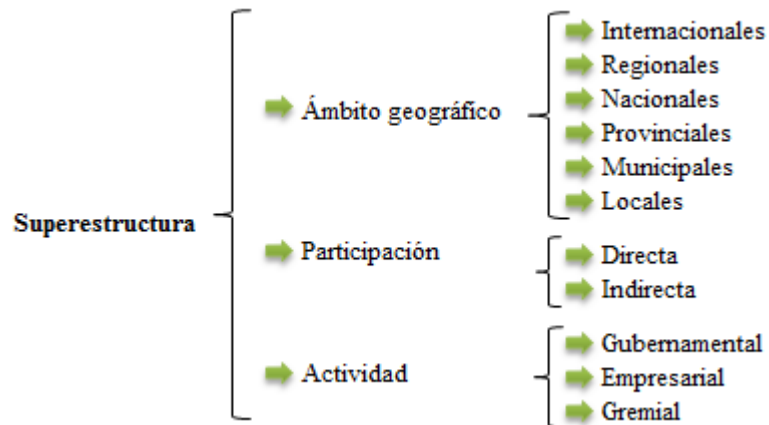


Figura 4.9: Compilación estructura de la superestructura - Fuente: elaboración propia

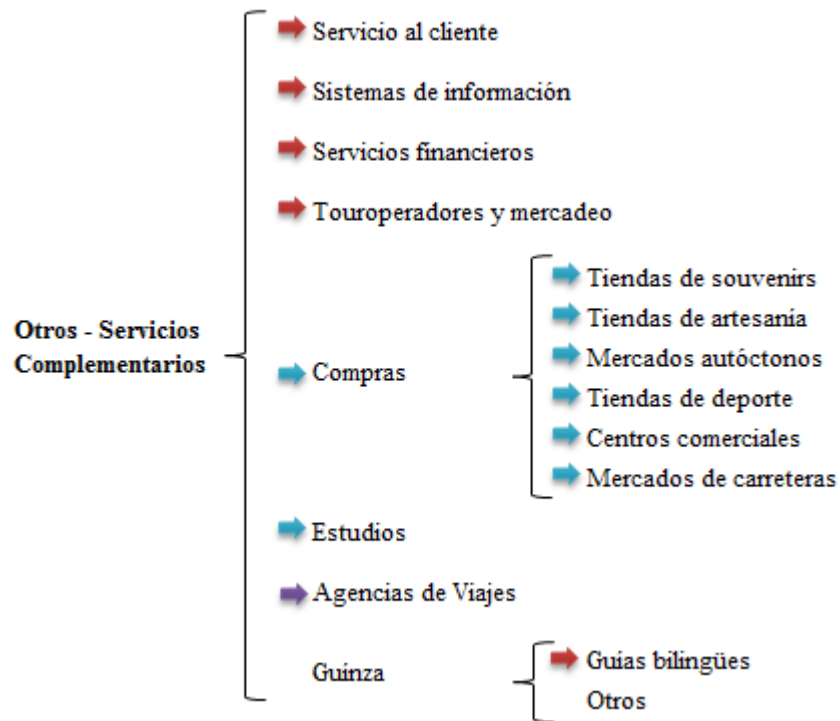


Figura 4.10: Compilación estructura de otros servicios complementarios - Fuente: elaboración propia

Para efectos de la evaluación, es necesario mencionar, que se tomarán como criterios de evaluación, aquellos aspectos comprendidos hasta el nivel llamado “subcomponente” de la compilación realizada, lo cual permitirá clasificar y comparar los elementos, componentes y subcomponentes de las diferentes metodologías de análisis de destinos turísticos.

Por otro lado, es fundamental aclarar que este trabajo se centra en cuatro de los cinco elementos expuestos, es decir que, no se tendrá en cuenta el elemento Atractivos turísticos dentro del instrumento de evaluación, ni tampoco en la propuesta metodológica para análisis de destinos turísticos, objetivo de la presente investigación, pues dada la relevancia y amplitud de este elemento en la planificación de un destino, requiere un manejo y análisis particular para el cual se han creado metodologías de análisis propias que incluyen la elaboración del inventario turístico. Es por ello, que un trabajo en este sentido implicaría no solo un esfuerzo paralelo, sino que también estaría por fuera del límite y alcance de esta investigación teniendo en cuenta lo planeado en el capítulo 1 .

Por consiguiente, se evaluarán aquellos componentes de la oferta relacionados con la infraestructura, planta turística, superestructura y otros servicios complementarios, tal como se visualiza en la figura 4.11, que presenta finalmente el instrumento de evaluación a emplear.

4.1.2. Instrumento de evaluación

Una vez definidos los criterios, se construyó una matriz como instrumento de evaluación, que incluye en sus columnas las metodologías a evaluar y en sus filas cada uno de los elementos seleccionados y clasificados anteriormente, tal como lo ilustra la figura 4.11, con el fin de evaluar y seleccionar aquellos elementos que debe tener una propuesta para el análisis de destinos turísticos. Adicionalmente, se anexa un componente denominado “otros” en cada uno de los elementos, para ubicar en éste aquellos subcomponentes que no se contemplan en la clasificación establecida, pero que sean propuestos por alguna de las metodologías a evaluar.

Posterior a esta evaluación, en dos nuevas matrices se analizarán los ítems, que hacen parte de los subcomponentes, y los aspectos a evaluar por cada elemento, teniendo en cuenta lo propuesto por cada uno de los autores. Del mismo modo, tanto las metodologías, es decir el paso a paso que cada una de ellas propone, como los instrumentos o fichas de recolección de información requerida en cada una, se tendrán en cuenta para el planteamiento de la propuesta metodológica.

Finalmente, se seleccionarán los elementos y aspectos a evaluar, más relevantes y adecuados para un destino como la ciudad de Popayán la cual es caracterizada a continuación. Cabe aclarar que la selección de estos elementos y aspectos, no corresponden a una crítica o juicio respecto a lo que propone cada autor, es decir, no se pretende calificar su planteamiento, sino lograr una integración coherente entre sus aportes con el fin de fortalecer la propuesta metodológica, fin principal de esta investigación.

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Metodologías				
			Nº 1	Nº 2	Nº 3	...	Nº n
Infraestructura	Conectividad intra-regional física y virtual	Vías de acceso					
	Servicios públicos	Acueductos					
		Electricidad					
		Gas					
		Comunicaciones (correo, teléfono)					
	Otras obras						
Seguridad	Control del orden público Servicios de salud Brigadas de emergencia						
Transporte	Barco						
	Bicicleta						
	Avión						
	Ferrocarril						
Taxi/limusina							
Automóvil							
Otros							
Planta turística	Equipamiento	Alojamiento					
		Alimentación					
		Esparcimiento					
		Entretenimiento					
Instalaciones	Ocio, cultura, actividades deportivas y recreativas						
	Otros servicios						
	Agua y playa						
Transporte turístico	Montaña						
Otros	Generales						
Superestructura	Ámbito geográfico	Internacionales					
		Regionales					
		Nacionales					
		Provinciales					
		Municipales					
Locales							
Participación	Directa						
	Indirecta						
Actividad	Gubernamental						
	Empresarial						
Gremial							
Otros							
Otros - Servicios Complementarios	Servicio al cliente						
	Sistemas de información						
	Servicios financieros						
	Touropерadores y mercadeo						
	Compras	Tiendas de souvenirs					
		Tiendas de artesanía					
		Mercados autóctonos					
		Tiendas de deporte					
		Centros comerciales					
	Mercados de carreteras						
Estudios							
Guianza	Guías bilingües						
	Otros						
Agencias de Viaje							
Otros							

Figura 4.11: Matriz de evaluación - Fuente: elaboración propia

4.2. Aplicación del instrumento de evaluación

Inicialmente, teniendo en cuenta la matriz definida como instrumento de evaluación, se procedió a introducir los datos de cada metodología correspondientes a elementos, componentes y subcomponentes, de acuerdo a los criterios ya establecidos en la matriz. Así mismo, cuando una de las metodologías planteaba un componente no contemplado en el instrumento, este era ubicado en “otros” con el fin de incorporar todos los aportes de cada metodología. De esta manera, se diligenció totalmente la matriz, verificando la existencia y frecuencia de cada elemento, componente y subcomponente por metodología, obteniendo como resultado un valor de evaluación en porcentaje, tal como se evidencia en la figura 4.12.

Paralelamente, se diligenció una segunda matriz de evaluación, en la que se incorporó una columna denominada “ítems”, la cual incluye una categoría adicional que algunos autores realizan de los subcomponentes, esto con el fin de lograr un análisis más en detalle de cada metodología. En las figuras 4.13 y 4.14, se ilustra los resultados obtenidos para esta nueva matriz.

Finalmente, teniendo en cuenta la importancia de definir los aspectos a analizar por cada elemento en un destino, se diligenció una última matriz, en la que se incluye la columna “aspectos a evaluar” con el propósito de integrar los aportes que cada autor, a través de su metodología, realiza con respecto a esta importante temática. En las figuras, de la 4.15 a la 4.29, se visualiza esta matriz, con los resultados obtenidos (valor de evaluación en porcentaje) por cada aspecto.

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Metodologías N°																		Total	%
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
No específica				X																1	5,56%	
Infraestructura	Conectividad intra-regional física y virtual	Vías de acceso					X	X			X	X	X				X		X	7	38,89%	
		Servicios públicos	Acueductos			X						X	X	X			X	X	X	X	11	61,11%
	Electricidad				X						X	X	X			X	X	X	X	11	61,11%	
	Gas								X	X										3	16,67%	
	Comunicaciones (correo, teléfono)				X								X	X			X	X	X	11	61,11%	
	Saneamiento				X							X					X	X	X	9	50,00%	
	Otras obras																		0	0,00%		
	Seguridad	Control del orden público			X	X					X	X	X					X	X	7	38,89%	
		Servicios de salud			X						X	X	X	X			X	X	X	9	50,00%	
		Bngadas de emergencia															X			1	5,56%	
	Transporte	Barco			X												X	X	X	11	61,11%	
		Bicicleta																		7	38,89%	
		Avión			X				X	X	X	X	X				X	X	X	11	61,11%	
		Ferrocarril			X															8	44,44%	
		Taxi/limusina	X															X	X	10	55,56%	
		Automóvil											X					X		9	50,00%	
		Otros	Asistencia social			X														1	5,56%	
	Señalización			X						X	X	X							4	22,22%		
	Limpieza y ornato			X										X					2	11,11%		
	Otros sistemas de transporte			X	X							X							3	16,67%		
Infraestructura de utilidad turística					X											X		2	11,11%			
Planta turística	Equipamiento	Alojamiento	X		X	X				X	X	X	X	X	X	X	X	X	17	94,44%		
		Alimentación			X	X					X	X	X	X	X	X	X	X	15	83,33%		
		Esparcimiento														X			4	22,22%		
		Entretenimiento												X					4	22,22%		
		Ocio, cultura, actividades deportivas y recreativas				X				X		X	X					X	X	9	50,00%	
		Otros servicios			X	X		X	X		X	X	X							7	38,89%	
	Instalaciones	Agua y playa																		3	16,67%	
		Montaña																		3	16,67%	
		Generales																		3	16,67%	
	Transporte turístico		X						X		X	X							7	38,89%		
Otros																		0	0,00%			
Superestructura	Ámbito geográfico	Internacionales																				
		Regionales																				
		Nacionales																				
		Provinciales																				
		Municipales																				
		Locales																				
	Participación	Directa			X		X	X	X	X		X					X		8	44,44%		
		Indirecta																				
	Actividad	Gubernamental																				
		Empresarial																				
Gremial																						
Otros																						
Otros - Servicios Complementarios	Servicio al cliente																		0	0,00%		
	Sistemas de información									X									1	5,56%		
	Servicios financieros									X	X	X			X	X			5	27,78%		
	Tourop operadores y mercadeo											X							1	5,56%		
	Compras	Tiendas de souvenirs																	6	33,33%		
		Tiendas de artesanía										X					X		8	44,44%		
		Mercados autóctonos							X			X				X		X	6	33,33%		
		Tiendas de deporte			X														6	33,33%		
		Centros comerciales											X				X		8	44,44%		
		Mercados de carreteras																	6	33,33%		
	Estudios	Educación			X				X			X					X	X	5	27,78%		
		Capacitación					X	X		X	X	X					X		6	33,33%		
	Agencias de Viaje								X		X	X	X	X	X				6	33,33%		
	Guianza	Guías bilingües							X										1	5,56%		
		Otros									X	X					X		3	16,67%		
	Otros	Información turística									X	X	X			X	X		5	27,78%		
Cambio de moneda										X						X		2	11,11%			
Uso de tecnología									X	X								2	11,11%			
Plazas turísticas											X							1	5,56%			
Excursiones y viajes											X	X				X		3	16,67%			
Organización de eventos											X				X		X	3	16,67%			
Servicios auxiliares al turismo						X												1	5,56%			

Figura 4.12: Evaluación de elementos, componentes y subcomponentes - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Ítems	Metodologías																		Total	%
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Infraestructura	Conectividad intra-regional física y virtual	No específica		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	10	55.56%		
		Vías de acceso																			1	5.56%	
	Servicios públicos	Acueductos																			1	5.56%	
		Agua embudada																			1	5.56%	
	Otras obras	Otros																			1	5.56%	
		Electricidad																					
		Gas																					
		Comunicaciones (correo, teléfono)																					
	Seguridad	Saneamiento																					
		Control del orden público																					
Servicios de salud																							
Transporte	Brigadas de emergencia																						
	Barco																						
	Bicicleta																						
	Avión																						
Otros	Ferrocarril																						
	Taxi limusina																						
	Taxis																						
	Autobuses																						
Planta turística	Otros	Automóvil																					
		Asistencia social																					
		Señalización																					
		Limpieza y ornato																					
		Otros sistemas de transporte																					
		Infraestructura de unidad turística																					
		Pequeños hoteles																		1	5.56%		
		Medianos hoteles																		1	5.56%		
		Hoteles																		3	16.67%		
		Hostales																		1	5.56%		
Equipamiento	Alojamiento	Camping																		2	11.11%		
		Bed & breakfast																		1	5.56%		
		Apartamentos																		1	5.56%		
		Residencias																		2	11.11%		
		Redes de albergues de la juventud																		1	5.56%		
		Casas rurales																		1	5.56%		
		Oferta hotelera																		2	11.11%		
		Oferta Extrahotelera																		2	11.11%		
		Parque turístico inmobiliario																		1	5.56%		
		Otros																		2	11.11%		
Planta turística	Equipamiento	Restaurantes																		3	16.67%		
		Cafeterías																		3	16.67%		
		Bares																		1	5.56%		
		Fuentes de soda																		2	11.11%		
		Peñas																		1	5.56%		
		Alimentos y bebidas																		1	5.56%		
		Otros																		1	5.56%		
		Esparcimiento																					
		Entretención																					
		Instalaciones	Transporte turístico	Ocio, cultura, actividades deportivas y recreativas																	1	5.56%	
Lugares de diversión																			1	5.56%			
Otros servicios																							
Agua y playa																							
Otros	Otros	Montaña																					
		Generales																					
Otros	Otros	Alquiler de autos																	1	5.56%			
		Otros																					

Figura 4.13: Evaluación de ítems - Parte 1 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%		
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18				
Infraestructura	No específica	Conectividad intra-regional física y virtual	Tamaño de la red											X	X							3	16,67%		
			Vías de acceso	Estado de conservación						X			X									X	3	16,67%	
			Entidad responsable						X															1	5,56%
	Acueductos	Capacidad		X														X					2	11,11%	
		Carencia		X																			1	5,56%	
		Accesibilidad		X																			1	5,56%	
		Calidad		X				X		X													3	16,67%	
		Cobertura						X		X													2	11,11%	
		Planes de expansión						X															1	5,56%	
		Estado actual							X	X													2	11,11%	
		Disponibilidad de agua potable											X										1	5,56%	
		Características técnicas																	X				1	5,56%	
		Electricidad	Capacidad		X																			1	5,56%
			Carencia		X																			1	5,56%
			Accesibilidad		X																			1	5,56%
			Calidad		X				X		X													3	16,67%
			Cobertura						X		X	X												3	16,67%
			Planes de expansión						X															1	5,56%
	Estado actual								X	X													2	11,11%	
	Gas	Fuentes y usos																X					1	5,56%	
		Calidad						X		X													2	11,11%	
		Cobertura						X		X													2	11,11%	
		Planes de expansión						X															1	5,56%	
	Comunicaciones (correo, teléfono)	Estado actual							X													X	2	11,11%	
		Disponibilidad de líneas telefónicas										X											1	5,56%	
		Localización																	X				1	5,56%	
		Categoría																	X				1	5,56%	
	Saneamiento	Capacidad		X																			1	5,56%	
		Carencia		X																			1	5,56%	
		Accesibilidad		X																			1	5,56%	
Calidad			X				X		X													3	16,67%		
Cobertura							X		X													2	11,11%		
Planes de expansión							X															1	5,56%		
Estado actual									X												X	2	11,11%		

Figura 4.15: Evaluación de aspectos - parte 1 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%		
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18				
Infraestructura	Otras obras	Control del orden público	Disposición			X																1	5,56%		
			Accesibilidad			X																	1	5,56%	
			Calidad			X						X											2	11,11%	
	Seguridad	Servicios de salud	Estado actual							X												X	2	11,11%	
			Cobertura								X												1	5,56%	
			Disposición			X							X										2	11,11%	
			Accesibilidad			X																	1	5,56%	
			Calidad			X						X					X						3	16,67%	
			Estado actual								X												X	2	11,11%
			Cobertura									X												1	5,56%
		Horarios de operación de centros de atención médica											X										1	5,56%	
		Disponibilidad de personal											X										1	5,56%	
		Capacidad de atención ante posibles incrementos en demanda											X										1	5,56%	
		Especialidad de los médicos											X										1	5,56%	
		Facilidad en el traslado de pacientes											X										1	5,56%	
		Capacidad de hospitalización											X										1	5,56%	
		Identificación del perfil											X										1	5,56%	
		Disponibilidad de medicamentos y antidotos											X										1	5,56%	
	Servicios de traducción especializada												X									1	5,56%		
	Brigadas de emergencia	Localización																	X				1	5,56%	
		Categoría																	X				1	5,56%	
		Calidad																	X				1	5,56%	

Figura 4.16: Evaluación de aspectos - parte 2 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Infraestructura	Transporte	Barco	Carencia			X														1	5,56%		
			Accesibilidad			X															1	5,56%	
			Calidad			X															1	5,56%	
			Importancia relativa para el Puertos fluviales y marítimos						X												1	5,56%	
		Bicicleta	Importancia relativa para el movimiento turístico					X													1	5,56%	
			Capacidad			X															1	5,56%	
		Avión	Carencia			X															1	5,56%	
			Accesibilidad			X															1	5,56%	
			Calidad			X															1	5,56%	
			Importancia relativa para el movimiento turístico						X												1	5,56%	
			Aeropuertos							X											1	5,56%	
			Acceso a los principales países emisores de turismo											X							1	5,56%	
			Ubicación del aeropuerto respecto a la región turística											X							1	5,56%	
			Niveles de tarifas del servicio											X							1	5,56%	
			Condiciones de la pista											X							1	5,56%	
			Capacidad de operación con base en la temporalidad de los flujos											X							1	5,56%	
			Seguridad de las instalaciones											X							1	5,56%	
			Calidad y condiciones confortables de la sala de espera											X							1	5,56%	
		Integración con el resto de prestadores de servicios turísticos											X							1	5,56%		
		Ferrocarril	Capacidad			X															1	5,56%	
			Carencia			X															1	5,56%	
			Accesibilidad			X															1	5,56%	
			Calidad			X															1	5,56%	
		Taxi/limusina	Importancia relativa para el movimiento turístico					X													1	5,56%	
			Vías terrestres						X												1	5,56%	
		Automóvil	Servicio de taxis y de autobuses urbanos	X																	1	5,56%	
			Importancia relativa para el movimiento turístico					X													1	5,56%	
			Vías terrestres						X												1	5,56%	
			Carretera: Cercanía con zona donde se encuentra el producto turístico											X							1	5,56%	
			Carretera: Compatibilidad con el ambiente y con los productos											X							1	5,56%	
			Carretera: Seguridad a la circulación (deslaves, asaltos)											X							1	5,56%	
			Carretera: Costo de peaje											X							1	5,56%	
Existencia de carreteras que permitan enlazar con otros centros turísticos												X							1	5,56%			
Carretera: Atractivos adicionales a lo largo del trayecto (turismo carretero)												X							1	5,56%			
Carretera: Existencia de centros de apoyo al conductor												X							1	5,56%			
Carretera: Velocidades establecidas por los estándares internacionales												X							1	5,56%			
Carretera: Condiciones de la carpeta asfáltica												X							1	5,56%			

Figura 4.17: Evaluación de aspectos - parte 3 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Infraestructura	Otros	Asistencia social	Disponición			X															1	5,56%	
			Accesibilidad			X																1	5,56%
			Calidad			X																1	5,56%
		Señalización	Estado actual								X											1	5,56%
			Señalización general de las vías									X										1	5,56%
			Distancias a los atractivos turísticos									X										1	5,56%
			Servicios turísticos que se prestan en los destinos										X									1	5,56%
			Datos de interés para el viajero										X									1	5,56%
			Información sobre los productos turísticos en las principales vías											X								1	5,56%
			Visibilidad de las señalizaciones											X								1	5,56%
			Actualización de la información (nuevos productos, actividades)											X								1	5,56%
			Utilización de señalamientos en distintos idiomas												X							1	5,56%
			Limpieza y ornato	Capacidad			X																1
		Carencia				X																1	5,56%
		Accesibilidad				X																1	5,56%
		Calidad				X																1	5,56%
		Otros sistemas de transporte	Capacidad			X																1	5,56%
			Carencia			X																1	5,56%
			Accesibilidad			X																1	5,56%
		Infraestructura de utilidad turística	Calidad			X																1	5,56%
			Relevamiento					X														1	5,56%
								X														1	5,56%
									X													1	5,56%
								X												1	5,56%		
									X											1	5,56%		
										X										1	5,56%		
											X									1	5,56%		
												X								1	5,56%		
													X							1	5,56%		
														X						1	5,56%		

Figura 4.18: Evaluación de aspectos - parte 4 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Planta turística	Equipamiento	Alojamiento	Capacidad instalada	X				X	X	X	X							X		6	33,33%		
			Situación económica (punto de equilibrio)	X																	1	5,56%	
			Categoría	X		X	X	X			X				X	X	X	X			9	50,00%	
			Estado de conservación	X							X									X		3	16,67%
			Características (baño, ducha, internet, calefacción o aire acondicionado, Tv cable, agua caliente)				X				X				X							3	16,67%
			Desarrollo inmobiliario con fines vacacionales, requerimientos de urbanización y servicios públicos				X															1	5,56%
			Promedios de ocupación				X	X												X		3	16,67%
			Porcentaje de ocupación						X	X	X	X										3	16,67%
			Calidad de los servicios				X	X	X	X	X	X					X	X	X			6	33,33%
			Concentración					X														1	5,56%
			Evolución de los precios				X															1	5,56%
			Total de habitaciones y camas				X			X					X	X	X					5	27,78%
			Número de usuarios					X														1	5,56%
			Recursos financieros				X															1	5,56%
			Tecnología empleada				X															1	5,56%
			Precios					X	X										X			3	16,67%
			Localización respecto a productos						X	X	X						X					3	16,67%
			Procedencia de huéspedes													X						1	5,56%
			Fomas de pago													X						1	5,56%
			Antigüedad													X						1	5,56%
			Permiso de funcionamiento													X						1	5,56%
			Forma jurídica							X						X						2	11,11%
			Empleados													X						1	5,56%
			Capacitación al personal									X				X						2	11,11%
			Tipo de edificación													X						1	5,56%
			Consumo promedio por cliente													X						1	5,56%
			Servicios complementarios (serv de cafetería, spa, gimnasio, canchas de juego, parqueadero)									X			X							2	11,11%
			Inventario de los establecimientos							X	X											2	11,11%
			Coherencia entre los diferentes alojamientos y el tipo de turismo							X	X											2	11,11%
			Disponibilidad de servicios alternativos para atender distintos segmentos y nichos de mercado										X									1	5,56%
			Disponibilidad de medios para el traslado oportuno y eficiente de los viajeros											X								1	5,56%
			Cumplimiento de las agencias de viaje y tour-operadores como medios de enlace entre los servicios turísticos y los viajeros										X									1	5,56%
			Existencia de un sistema de reservas								X											1	5,56%
Demanda satisfactoria								X											1	5,56%			
Periodo en que más se concentra la actividad								X											1	5,56%			
Atención turística										X									1	5,56%			
Evolución y tendencias																	X		1	5,56%			

Figura 4.19: Evaluación de aspectos - parte 5 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°														Total	%					
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14			15	16	17	18	
Planta turística	Equipamiento	Alimentación	Inventario de los establecimientos				X			X	X										3	16,67%		
			Clasificación				X				X				X	X	X					5	27,78%	
			Capacidad total (mesas, pax)				X					X				X			X				4	22,22%
			Promedios de ocupación				X																1	5,56%
			Indicadores financieros (razones, puntos de equilibrio)				X																1	5,56%
			Tipo de establecimiento					X										X	X				3	16,67%
			Tarifas						X	X	X									X			3	16,67%
			Calidad en el servicio						X	X	X					X	X						4	22,22%
			Porcentaje de ocupación								X												1	5,56%
			Consumo promedio por cliente													X							1	5,56%
			Formas de pago													X							1	5,56%
			Antigüedad													X							1	5,56%
			Procedencia de clientes													X							1	5,56%
			Permiso de funcionamiento													X							1	5,56%
			Forma jurídica													X							1	5,56%
			Empleados													X							1	5,56%
			Capacitación al personal										X			X							2	11,11%
			Tipo de edificación													X							1	5,56%
			Servicios complementarios (Espacio local, servicio de cocina interna, de bar, de comida para llevar; Menú...)														X						1	5,56%
			Localización respecto de los productos										X					X					2	11,11%
			Menús																	X			1	5,56%
			Capacidad para eventos																	X			1	5,56%
			Atención turística										X										1	5,56%
			Disponibilidad de servicios alternativos para atender distintos segmentos y nichos de mercado										X										1	5,56%
			Disponibilidad de medios para el traslado oportuno y eficiente de los viajeros											X									1	5,56%
			Flexibilidad de adecuación a las tendencias de la demanda										X										1	5,56%
			Cumplimiento de las agencias de viaje y tour-operadores como medios de enlace entre los servicios turísticos y los viajeros										X										1	5,56%
		Nivel de desarrollo de otros servicios complementarios para los turistas como bancos, bares, teatros, cines,										X										1	5,56%	
		Análisis situación y estado																			X	1	5,56%	
		Espaceamiento	Clasificación				X										X					2	11,11%	
			Capacidad total				X	X															2	11,11%
			Promedios de ocupación				X																1	5,56%
Localización															X						1	5,56%		
Calidad															X						1	5,56%		
Indicadores financieros (razones, puntos de equilibrio)					X															1	5,56%			

Figura 4.20: Evaluación de aspectos - parte 6 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Planta turística	Equipamiento	Entretenimiento	Clasificación					X												1	5,56%		
			Capacidad total					X													1	5,56%	
			Promedios de ocupación					X													1	5,56%	
			Indicadores financieros (razones, puntos de equilibrio)					X													1	5,56%	
			Localización respecto a la demanda						X												1	5,56%	
		Ocio, cultura, actividades deportivas y recreativas	Inventario de los establecimientos			X	X					X									3	16,67%	
			Accesibilidad			X															2	11,11%	
			Clasificación				X					X									2	11,11%	
			Capacidad total			X	X					X									3	16,67%	
			Promedios de ocupación				X														1	5,56%	
			Porcentaje de ocupación							X		X									2	11,11%	
			Indicadores financieros (razones, puntos de equilibrio)				X														1	5,56%	
			Precios						X				X								2	11,11%	
			Recursos financieros							X											1	5,56%	
			Tecnología empleada							X											1	5,56%	
	Análisis de la situación y estado																		X	1	5,56%		
	Número de usuarios								X											1	5,56%		
	Cabalgatas																	X		1	5,56%		
	Bicicleta de montaña																	X		1	5,56%		
	Paseos en bote																	X		1	5,56%		
	Pesca																X		1	5,56%			
	Senderismo																X		1	5,56%			
	Termalismo																X		1	5,56%			
	Otros																X		1	5,56%			
	Instalaciones	Agua y playa																		-	-		
		Montaña																		-	-		
		Generales																		-	-		
	Transporte turístico		Servicios de traslado desde terminales a hoteles	X																1	5,56%		
			Servicios de city tour	X																1	5,56%		
			Servicios de de excursiones ofrecidos en el destino hacia otros puntos turísticos	X																1	5,56%		
			Estructura				X													1	5,56%		
			Políticas				X													1	5,56%		
			Comportamiento				X													1	5,56%		
			Clasificación				X					X								2	11,11%		
			Capacidad total				X	X				X								3	16,67%		
			Promedios de ocupación				X													1	5,56%		
			Porcentaje de ocupación						X			X								2	11,11%		
			Indicadores financieros (razones, puntos de equilibrio)					X													1	5,56%	
			Recursos financieros							X											1	5,56%	
			Tecnología empleada							X											1	5,56%	
Tarifas vigentes												X								1	5,56%		
Inventario												X								1	5,56%		
Número de usuarios							X											1	5,56%				
Otros																		-	-				

Figura 4.21: Evaluación de aspectos - parte 7 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Superestructura	Ámbito geográfico	Internacionales	Estructuras administrativas y la gestión pública			X		X	X											3	16,67%		
		Regionales	Estabilidad política y financiera del territorio			X														1	5,56%		
		Nacionales	Utilización de instrumentos de gestión			X														1	5,56%		
		Provinciales	Instrumentos de planificación urbana y turística			X														1	5,56%		
		Municipales	Legislación y políticas públicas de estímulo al sector			X		X												2	11,11%		
		Locales	Planes de inversión del sector público y privado			X														1	5,56%		
	Participación	Directa	Políticas económicas específicas en aplicación					X												1	5,56%		
		Indirecta	Orientaciones generales del sector					X												1	5,56%		
	Actividad	Gubernamental	Estructura financiera					X												1	5,56%		
		Empresarial	Atribuciones y funciones del organismo oficial de turismo					X												1	5,56%		
		Gremial	Planes de desarrollo turístico					X												1	5,56%		
			Promoción y comercialización					X												1	5,56%		
			Funciones						X	X	X									3	16,67%		
			Acciones emprendidas						X											2	11,11%		
			Eficiencia						X	X	X									3	16,67%		
			Existencia y accesibilidad de los instrumentos de fomento (acceso a																X		1	5,56%	
			Flexibilidad de las instituciones y capacidad de respuesta																X		1	5,56%	
			Coordinación interinstitucional y conocimiento de la temática																X		1	5,56%	
			Otros		Duración de trámites administrativos														X		1	5,56%	

Figura 4.22: Evaluación de aspectos - parte 8 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Otros - Servicios Complementarios	Servicio al cliente																			-			
	Sistemas de información																			-			
	Servicios financieros	Estado actual									X									1	5,56%		
		Localización															X			1	5,56%		
		Categoría															X			1	5,56%		
		Calidad															X			1	5,56%		
		Acceso que tienen las empresas del										X								1	5,56%		
		Condiciones y las posibilidades de										X								1	5,56%		
		Disponibilidad de esquemas de											X							1	5,56%		
		Condiciones para el otorgamiento de											X							1	5,56%		
		Recursos públicos asignados al											X							1	5,56%		
	Proyectos en marcha con										X								1	5,56%			
	Identificación de posibles mezclas de											X							1	5,56%			
	Touroperadores y mercadeo																						
	Compras	Tiendas de souvenirs	Capacidad del establecimiento	X					X	X										3	16,67%		
			Número de usuarios	X					X											2	11,11%		
			Porcentaje de ocupación	X					X											2	11,11%		
			Recursos financieros	X					X											2	11,11%		
			Inventario de los establecimientos							X										1	5,56%		
			Porcentaje de ocupación							X										1	5,56%		
			Clasificación del establecimiento							X						X				2	11,11%		
			Tarifas vigentes								X									1	5,56%		
			Localización													X				1	5,56%		
			Calidad													X				1	5,56%		
			Análisis de la situación y estado																X	1	5,56%		
			Tecnología empleada	X						X										2	11,11%		
		Tiendas de artesanía	Capacidad del establecimiento	X					X	X										3	16,67%		
			Número de usuarios	X					X											2	11,11%		
			Porcentaje de ocupación	X					X											2	11,11%		
			Inventario de los establecimientos							X										1	5,56%		
			Porcentaje de ocupación							X										1	5,56%		
			Clasificación del establecimiento							X						X				2	11,11%		
			Tarifas vigentes								X	X								2	11,11%		
			Recursos financieros	X						X										2	11,11%		
			Análisis de la situación y estado																X	1	5,56%		
			Impacto de su ubicación física										X				X			2	11,11%		
			Accesibilidad										X							1	5,56%		
			Imagen del sitio o localidad										X							1	5,56%		
			Calidad del producto										X				X			2	11,11%		
			Originalidad de las artesanías elaboradas, respecto a otros sitios										X							1	5,56%		
			Diversificación de la oferta										X							1	5,56%		
			Capacidad para incorporar la elaboración de nuevas artesanías										X							1	5,56%		
			Impacto económico y social de la actividad en las comunidades											X						1	5,56%		
			Existencia de mecanismos de impulso a la comercialización											X						1	5,56%		
		Tecnología empleada	X						X										2	11,11%			
		Mercados autóctonos	Capacidad del establecimiento	X					X	X										3	16,67%		
			Número de usuarios	X					X											2	11,11%		
Porcentaje de ocupación			X					X											2	11,11%			
Recursos financieros			X					X											2	11,11%			
Inventario de los establecimientos									X										1	5,56%			
Porcentaje de ocupación								X										1	5,56%				
Clasificación del establecimiento								X						X				2	11,11%				
Tarifas vigentes									X									1	5,56%				
Localización															X			1	5,56%				
Calidad															X			1	5,56%				
Análisis de la situación y estado																	X	1	5,56%				
Tecnología empleada	X							X										2	11,11%				

Figura 4.23: Evaluación de aspectos - parte 9 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%			
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18					
Otros - Servicios Complementarios	Compras	Tiendas de deporte	Capacidad del establecimiento	X								X											2	11,11%		
			Número de usuarios	X																					1	5,56%
			Porcentaje de ocupación	X																					1	5,56%
			Recursos financieros	X																					1	5,56%
			Inventario de los establecimientos										X												1	5,56%
			Porcentaje de ocupación										X												1	5,56%
			Clasificación del establecimiento										X												1	5,56%
			Localización																X						1	5,56%
			Calidad																X						1	5,56%
			Análisis de la situación y estado																			X			1	5,56%
			Tarifas vigentes										X												1	5,56%
			Tecnología empleada	X																					1	5,56%
			Capacidad del establecimiento	X									X												2	11,11%
			Número de usuarios	X																					1	5,56%
			Porcentaje de ocupación	X																					1	5,56%
		Recursos financieros	X																					1	5,56%	
		Inventario de los establecimientos										X												1	5,56%	
		Porcentaje de ocupación										X												1	5,56%	
		Clasificación del establecimiento										X												1	5,56%	
		Tarifas vigentes										X												1	5,56%	
		Localización											X					X						2	11,11%	
		Calidad																X						1	5,56%	
		Análisis de la situación y estado																			X			1	5,56%	
		Disponibilidad de mercancías											X											1	5,56%	
		Imagen proyectada por el centro comercial											X											1	5,56%	
		Accesibilidad											X											1	5,56%	
		Seguridad del entorno geográfico											X											1	5,56%	
		Características de la atención al consumidor											X											1	5,56%	
		Atractivo de servicios adicionales dentro de los centros comerciales											X											1	5,56%	
		Tecnología empleada	X																					1	5,56%	
		Capacidad del establecimiento	X									X												2	11,11%	
		Número de usuarios	X																					1	5,56%	
		Porcentaje de ocupación	X																					1	5,56%	
		Recursos financieros	X																					1	5,56%	
		Inventario de los establecimientos										X												1	5,56%	
		Porcentaje de ocupación										X												1	5,56%	
		Clasificación del establecimiento										X												1	5,56%	
		Tarifas vigentes										X												1	5,56%	
		Localización																X						1	5,56%	
		Calidad																X						1	5,56%	
Análisis de la situación y estado																			X			1	5,56%			
Tecnología empleada	X																					1	5,56%			

Figura 4.24: Evaluación de aspectos - parte 10 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18			
Otros - Servicios Complementarios	Estudios	Educación	Disposición			X															1	5,56%		
			Accesibilidad			X																	1	5,56%
			Calidad			X																	1	5,56%
			N° de entidades educativas con programas de formación en turismo							X			X										2	11,11%
			Programas existentes, modalidad, nivel							X													1	5,56%
			N° de egresados							X													1	5,56%
			Ubicación laboral de egresados							X													1	5,56%
			Disponibilidad de personal calificado																	X			1	5,56%
			Cualificación de empleados actuales en turismo																	X			1	5,56%
			Homologación entre los planes de carrera y requerimientos del sector											X									1	5,56%
			Disponibilidad de carreras con curricula orientada al sector turismo											X									1	5,56%
			Nivel de cooperación y coordinación entre instituciones educativas-sector											X									1	5,56%
			Flexibilidad en la adecuación de programas escolares											X									1	5,56%
			Existencia de escuelas de turismo											X									1	5,56%
			Calidad de las instalaciones de los centros de enseñanza											X									1	5,56%
			Apego de las carreras con los productos y oferta turística											X									1	5,56%
			Eficiencia terminal de los estudiantes											X									1	5,56%
			Disponibilidad de centros de enseñanza de idiomas											X									1	5,56%
			Calidad y condiciones de los centros de enseñanza de ingles											X									1	5,56%
			Adecuación de la enseñanza de idiomas con los principales flujos turísticos en la región											X									1	5,56%
			Capacidad de los institutos para incorporar cursos especializados de idiomas, guías de turismo, ejecutivos											X									1	5,56%
			Nivel de preparación de los instructores											X									1	5,56%
			Ubicación de los centros de población más cercanos											X									1	5,56%
			Nivel de instrucción académico de la población											X									1	5,56%
			Reticencia al cambio y/o aceptación de nuevas alternativas de empleo											X									1	5,56%
			Capacidad de absorción de la mano de obra											X									1	5,56%
			Existencia de mecanismos de integración de las localidades al											X									1	5,56%
			Cultura laboral en la región											X									1	5,56%
Actividades productivas que compiten con el desarrollo turístico											X									1	5,56%			
Expectativas salariales											X									1	5,56%			
Proyecciones de crecimiento formuladas por los empresarios								X												1	5,56%			

Figura 4.25: Evaluación de aspectos - parte 11 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%		
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18				
Otros - Servicios Complementarios	Estudios	Capacitación	Formas y mecanismos					X														1	5,56%		
			Identificación de las necesidades de capacitación de los individuos								X													1	5,56%
			Conocimiento de los requerimientos de recurso humano capacitado para la prestación de servicios turísticos										X											1	5,56%
			Nivel de formación y capacitación						X															1	5,56%
			Centros y programas actuales de capacitación en turismo											X					X					2	11,11%
			Disponibilidad de carreras y programas de estudio para el sector											X										1	5,56%
			Calidad de los profesores											X										1	5,56%
			Esquemas de colaboración empresa-centro de capacitación											X										1	5,56%
			Alineación de los programas de capacitación a los requerimientos de las empresas locales de turismo											X										1	5,56%
			Disponibilidad de programas de capacitación acelerada											X										1	5,56%
			Ritmo de incorporación de los recursos humanos											X										1	5,56%

Figura 4.26: Evaluación de aspectos - parte 12 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%		
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18				
Otros - Servicios Complementarios	Agencias de Viaje		Capacidad del establecimiento						X		X			X								3	16,67%		
			Número de usuarios						X						X								2	11,11%	
			Porcentaje de ocupación						X		X												2	11,11%	
			Recursos financieros						X															1	5,56%
			Tecnología empleada						X															1	5,56%
			Inventario										X											1	5,56%
			Clasificación del establecimiento										X			X	X							3	16,67%
			Tarifas vigentes										X											1	5,56%
			Consumo promedio por cliente													X								1	5,56%
			Formas de pago													X								1	5,56%
			Procedencia de clientes													X								1	5,56%
			permiso de funcionamiento													X								1	5,56%
			forma jurídica													X								1	5,56%
			Antigüedad													X								1	5,56%
			Empleados													X								1	5,56%
			Capacitación al personal													X								1	5,56%
			Localización														X							1	5,56%
			Tipo de edificación													X								1	5,56%
			Calidad														X							1	5,56%
			Medios propios que dispone (Oficina,														X							1	5,56%
	Guianza	Guías bilingües	Capacidad del establecimiento						X		X												2	11,11%	
			Número de usuarios						X															1	5,56%
		Otros	Porcentaje de ocupación						X		X												2	11,11%	
			Recursos financieros						X															1	5,56%
			Tecnología empleada						X															1	5,56%
			Inventario										X											1	5,56%
			Clasificación del establecimiento										X											1	5,56%
Tarifas vigentes										X											1	5,56%			

Figura 4.27: Evaluación de aspectos - parte 13 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Otros - Servicios Complementarios	Otros	Información turística	Inventario																X	1	5,56%		
			Capacidad del establecimiento																	X	1	5,56%	
			Porcentaje de ocupación																		X	1	5,56%
			Clasificación del establecimiento																		X	1	5,56%
			Tarifas vigentes																		X	1	5,56%
			Localización																	X		1	5,56%
			Categoría																	X		1	5,56%
			Calidad																	X		1	5,56%
			Disponibilidad de información de todos los productos existentes																		X	1	5,56%
			Actualidad de la información																		X	1	5,56%
			Atractividad en la presentación																		X	1	5,56%
			Correspondencia entre lo ofrecido a través de la información y lo recibido por el turista																		X	1	5,56%
			Existencia de intercambio de información con organismos turísticos nacionales/internacionales																		X	1	5,56%
			Disponibilidad de centro de atención telefónica																		X	1	5,56%
			Capacitación del personal que brinda el servicio al turista																		X	1	5,56%
		Cambio de moneda	Inventario																		X	1	5,56%
			Capacidad del establecimiento																		X	1	5,56%
			Porcentaje de ocupación																		X	1	5,56%
			Clasificación del establecimiento																		X	1	5,56%
			Tarifas vigentes																		X	1	5,56%
		Uso de tecnología	Grado de uso para la gestión administrativa empresarial, las redes de reservas y comercialización de productos turísticos									X	X									2	11,11%
			En las entidades prestadoras de servicios turísticos, evaluar que utilizan y la capacidad de mejorarla:										X									1	5,56%
			• Conexión a redes de información										X									1	5,56%
			• Software aplicado a tareas específicas										X									1	5,56%
			• Sistemas de reserva										X									1	5,56%
			• Control de costos										X									1	5,56%
			• Tecnologías de sonido y luz										X									1	5,56%
			• Circuitos cerrados de televisión										X									1	5,56%
			• Tele y video conferencia										X									1	5,56%
			• Traducción simultánea										X									1	5,56%
			• Recursos audiovisuales										X									1	5,56%
			• Conservación y manipulación de alimentos										X									1	5,56%

Figura 4.28: Evaluación de aspectos - parte 14 - Fuente: elaboración propia

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	Aspectos a evaluar	Metodologías N°																		Total	%
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Otros - Servicios Complementarios	Otros	Servicios turísticos																		-			
		Plazas turísticas	Facilidad de acceso y estacionamiento										X								1	5,56%	
			Limpieza de calles y pasillos de circulación en el interior de la plaza										X								1	5,56%	
			Seguridad para los turistas										X								1	5,56%	
			Organización y segmentación de locales										X								1	5,56%	
			Servicios y productos ofrecidos a los turistas										X								1	5,56%	
		Excursiones y viajes	Inventario									X									1	5,56%	
			Capacidad del establecimiento									X									1	5,56%	
			Porcentaje de ocupación									X									1	5,56%	
			Clasificación del establecimiento									X									1	5,56%	
			Tarifas vigentes									X									1	5,56%	
		Organización de eventos	Inventario									X									1	5,56%	
			Capacidad del establecimiento									X			X						2	11,11%	
			Porcentaje de ocupación									X									1	5,56%	
			Clasificación del establecimiento									X			X						2	11,11%	
			Tarifas vigentes									X									1	5,56%	
			Número estimado													X					1	5,56%	
			Procedencia												X						1	5,56%	
			Consumo promedio por cliente													X					1	5,56%	
			Formas de pago													X					1	5,56%	
			Antigüedad													X					1	5,56%	
			permiso de funcionamiento													X					1	5,56%	
			foma jurídica													X					1	5,56%	
			Empleados													X					1	5,56%	
			Capacitación al personal													X					1	5,56%	
			Tipo de edificación													X					1	5,56%	
		Medios propios que dispone (Oficina,													X					1	5,56%		
		Centros de congresos															X			1	5,56%		
		Hoteles con salas aptas																X		1	5,56%		

Figura 4.29: Evaluación de aspectos - parte 15 - Fuente: elaboración propia

4.3. Resultados de aplicación del instrumento de evaluación

En la primera matriz de evaluación, correspondiente a la figura 4.12, se evaluó tanto los elementos, como componentes y subcomponentes de la oferta turística, en la cual se visualiza la importancia que tienen los subcomponentes denominados alojamiento y alimentación en el análisis de un destino turístico, debido a su alto porcentaje de evaluación (94,44 % y 83,33 %), pues de las 18 metodologías evaluadas 17 y 15 de ellas coinciden con estos subcomponentes respectivamente, cabe anotar, que estos subcomponentes pertenecen al componente llamado equipamiento y este a su vez a la planta turística.

Así mismo, se logró rescatar otras similitudes entre los aportes de cada metodología respecto a los criterios establecidos y a los que se sumaron en el ítem “otros”. Con respecto a la infraestructura, se visualiza que cinco de los subcomponentes coinciden con un mismo porcentaje de evaluación (61,11 %), el más alto de los pertenecientes a este elemento, estos son: acueductos, electricidad, comunicaciones, barco y avión. Por su parte, la superestructura fue evaluada en términos generales, pues en ninguna de las metodologías se especifica alguno de los componentes y subcomponentes base definidos en la matriz, por lo tanto, este elemento tuvo un porcentaje de evaluación del 44,44 %. Finalmente, las tiendas de artesanías y centros comerciales, tuvieron el mismo porcentaje de evaluación (44,44 %) del elemento denominado Otros servicios complementarios.

Los componentes “otras obras” en Infraestructura, “otros” en Planta turística y “servicio al cliente” en Otros servicios complementarios, no fueron mencionados por las metodologías evaluadas, por lo que su porcentaje de evaluación es de 0.00 %. Así mismo, sucedió con los siguientes subcomponentes, los cuales no fueron nombrados específicamente por alguna de las metodologías, pero sí se les asignó un porcentaje de evaluación cuando algún autor mencionaba el análisis de alguno de los elementos o componentes en general a los que estos pertenecen, estos son: bicicleta; agua y playa, montaña, generales; tiendas de souvenirs, mercados autóctonos, tiendas de deporte y mercados de carretera.

Cabe mencionar, que 1 de las 18 metodologías estudiadas no expone en su contenido elementos a evaluar, y que en total se evaluaron 66 subcomponentes.

En la segunda matriz, figuras 4.13 y 4.14, se evidencia que el 55,56 % de las metodologías no especifican una categoría adicional a los subcomponentes, llamados ítems, por lo que los aportes al respecto son pocos y los porcentajes de evaluación son bajos. Con un porcentaje de evaluación de 16,68 % se rescatan los ítems hotel para alojamiento, y cafetería y restaurante para alimentación.

Por último, en la matriz de aspectos a evaluar, figuras 4.15 a la 4.29, se visualiza que el 83,33 % de las metodologías exponen en su contenido los aspectos a evaluar por cada subcomponente de cada elemento, haciendo de esta una larga lista que menciona como mínimo tres aspectos por subcomponente, de la cual puede concluirse que existe similitud en algunos de ellos, especialmente en categoría y calidad de los servicios para alojamiento; aspectos en los cuales existió más consenso, pues de toda la matriz son los de mayor porcentaje de evaluación 50 % y 33,33 % respectivamente.

4.4. Conclusiones del capítulo

En este capítulo se construyó un instrumento de evaluación de los elementos, componentes y subcomponentes de la oferta turística, el cual permitió observar similitudes, frecuencias y diferencias entre las metodologías evaluadas. Este instrumento consiste en una matriz que incluye en sus columnas las metodologías a evaluar y en sus filas cada uno de los criterios o elementos base, definidos luego de hacer una revisión por los aportes de cuatro destacados autores del turismo. A través de esta revisión, se confirmó la ausencia de un consenso tanto a nivel conceptual como de composición de la oferta turística, lo cual llevó, para la presente investigación, a la construcción de un concepto de oferta y de sus elementos, componentes y subcomponentes, integrando los aportes de estos autores.

Luego de la aplicación de esta matriz, se conoció los resultados de evaluación de las dieciocho metodologías,

donde se evidenció similitudes y diferencias en algunos elementos, componentes y subcomponentes de la oferta, así como también en los ítems y aspectos a evaluar de cada subcomponente.

Finalmente, es de mencionar que los resultados obtenidos en este capítulo, son el insumo principal para la construcción de la propuesta metodológica, fin principal de esta investigación, la cual será desarrollada en el capítulo siguiente.

Capítulo 5

Propuesta metodológica

En este capítulo, se describe el proceso de selección de los elementos a tener en cuenta en la propuesta de análisis de un destino, retomando tanto los resultados obtenidos en la evaluación realizada en el capítulo 4 como el perfil del destino-ciudad al que va dirigida, el cual será también detallado en éste. Así mismo, se presenta y describe la propuesta metodológica final, la cual, cabe aclarar, está orientada a la oferta turística de un destino como la ciudad de Popayán.

5.1. Proceso de selección de los elementos para análisis de destinos turísticos

Este proceso de selección parte de la etapa cero denominada evaluación de elementos, componentes y subcomponentes de la oferta turística, realizada en el capítulo anterior, e incluye tres etapas más que permiten la selección de los elementos que componen la estructura final para el análisis de un destino turístico como la ciudad de Popayán. A continuación, se describe brevemente cada una de estas etapas, las cuales son ilustradas en la siguiente figura (5.1).

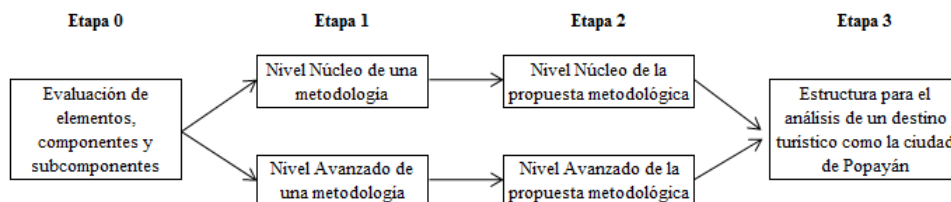


Figura 5.1: Proceso de selección de elementos de la metodología - Fuente: elaboración propia

Etapa 1:

Partiendo de los resultados obtenidos en la evaluación realizada en el capítulo anterior figura 4.12, se procedió a clasificar los elementos, componentes y subcomponentes, como primer paso, en dos niveles - Núcleo y Avanzado de la siguiente manera: El nivel núcleo, corresponde a aquellos elementos, componentes y subcomponentes que como mínimo deben contemplarse en la metodología para analizar un destino turístico, razón por la cual se incluyó en este nivel a aquellos cuyo porcentaje de evaluación fue igual o superior al 50 %, es decir, aquellos más frecuentes en las propuestas de los autores estudiados. Por su parte, el nivel avanzado corresponde al total de elementos, componentes y subcomponentes a evaluar en un destino, sin ser relevante el porcentaje de evaluación obtenido, por lo tanto, en este nivel se incluyó a estos tres en su totalidad. En la figura 5.2 se visualiza esta primera clasificación general “Nivel Núcleo y Nivel Avanzado”, donde el primero

de ellos, deja de lado los elementos Superestructura y Otros-Servicios complementarios, además de otros subcomponentes, debido a que tuvieron un bajo porcentaje de evaluación. Un componente clave e infaltable al analizar un destino turístico, es el alojamiento, pues de las 18 metodologías evaluadas, 17 proponían este componente. Cabe anotar que, a partir de este nivel núcleo puede crearse una metodología para analizar cualquier tipo de destino, sin embargo, puede complementarse con algunos de los pertenecientes al nivel avanzado que se adapte a sus características o que sea relevante analizar, pues este nivel contempla todos los elementos.

Etapa 2:

Una vez definidos los niveles tanto núcleo como avanzado de una metodología, se procedió a seleccionar aquellos elementos, componentes y subcomponentes que harían parte de la propuesta, teniendo en cuenta el perfil del destino-ciudad al cual va dirigida, definido a continuación en el aparte 5.2, y los resultados de la evaluación realizada. De esta manera, se optó por incluir en la propuesta los elementos que se mencionan en la figura 5.2. Cabe aclarar, que esta propuesta se compone de elementos comprendidos tanto en el nivel núcleo como avanzado, siendo la superestructura uno de estos últimos, el cual se seleccionó dejando de lado los componentes base de evaluación, teniendo en cuenta que ninguno de los autores estudiados a través de las 18 metodologías enfatizó su propuesta en estos, solo algunos lo mencionaron en términos generales. Finalmente, es necesario mencionar que para efectos de la propuesta, se realizaron algunos ajustes a estos elementos tanto en clasificación como en denominación y otros aspectos que debió modificarse como aporte del autor a la metodología.

Etapa 3:

En esta etapa, finalmente se procedió a construir la estructura para análisis de destinos turísticos, para la cual se retomaron los elementos, componentes y subcomponentes definidos anteriormente. Así mismo, se revisaron los resultados obtenidos en el capítulo anterior con respecto a los ítems de los elementos (figuras 4.13 y 4.14), los cuales corresponden a una división adicional que algunos autores hacen de los subcomponentes, con el fin de rescatar aquellos relacionados con los componentes y subcomponentes ya seleccionados y así, detallar aun más en cada elemento. Sin embargo, 10 de las 18 metodologías, no especifican esta división en su contenido y por consiguiente, los porcentajes de evaluación son muy bajos. Así mismo, se analizó los resultados obtenidos en la matriz de aspectos a evaluar (figuras 4.15 a la 4.29), a partir de la cual se logró extraer aquellos más relevantes relacionados con los elementos, componentes y subcomponentes seleccionados para la propuesta, seleccionando por cada subcomponente aquellos aspectos mejor evaluados o de interés teniendo en cuenta las características del destino.

5.2. Caracterización de un destino como la ciudad de Popayán

El destino turístico al cual va dirigida la propuesta metodológica, corresponde a una ciudad con características similares a la ciudad de Popayán, la cual es descrita a continuación:

5.2.1. Como ciudad

La ciudad de Popayán, considerada como la ciudad blanca de Colombia, ciudad culta y ciudad universitaria, ubicada en el departamento del Cauca del cual es capital, es conocida por sus tradicionales procesiones de Semana Santa, por ser cuna de presidentes, poetas y escritores importantes para Colombia y por todo el patrimonio histórico apreciable presente en cada una de sus calles. Geográficamente, se ubica entre la cordillera occidental y central al occidente del país, en el Valle de Pubenza a una altura de 1.737 msnm. A 2011 contaba con una población total de 267.946 personas, de las cuales 237.788 correspondían a la cabecera municipal según el Plan de Desarrollo Departamental del Cauca (Gobernación del Cauca, 2012a). A continuación, se presenta brevemente algunos datos importantes de la ciudad de Popayán (Popayán, 2011):

Extensión: *tiene una superficie de 512 km² que corresponden al 1.6 % de la superficie del departamento. Su densidad poblacional es de 505 habitantes por kilometro cuadrado.*

Hidrografía: *se caracteriza por la diversidad hidrográfica que lo recorre, como cuencas, subcuencas (Las Piedras, Molino, Ejido, Mota, Pisojé, Pubús, Saté, Palacé, Río Blanco y Río Hondo) y microcuencas; los ríos, quebradas y riachuelos que generalmente se unen entre sí y desembocan en el río Cauca; el cual ha favorecido la conservación y supervivencia de las comunidades asentadas en el área municipal.*

Clima: *la temperatura promedio del municipio es de 19°C, que corresponde a un clima templado; y se encuentra entre un mínimo de 10°C en los límites con Puracé y un máximo de 26°C en los límites con Cajibío.*

Actividades productivas y económicas: *En el municipio de Popayán, no se han constituido grupos empresariales que permitan el desarrollo de iniciativas industriales, sin embargo, se podría considerar la zona del parque industrial, al norte de la ciudad, como la actividad más cercana a este concepto, sin que se logre aun posibilitar el desarrollo industrial que permita el empoderamiento del mercado a nivel local, regional y nacional. De acuerdo a lo anterior, en primer lugar, está el sector servicios; comercio, educación y turismo; en segundo orden se cuenta el sector financiero, seguido del sector agroindustrial.*

Cabe mencionar que, Popayán es considerada como centro subregional de segundo orden según la clasificación que hace el Instituto Geográfico Agustín Codazzi, el cual define como centros subregionales a “aquellos que, dentro de una región adscrita a la influencia de una metrópoli regional, poseen un grado sobresaliente de bienes y servicios especializados, sirven de apoyo a la metrópolis en varias de sus funciones y establecen sobre un espacio geográfico vínculos de dependencia” (Instituto Geográfico Agustín Codazzi IGAC., 2006), aclara, además, que esta ciudad corresponde a un centro subregional de segundo orden porque aunque “. . . esta ciudad no tiene influencia sobre todo el territorio departamental si corresponde al centro administrativo cuya influencia se extiende a todo el territorio departamental”.

5.2.2. Como destino

Popayán es una ciudad colonial, histórica, fundada en el año de 1537 por Sebastián de Belalcazar, la cual tuvo gran importancia en épocas pasadas pues “. . . la región denominada Popayán comprendía una extensión de 7500 km², cubría los municipios que se conocen hoy como Popayán, Cajibío, Totoró, Piendamó, Puracé, Sotará, Timbío y El Tambo. La gobernación de Popayán en sus inicios comprendía parte del Ecuador, se extendía hasta los límites de los actuales países de Panamá, Brasil y Venezuela. Alcanzó una extensión de 670.000 km², pues incluía los actuales departamentos de Antioquía, Chocó, Caldas, Cauca, Quindío, Risaralda, Valle del Cauca, Hila, Nariño Caquetá, Putumayo, Vaupes, Guainía y Amazonas” (Instituto Geográfico Agustín Codazzi IGAC., 2006), razón por la cual es una ciudad con un legado histórico muy valioso y un patrimonio apreciable presente en su sector histórico.

A nivel turístico, la ciudad de Popayán es conocida principalmente por sus procesiones de Semana Santa, las cuales representan uno de los principales atractivos de la ciudad y por el cual muchos turistas la visitan; procesiones que para el año 2009 fueron reconocidas por la UNESCO como “Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad”. Así mismo, para el año 2005, la ciudad de Popayán fue declarada por esta misma organización como “Ciudad Gastronómica” y año tras año se lleva a cabo en ésta el Congreso Gastronómico como otro gran evento que atrae turistas a la ciudad.

Finalmente, a pesar de que la ciudad de Popayán cuenta con todo un patrimonio histórico y colonial en el centro de la ciudad, la demanda se ha estacionalizado principalmente en los dos eventos mencionados anteriormente, por lo cual los turistas frecuentan la ciudad entre los meses de marzo y abril (Semana Santa) y

en septiembre (Congreso gastronómico) principalmente. Por lo tanto, el turismo en la ciudad como actividad económica se encuentra en crecimiento y requiere de la implementación de estrategias, planes y proyectos en pro de su desarrollo.

5.2.3. Perfil para destinos similares

Teniendo en cuenta la caracterización realizada del tipo de destino-ciudad al cual va dirigida la propuesta, se presenta a continuación una síntesis de las principales características del mismo con dos fines principales; el primero, tener un perfil establecido para adecuar la propuesta metodológica a estas características, y como segundo fin, para que a través de este perfil, otros destinos verifiquen sus similitudes y puedan aplicar la metodología resultado de la presente investigación.

La presente síntesis se hace basada principalmente en características físicas y económicas generales:

- Centro subregional de segundo orden según la clasificación que hace el Instituto Geográfico Agustín Codazzi.
- Municipio de primer o segunda categoría, según la ley 617 de 2000 de la República de Colombia.
- Ciudad de interior, no posee playa.
- Atravesada por alguna vía principal del país.
- Aeropuerto pequeño, no internacional.
- Turismo estacional.
- Actividad turística en desarrollo.

Elementos de la Oferta turística	Componentes de cada elemento	Subcomponentes de cada elemento	General		Propuesta	
			Nivel Núcleo	Nivel Avanzado	Nivel Núcleo	Nivel Avanzado
Infraestructura	Conectividad intra-regional física y virtual	Vías de acceso		X		
		Acueductos	X	X	X	X
	Servicios públicos	Electricidad	X	X	X	X
		Gas		X		X
		Comunicaciones (correo, teléfono)	X	X	X	X
		Saneamiento	X	X	X	X
	Otras obras		X			
	Seguridad	Control del orden público		X		X
		Servicios de salud	X	X	X	X
		Brigadas de emergencia		X		
	Transporte	Barco	X	X		
		Bicicleta		X		
		Avión	X	X	X	X
		Ferrocarril		X		
		Taxi/limusina	X	X	X	X
		Automóvil	X	X	X	X
	Otros	Asistencia social		X		
		Señalización		X		X
Limpieza y ornato			X		X	
Otros sistemas de transporte			X			
Infraestructura de utilidad turística			X			
Planta turística	Equipamiento	Alojamiento	X	X	X	X
		Alimentación	X	X	X	X
		Esparcimiento		X		
		Entretención		X		
		Ocio, cultura, actividades deportivas y recreativas	X	X	X	X
	Instalaciones	Otros servicios		X		
		Agua y playa		X		
		Montaña		X		
	Transporte turístico	Generales		X		
		Otros		X		X
Superestructura	Ámbito geográfico	Internacionales		X		X
		Regionales				
		Nacionales				
		Provinciales				
		Municipales				
		Locales				
	Participación	Directa				
		Indirecta				
	Actividad	Gubernamental				
		Empresarial				
Gremial						
Otros						
Otros - Servicios Complementarios	Servicio al cliente			X		
	Sistemas de información			X		
	Servicios financieros			X		X
	Tourop operadores y mercadeo			X		
	Compras	Tiendas de souvenirs		X		
		Tiendas de artesanía		X		X
		Mercados autóctonos		X		
		Tiendas de deporte		X		
		Centros comerciales		X		X
		Mercados de carreteras		X		
	Estudios	Educación		X		X
		Capacitación		X		X
	Agencias de Viaje			X		
	Guianza	Guías bilingües		X		X
		Otros		X		X
Otros	Información turística		X		X	
	Cambio de moneda		X		X	
	Uso de tecnología		X		X	
	Plazas turísticas		X			
	Excursiones y viajes		X			
	Organización de eventos		X			
Servicios auxiliares al turismo			X			

Figura 5.2: Niveles de una metodología - Elaboración propia

5.3. Propuesta metodológica para análisis de destinos turísticos

Antes de desarrollar la propuesta, es necesario aclarar que esta metodología está dirigida al análisis de la oferta turística de un destino y que en su contenido analiza principalmente la infraestructura, la planta turística, la superestructura y los servicios complementarios, teniendo en cuenta además, que la oferta turística unida a los atractivos son la base fundamental para el desarrollo de la actividad y experiencia turística en un destino. Así mismo, debe tenerse en cuenta, que esta metodología ha sido creada para un destino como la ciudad de Popayán, y que podrá ser empleada por aquellos destinos que compartan ciertas similitudes con esta. Finalmente, es de resaltar, que a través de la aplicación de esta metodología se pretende analizar el destino desde un punto inicial, es decir, a partir de un diagnóstico que permita conocer la situación actual del destino con respecto a los elementos que lo componen. Por otro lado, esta metodología se concibe como una herramienta útil en la planificación del destino y la toma de decisiones por parte tanto de las entidades públicas como privadas relacionadas con el turismo y podrá ser adaptada de acuerdo a los requerimientos del análisis deseado.

En la figura 5.3 se presenta la metodología propuesta para analizar un destino turístico, la cual se compone de tres importantes secciones, detalladas a continuación:

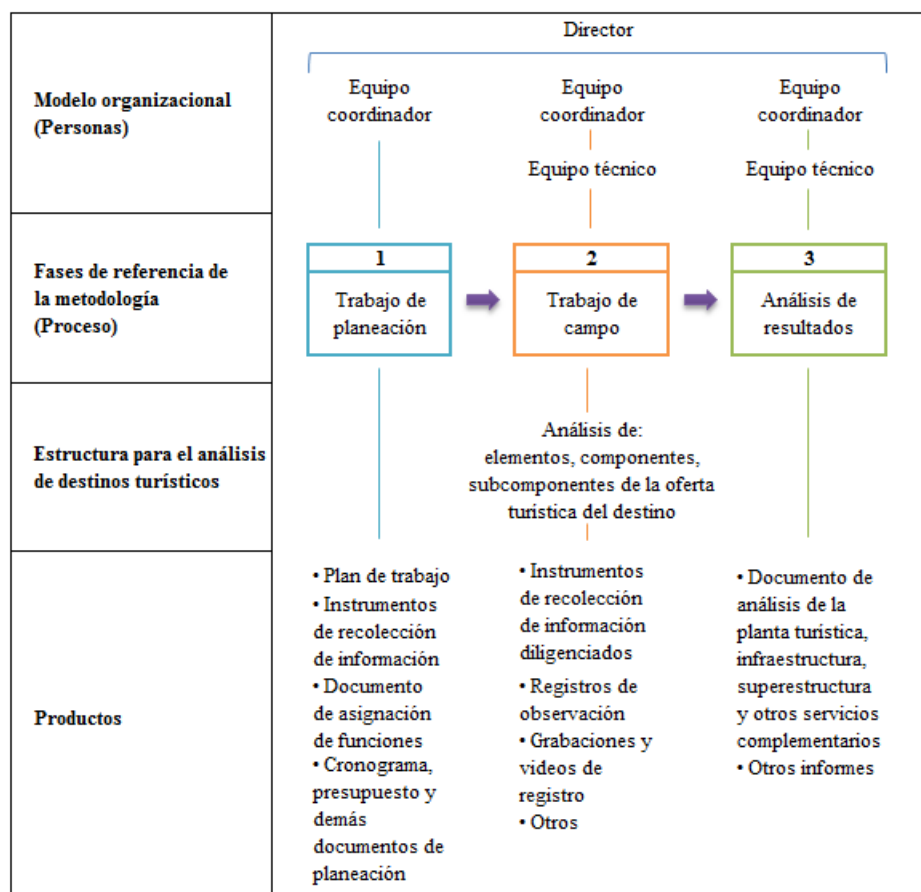


Figura 5.3: Metodología de análisis de destinos turísticos - Fuente: elaboración propia

5.3.1. Fases de referencia de la metodología

Esta sección contempla las tres etapas fundamentales que deben seguirse de manera secuencial en la aplicación de la metodología, la cual se complementa con las demás secciones de manera integral. A continuación, se detalla cada una de estas etapas:

Trabajo de planeación

Esta primera etapa incluye el trabajo de planeación y organización del trabajo de campo, para el cual es necesario contar con un equipo de trabajo y con los implementos necesarios para llevar a cabo las reuniones pertinentes. A continuación, se detallan las actividades que deben llevarse a cabo en esta primera etapa de manera secuencial, o cuando por organización fuera posible, en paralelo.

1. Definición de objetivos y resultados esperados del análisis del destino. Deberá definirse qué se quiere evaluar, por qué y para qué
2. Revisión y ajustes a la metodología en detalle.
3. Selección de los métodos e instrumentos de recolección de información primaria, así como de las fuentes a las que se acudirá para este fin. Es fundamental realizar la prueba del instrumento, con el fin de verificar la claridad y utilidad de éste con respecto a los objetivos que se tienen.
4. Reconocimiento de la zona y generación de rutas para el trabajo de campo.
5. Creación del plan de trabajo, cronograma y presupuesto del trabajo de campo, el cual incluye la asignación de tareas y responsabilidades para los que hacen parte del equipo de trabajo, selección y capacitación del personal ejecutor, fijación de reuniones y demás aspectos de interés.
6. Capacitación del equipo técnico con relación al instrumento de recolección de información y del plan de trabajo.
7. Revisión de fuentes secundarias y diligenciamiento preliminar de los instrumentos de recolección de información.

Al finalizar esta etapa, deberá obtenerse los siguientes productos:

- Plan de trabajo detallado en tiempos actividades y responsables.
- Instrumentos de recolección de información.
- Documento de asignación de funciones y responsabilidades.
- Cronograma, presupuesto y demás documento de planeación y organización.

Trabajo de campo

En esta etapa, se recolectará la información necesaria respecto a la infraestructura, planta turística, superestructura y servicios complementarios del destino, según lo planeado en la etapa anterior, y será ejecutada por aquellos que el equipo de trabajo haya seleccionado. Cabe aclarar que la recolección de esta información podrá realizarse en paralelo, dependiendo del plan de trabajo establecido. Para llevar a cabo esta etapa, remitirse a la sección denominada “estructura para el análisis de destinos turísticos (sección 5.3.3)”. Al finalizar esta etapa, deberá obtenerse los siguientes productos: (relacionados con la planta turística, infraestructura, superestructura y otros servicios complementarios).

- Instrumentos de recolección de información completamente diligenciados.
- Registros de observación.
- Grabaciones de entrevistas.
- Videos de registro.
- Otros.

Análisis de resultados

Finalmente, esta última etapa del proceso implica tanto la revisión y procesamiento de todos los datos obtenidos, como los análisis estadísticos pertinentes, la socialización de estos y la intervención del equipo de trabajo, quienes tomarán las decisiones y realizarán los ajustes necesarios.

Por otro lado, si así se desea, puede consolidarse este análisis en alguna matriz o generar análisis adicionales, tal como lo proponen algunos de los autores estudiados a través de sus metodologías, para los que suelen llevarse a cabo talleres de participación de los actores clave para el desarrollo turístico de la región o destino. Estos análisis son: DOFA, matriz F.L.O.R. y matriz Causa y Efecto.

Al finalizar esta etapa deberá obtenerse los siguientes productos:

- Documento de análisis de la planta turística, infraestructura, superestructura y otros servicios complementarios.
- Otros informes.

5.3.2. Modelo organizacional

Con el propósito de alcanzar los objetivos planteados en la etapa “trabajo de planeación” de la sección “fases de referencia de la metodología”, es necesario conformar un equipo de trabajo, compuesto por los interesados en el proyecto y los ejecutores, es decir, por empresarios, autoridades, representantes del gremio turístico, particulares y/o prestadores turísticos, los cuales nombrarán un director y conformarán dos equipos principalmente, debiendo cumplir con las siguientes funciones:

- Director: Esta persona, es la cabeza principal del proyecto, quien lidera y organiza, toma decisiones estratégicas y controla que el trabajo se esté llevando a cabo según lo planeado. Coordina las reuniones programadas según el cronograma y asigna recursos según el plan de trabajo y presupuesto.
- Equipo coordinador: Este grupo de personas debe velar por el cumplimiento de cada una de las etapas de la metodología, así como de las actividades y tareas asignadas al equipo técnico. Lleva a cabo el procesamiento de datos, analiza resultados y genera el documento final en compañía del director y el equipo técnico.
- Equipo técnico: Están encargados del levantamiento de información requerida, tanto primaria como secundaria, de brindar soporte al equipo coordinador cuando se necesite y de contribuir en la elaboración del documento final.

5.3.3. Estructura para el análisis de destinos turísticos

A continuación, se listan y describen tanto los elementos, componentes, subcomponentes e ítems que deberán ser analizados en el destino, como aquellos aspectos a evaluar por cada uno, es decir, la información que deberá recolectarse por cada elemento. En la figura 5.4 se ilustra los elementos, componentes y subcomponentes de la oferta turística contemplados en la propuesta, los cuales se dividen en nivel núcleo y nivel avanzado.

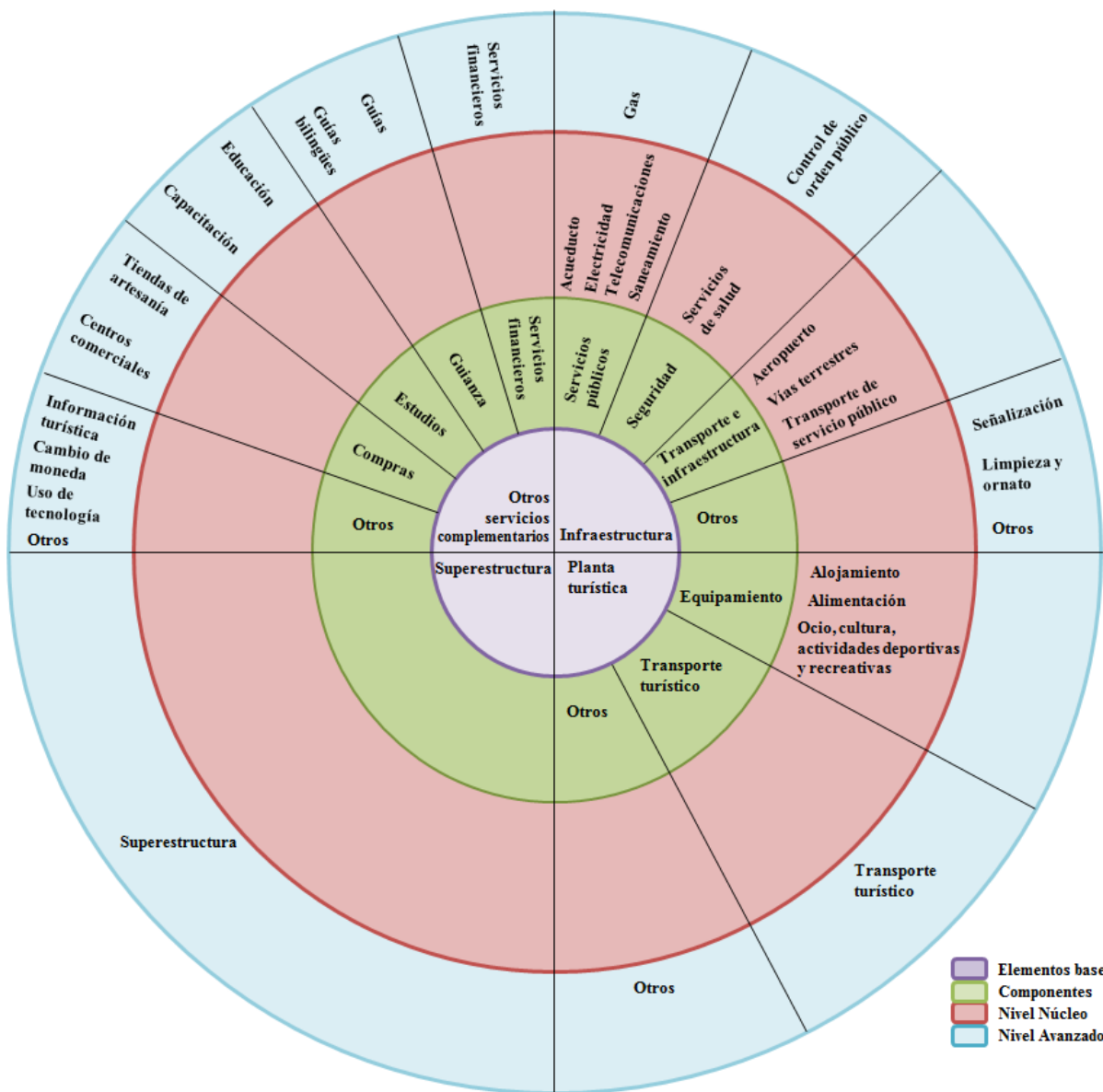


Figura 5.4: Estructura para el análisis de destinos - Fuente: elaboración propia

Elemento Infraestructura

Este elemento incluye los componentes básicos para el desarrollo de cualquier actividad o sector de la economía, como en este caso del turismo, el cual favorece tanto la calidad de vida de los habitantes del destino, como la experiencia turística de los visitantes.

Se recomienda recoger la información necesaria a través de entrevistas, observación y revisión de fuentes secundarias, sin embargo esta decisión deberá tomarla el equipo de trabajo.

En esta etapa deberá analizarse lo siguiente:

Servicios públicos: Este componente tiene suma importancia para la actividad turística, pues es lo mínimo que se espera encontrar en un destino en el cual hospedarse, alimentarse, asearse, entre otras actividades que requieren de estos. Es por ello que deberá evaluarse la capacidad, cobertura y estado actual de los siguientes subcomponentes:

- Acueducto y alcantarillado (Calidad del agua).
- Electricidad.
- Gas.
- Telecomunicaciones (acceso a internet, acceso a internet fijo y móvil, líneas telefónicas, cabinas de internet y teléfono para llamadas nacionales e internacionales).
- Saneamiento (recolección y manejo de basuras, manejo sanitario del agua potable, aguas residuales y otros desechos).

Seguridad: La seguridad juega un papel importante en un destino pues su ausencia o deterioro afectan la decisión del turista de visitar o no el destino. En este componente se incluye la evaluación de la disposición, calidad, accesibilidad, estado actual y cobertura de:

- Control del orden público.
- Servicios de salud; evaluando en éste además, la capacidad de atención y hospitalización de pacientes, la disponibilidad de medicamentos y el grado de especialidad de los establecimientos, así como las condiciones en la atención para los turistas.

Transporte e infraestructura: Este componente incluye el análisis de los diferentes medios de transporte para entrar/salir y movilizarse en un destino, así como también la infraestructura necesaria para su desarrollo, a continuación se especifica qué evaluar por cada subcomponente:

- Aeropuertos
Incluye el análisis de la capacidad, accesibilidad, calidad, tarifas del servicio, frecuencia, destino y origen de vuelos; así como también la importancia relativa para el movimiento turístico, la ubicación del aeropuerto respecto a la región turística, las condiciones de la pista y aviones, y la capacidad de operación con base en la temporalidad de los flujos.

- Vías terrestres (automóvil, moto, bicicleta, otros)

El análisis de este componente es esencial por el tipo de destino, al cual muchos turistas acceden por vía terrestre, por lo tanto, deberá analizarse la existencia y estado de vías terrestres, seguridad en la circulación (deslaves, asaltos), condiciones de la carpeta asfáltica, costos de peajes, existencia de centros de apoyo al

conductor (talleres, gasolineras, etc.), existencia de carreteras que permitan enlazar a la región con otros centros turísticos y por último, la importancia relativa para el movimiento turístico. Cabe aclarar que este análisis deberá realizarse tanto para las vías de acceso, como para las internas del destino.

- Transporte de servicio público (taxi, autobuses, motos, otros)

Este subcomponente permite, en ciertos casos, la movilidad del turista por lo tanto deberá conocerse la existencia del servicio de taxis y autobuses urbanos, así como las tarifas vigentes, rutas, empresas encargadas de este servicio, manejo de idiomas y la importancia relativa para el movimiento turístico.

Otros:

- Señalización

Este el análisis incluye el estado actual de la señalización general en las vías, tanto de acceso como de movilidad interna en el destino, la visibilidad, actualización de la información (nuevos productos, actividades), utilización de distintos idiomas, distancias a los atractivos turísticos, servicios turísticos que se prestan en los destinos, datos de interés para el viajero, etc.

- Limpieza y ornato

Para este componente deberá analizarse la accesibilidad y calidad del servicio, de limpieza de vías públicas, jardines, parques y de bienes nacionales de uso público; recolección de basuras, entre otros.

- Otros

Este componente incluirá todos aquellos subcomponentes que no se han considerado anteriormente para el análisis de la infraestructura, pero que sean importantes para el tipo de destino al cual se aplica la metodología.

Elemento Planta turística

Dentro de este elemento, deberá analizarse los servicios turísticos, ofrecidos en un destino por los prestadores turísticos, dirigidos a satisfacer las necesidades y deseos de los turistas en cuanto a su alojamiento, alimentación y esparcimiento, y a posibilitar el aprovechamiento de los atractivos y actividades de un lugar. De esta manera, el análisis implica la elaboración de un listado de estos establecimientos y la localización correspondiente, para posteriormente, analizar lo siguiente:

Cabe mencionar que para llevar a cabo la recolección de información necesaria en este análisis, podrá hacerse a través de entrevistas, encuestas y revisión de fuentes secundarias, sin embargo esta decisión deberá tomarla el equipo de trabajo en la etapa 1, denominada trabajo de planeación, de la sección fases de referencia de la metodología.

Alojamiento: Para este subcomponente deberá evaluarse los siguientes aspectos:

- Tipo de establecimiento (hoteles, hostales, camping, bed & breakfast, apartamentos, residencias, redes de albergues de la juventud, casas rurales y otros),
- Categoría,
- Forma jurídica y permiso de funcionamiento,
- Capacidad instalada (Nº de camas y habitaciones) y porcentaje promedio de ocupación.
- Variedad de servicios, (baño, agua caliente, calefacción o aire acondicionado, Tv cable, internet)

- Existencia de servicios complementarios (servicio de cafetería, spa, gimnasio, canchas de juego, piscina, parqueadero, otros)
- Tarifas vigentes,
- Tipo de edificación, antigüedad y estado de conservación,
- Tecnología empleada (sistemas de reserva, formas de pago, software contable, otros.),
- Capacitación a los empleados,
- Servicio de atención al turista,
- Manejo de idiomas,
- Periodo en que más se concentra la actividad,
- Nivel de desarrollo de otros servicios complementarios para los turistas como bancos, bares, teatros, cines, etc.

Alimentación: A través de este importante componente, se logra satisfacer una de las necesidades más básicas de los seres humanos, la alimentación, por lo cual debe conocerse en detalle lo siguiente:

- Tipo de establecimiento (restaurantes, cafeterías, bares, fuentes de soda, peñas, alimentos y bebidas, otros)
- Categoría,
- Forma jurídica y permiso de funcionamiento,
- Capacidad instalada (mesas, pax) y porcentaje promedio de ocupación.
- Variedad de productos,
- Existencia de servicios complementarios (espacio local, servicio de cocina internacional, servicio de bar, servicio de comida para llevar, menú para niños, servicios de salones, servicio de actividades recreativas, servicio de piscina, juegos recreativos para niños, primeros auxilios, acceso a internet y otras facilidades),
- Tarifas vigentes,
- Tipo de edificación, antigüedad y estado de conservación,
- Tecnología empleada (sistemas de reserva, formas de pago, software contable, etc.),
- Capacitación a los empleados,
- Servicio de atención al turista,
- Manejo de idiomas,
- Periodo en que más se concentra la actividad,
- Etc.

Ocio, cultura, actividades deportivas y recreativas: Este subcomponente implica analizar:

- Capacidad total y porcentaje promedio de ocupación,
- Accesibilidad,
- Clasificación,
- Tarifas vigentes,
- Variedad de productos,
- Manejo de idiomas,
- Forma jurídica y permiso de funcionamiento,

Transporte turístico: El transporte turístico se diferencia de los medios de transporte tradicionales, pues son para uso y atención del turista; dentro de estos pueden rescatarse las chivas y buses que hacen recorridos turísticos en el destino, así mismo, las carrozas o también llamadas “zorras”, y demás medios de transporte que presten un servicio orientado al turista. De esta manera deberá evaluarse:

- Alquiler de carros y motos,
- Servicios de traslado desde terminales a hoteles,
- Servicios de city tour,
- Servicios de excursiones ofrecidos en el destino hacia otros puntos turísticos,
- Tarifas vigentes,
- Capacidad total y porcentaje promedio de ocupación,
- Etc.

Otros: Este componente incluirá todos aquellos subcomponentes que no se han considerado anteriormente para el análisis de la infraestructura, pero que sean importantes para el tipo de destino al cual se aplica la metodología.

Elemento Superestructura

La superestructura se compone por organizaciones tanto públicas como privadas encargados de planear y coordinar actividades y estrategias necesarias para lograr una correcta interacción entre los demás componentes de la oferta, estas organizaciones son: gremios, empresas públicas, empresas privadas, entidades educativas, Cámara de comercio, entre otros actores que se consideren de interés en el sector. De esta manera, deberá analizarse lo siguiente:

- Estructuras administrativas y gestión pública,
- Legislación y políticas públicas de estímulo al sector,
- Funciones,
- Acciones emprendidas,

- Eficiencia,
- Orientaciones generales del sector (Objetivos, metas y estrategias del turismo),
- Estabilidad política y financiera del territorio.

Cabe mencionar que la recolección de esta información podrá realizarse a través de entrevistas y revisión de fuentes secundarias, sin embargo esta decisión la deberá tomar el equipo de trabajo.

Elemento Servicios complementarios:

Dentro de este elemento se clasifican aquellos servicios necesarios, que no han sido mencionados, para mejorar la experiencia turística y con ello la satisfacción del visitante al destino. En su análisis incluye los siguientes componentes: Para llevar a cabo la recolección de la información necesaria en este análisis, se recomienda realizar entrevistas, encuestas y revisión de fuentes secundarias, sin embargo esta decisión deberá tomarla el equipo de trabajo.

Información turística: Los puntos de información turística juegan un papel muy importante en un destino, el de orientar y asesorar al turista en el destino, y por consiguiente deberá analizarse su localización, categoría, calidad y disponibilidad de información de todos los productos existentes, actualidad de la información proporcionada, capacitación del personal que brinda el servicio al turista (historia, cultura, idiomas, atención al viajero) y tarifas vigentes.

Servicios de guianza turística: El análisis de los servicios de guianza turística implica conocer la capacidad, tarifas vigentes, tecnología empleada, manejo de idiomas, capacitación del personal, forma jurídica, medios propios que dispone, entre otros.

Compras: Este componente es importante para un destino debido al interés que tienen los turistas en llevar algún recuerdo de este lugar o por satisfacer sus necesidades, razón por la cual deberá analizarse la capacidad del establecimiento, el porcentaje de ocupación, número de usuarios, calidad y variedad de productos, disponibilidad de mercancía, tarifas vigentes e impacto de su ubicación física, tanto de centros comerciales como de tiendas de artesanías y souvenirs, para los cuales se analizará además, la originalidad de las artesanías elaboradas, respecto a otros sitios competidores.

Servicios financieros: Para este subcomponente, deberá analizarse la localización, accesibilidad, categoría, calidad, servicios y facilidades para el turista, así como también los requisitos y accesibilidad que tienen las empresas del lugar a líneas de crédito, entre otros.

Cambio de moneda: Este análisis incluye la localización, capacidad, número de establecimientos y horarios de atención.

Uso de la tecnología: Este análisis deberá llevarse a cabo al interior de cada establecimiento o entidad prestadora de servicios turísticos, pues incluye el análisis del grado de uso para la gestión administrativa empresarial, las redes de reservas y comercialización de productos turísticos, la capacidad de mejorarla, la conexión a redes de información, software aplicado a tareas específicas, sistemas de reserva, control de costos, tecnologías de sonido y luz, circuitos cerrados de televisión, tele y video conferencia, traducción simultánea, entre otros.

Estudios (educación y capacitación): Con el fin de obtener un desarrollo exitoso de la actividad en un destino, este debe tener personal capacitado tanto en turismo como en idiomas y áreas afines complementarias a esta actividad. Por lo tanto, deberá analizarse:

- Disposición, accesibilidad, calidad de las entidades educativas y centros de capacitación.
- Número de entidades educativas con programas de formación en turismo y afines (universidades, escuelas de turismo), programas existentes, modalidad y nivel.
- Apego de las carreras con los productos y oferta turística.
- Número, calidad y condiciones de escuelas de enseñanza de idiomas,
- Capacidad de los institutos para incorporar cursos especializados de idiomas para guías de turismo, recepcionistas, ejecutivos etc.
- Disponibilidad de personal calificado y cualificación de empleados actuales en turismo.

Otros: Este componente incluirá todos aquellos subcomponentes que no se han considerado anteriormente para el análisis de la infraestructura, pero que sean importantes para el tipo de destino al cual se aplica la metodología.

5.4. Conclusiones del capítulo

A través de este capítulo, se logró definir inicialmente, los niveles núcleo y avanzado de una metodología para el análisis de un destino turístico cualquiera; teniendo presente que el nivel núcleo incluye aquellos elementos, componentes y subcomponentes de la oferta turística que como mínimo deben contemplarse en una metodología, y que el nivel avanzado por su parte, comprende todos los elementos, componentes y subcomponentes que puede analizar una metodología. Cabe aclarar que esta división por niveles se elaboró a partir de los resultados de la evaluación realizada en el capítulo anterior. Así mismo, se definió los elementos de la oferta turística a tener en cuenta en la propuesta metodológica elaborada para analizar un destino como la ciudad de Popayán, los cuales fueron divididos de igual manera en nivel núcleo y avanzado. Por último, se obtuvo la propuesta metodológica final para análisis de destinos turísticos, la cual incluye tres secciones denominadas así: “fases de referencia de la metodología”, “modelo organizacional” y “estructura para el análisis de destinos turísticos”. La primera de ellas, define el proceso a seguir, es decir una serie de etapas para llegar al análisis del destino; la segunda por su parte, define el personal que hace parte del equipo de trabajo y sus respectivas funciones; y finalmente, la sección “estructura para el análisis de destinos”, describe los elementos, componentes y subcomponentes de la oferta turística a analizar en el destino, definiendo además, los aspectos a evaluar por cada uno de ellos.

Capítulo 6

Caso aplicado

Este capítulo describe, tanto el trabajo realizado por secciones en la aplicación de la metodología propuesta en el capítulo anterior, como los productos obtenidos en cada una de ellas. Cabe aclarar, que este caso aplicado, se realizó con el fin de seguir y ejercitar la metodología propuesta, teniendo en cuenta que cualquier tipo de metodología debe ser aplicada para validarla, pues a través de la práctica se retroalimenta y verifica la utilidad de la misma; esta aplicación debe ser frecuente, sin embargo, a través de esta prueba, se lograron unas primeras apreciaciones al respecto.

A continuación, se detalla cada una de las etapas de la metodología, retomando la estructura planteada en el capítulo anterior a través de la 6.1.

6.1. Modelo organizacional

El equipo de trabajo estuvo conformado por la autora de la presente investigación, los directores del trabajo, la Asociación Hotelera y Turística de Colombia, Cotelco Capítulo Cauca, y dos colaboradores para el trabajo de campo, quienes fueron organizados por funciones de la siguiente manera:

- **Director:** este papel lo desempeñó la autora de la investigación, quien estuvo a la cabeza del caso aplicado, lideró y organizó cada una de las actividades a realizar, tomó decisiones estratégicas en compañía del equipo coordinador y verificó constantemente que el trabajo se estuviera llevando a cabo según lo planeado.
- **Equipo coordinador:** se conformó por los dos directores del trabajo y por la autora; quienes elaboraron los oficios necesarios, contactaron a los establecimientos hoteleros y programaron las citas con los administradores. Así mismo, estuvieron al tanto de cualquier obstáculo e inconveniente que sucediera en el trabajo de campo, para tomar la decisión más acertada con respecto al tiempo y actividades programadas. Finalmente, este equipo en cabeza del director (autor), llevó a cabo el procesamiento de datos, análisis de resultados y construcción del documento final.
- **Equipo técnico:** este grupo estuvo conformado por el autor y dos voluntarios; quienes se encargaron de realizar una primera prueba al cuestionario con otro hotel de la ciudad y de levantar toda la información requerida con respecto a los establecimientos hoteleros, a través de la aplicación del cuestionario a los administradores o empleados asignados.

6.2. Fases de referencia de la metodología

Esta sección involucra la descripción del trabajo realizado por etapas, las cuales se llevaron a cabo de manera secuencial:

6.2.1. Trabajo de planeación

Esta primera etapa abarca todo el trabajo realizado previo al trabajo de campo, la cual es detallada por medio de las actividades llevadas a cabo:

1. Definición de objetivos y resultados esperados del análisis del destino.

La aplicación de la metodología, propuesta en el capítulo anterior, se llevó a cabo para el elemento “planta turística”, componente “equipamiento” y subcomponente “alojamiento” de la oferta turística, teniendo en cuenta, no solo el alcance de la investigación y lo planeado inicialmente en el capítulo 1, sino también el destacado porcentaje de evaluación (94,44 %) obtenido por este subcomponente en el capítulo 4, correspondiente a la evaluación de las metodologías, lo que lo hace parte del nivel núcleo de la propuesta metodológica.

Una vez decidido qué subcomponente de la oferta analizar, se optó por realizar el trabajo de campo en aquellos establecimientos hoteleros asociados a Cotelco (Asociación Hotelera y Turística de Colombia) Capítulo Cauca, a quienes se les dirigió un oficio manifestándoles el interés de contar con su colaboración para contactar dichos hoteles, con el fin de lograr un diagnóstico y análisis de la situación actual de estos. De este modo, se obtuvo una respuesta positiva con respecto al apoyo y colaboración con el proceso, por parte de esta asociación.

Finalmente, partiendo de lo anterior, se procedió a definir el objetivo principal del trabajo: “Analizar la situación actual de los establecimientos hoteleros asociados a Cotelco Capítulo Cauca, de la ciudad de Popayán”.

2. Revisión y ajustes a la metodología en detalle.

Se revisó en detalle cada una de las secciones de la metodología, rescatando en la denominada “estructura para el análisis de destinos turísticos” todos los aspectos relacionados con el subcomponente alojamiento.

Adicionalmente, se incorporó una actividad en la etapa “trabajo de planeación” de la sección “fases de referencia de la metodología”, que no había sido contemplada en la propuesta inicialmente y que consiste en la prueba de los instrumentos de recolección de información. De igual manera, se reubicó en la etapa de planeación, la actividad relacionada con la capacitación del equipo técnico, debido a que ésta es una actividad previa a la práctica y por consiguiente no debería pertenecer al trabajo de campo.

3. Selección de los métodos e instrumentos de recolección de información primaria, así como de las fuentes a las que se acudirá para este fin.

En este punto, se optó por diseñar un cuestionario, método de la encuesta, que diera respuesta a los aspectos a evaluar definidos en la sección “estructura para el análisis de destinos turísticos”, el cual fue creado a partir de los instrumentos propuestos por (Gómez Salgado, 2012) y (Mincomercio, 2011), y de lo establecido en la propuesta metodológica. En la sección 6.4 denominada productos, podrá visualizarse dicho instrumento, el cual se estructura de la siguiente manera: inicia con el título de la investigación y fecha en que se diligenció el cuestionario; luego se realiza una breve presentación y solicitud de colaboración para responder a éste, seguido de algunos datos generales del establecimiento hotelero a encuestar; finalmente, se presenta el conjunto de preguntas separadas por secciones que comparten una misma temática.

Las fuentes de información seleccionadas, tal como se decidió en la primera actividad, comprendían los establecimientos hoteleros de la ciudad de Popayán asociados a Cotelco Capítulo Cauca, en cabeza de sus administradores o personal asignado por ellos para el diligenciamiento del cuestionario.

Finalmente, en esta actividad, se llevó a cabo la prueba del instrumento en uno de los hoteles de la ciudad no pertenecientes a Cotelco, con el fin de verificar la claridad de éste y realizar los ajustes pertinentes. Posterior al diligenciamiento del cuestionario por parte del administrador del establecimiento, se encontró una falla en el registro, pues no se respondía una de las preguntas tal como se esperaba, de esta manera, se ajustó el instrumento en dicha pregunta para que no se repitiera este error en el trabajo de campo.

4. Reconocimiento de la zona y generación de rutas para el trabajo de campo.

Partiendo de la información brindada por Cotelco sobre los establecimientos asociados a ésta, se generó una ruta a seguir en el trabajo de campo, con el fin de ser más eficiente en la recolección de información. En la figura 6.2, presentada en la sección 6.4, se visualiza una parte del mapa de la ciudad, en la cual se ilustra la ubicación de los doce establecimientos que se planeaban encuestar, donde siete de ellos se encuentran en la zona centro y los cinco restantes a sus alrededores.

Cabe mencionar, que la ruta planeada involucró el orden que se presenta dicha figura, es decir, se inició por el establecimiento 1 y se terminó en el 12.

5. Creación del plan de trabajo, cronograma y presupuesto del trabajo de campo

Teniendo en cuenta el objetivo planteado, el equipo de trabajo, los establecimientos hoteleros a encuestar, el instrumento de recolección de información y la ruta planeada a seguir, se procedió a definir un plan de trabajo atado a un cronograma y presupuesto, detallando las actividades a realizar en el trabajo de campo.

Cabe aclarar, que debido al alcance del caso aplicado este plan de trabajo fue corto e incluyó pocas actividades. En la sección 6.4, puede visualizarse dicho documento como uno de los productos de la etapa de planeación.

6. Capacitación del equipo técnico con relación al instrumento de recolección de información y del plan de trabajo.

Se socializó con el equipo técnico, el instrumento para la recolección de información, explicando cada uno de los componentes del mismo y la manera como debe preguntarse y marcarse en el cuestionario, de igual manera, se expuso la ruta a seguir y las visitas a realizar.

7. Revisión de fuentes secundarias y diligenciamiento preliminar de los instrumentos de recolección de información.

Toda la información recolectada para el diligenciamiento del cuestionario corresponde a información primaria; al respecto no se llevó a cabo revisión de fuentes secundarias.

6.2.2. Trabajo de campo

Con base en el plan de trabajo y demás documentos de planeación, se dio inicio al trabajo de campo donde se recolectó la información relacionada con el subcomponente alojamiento, mencionada en la sección 6.4.1 del presente capítulo.

El desarrollo de esta etapa involucró la impresión de los cuestionarios, el desplazamiento a cada uno de los establecimientos hoteleros seleccionados, siguiendo la ruta establecida, y la aplicación de estos. Así mismo, se llevó a cabo una reunión final tanto para recolectar y revisar cada uno de los cuestionarios como para retroalimentar el trabajo.

Es de mencionar, que a pesar de que se tenía una ruta definida, ésta debió modificarse sobre la marcha, debido a la disponibilidad del administrador o personal asignado del establecimiento en el momento en que se visitó, lo cual modificó en tiempo esta actividad, pues pasó de dos a tres días.

Finalmente, cabe aclarar que en el estudio se planeaba encuestar a los doce establecimientos hoteleros asociados a Cotelco Capítulo Cauca, sin embargo, no se contó con la disposición de uno de ellos para el diligenciamiento del cuestionario, a pesar de realizarse las gestiones requeridas por éste al respecto. En consecuencia, se decidió trabajar con los once establecimientos restantes, quienes respondieron a cada una de las preguntas del cuestionario, logrando así un completo diligenciamiento de estos.

6.2.3. Análisis de resultados

Esta última etapa, abarcó una reunión con el equipo de trabajo para revisar en detalle tanto los cuestionarios diligenciados en el trabajo de campo, como las observaciones realizadas por el equipo técnico. Así mismo, se llevó a cabo el procesamiento de los datos obtenidos y los respectivos análisis relacionados con el subcomponente alojamiento de la ciudad de Popayán. Este documento de análisis se presenta en la sección 6.4 de este capítulo, denominado productos.

6.3. Estructura para el análisis de destinos turísticos

Esta sección detalla los aspectos a evaluar para el subcomponente alojamiento, que fueron recolectados en el trabajo de campo a través del cuestionario, elaborado en la primera etapa de la sección fases de referencia de la metodología, y analizados en la tercera de estas etapas.

A continuación, se mencionan dichos aspectos:

Elemento Planta turística: Éste implicó la elaboración de un listado de los establecimientos hoteleros y la localización correspondiente, para el posterior análisis de los siguientes aspectos:

Alojamiento:

Para este subcomponente se evaluó los siguientes aspectos:

- Tipo de establecimiento (hoteles, hostales, camping, bed & breakfast, apartamentos, residencias, redes de albergues de la juventud, casas rurales y otros).
- Categoría.
- Forma jurídica y permiso de funcionamiento.
- Capacidad instalada (Nº de camas y habitaciones) y porcentaje promedio de ocupación.
- Variedad de servicios, (baño, agua caliente, calefacción o aire acondicionado, Tv cable, internet).
- Existencia de servicios complementarios (servicio de cafetería, spa, gimnasio, canchas de juego, piscina, parqueadero, otros).
- Tarifas vigentes.
- Tipo de edificación, antigüedad y estado de conservación.
- Tecnología empleada (sistemas de reserva, formas de pago, software contable, otros).
- Capacitación a los empleados.

- Servicio de atención al turista.
- Manejo de idiomas.
- Periodo en que más se concentra la actividad.
- Nivel de desarrollo de otros servicios complementarios para los turistas como bancos, bares, teatros, cines, etc.

6.4. Productos

Esta fase presenta los productos obtenidos en cada una de las etapas de la sección “fases de referencia de la metodología”, es decir, del trabajo de planeación, trabajo de campo y análisis de resultados.

6.4.1. Trabajo de planeación

A continuación, se presentan los productos obtenidos en esta primera etapa:

Instrumento de recolección de información

Propuesta metodológica para análisis de destinos turísticos: Caso aplicado a la oferta turística de la ciudad de Popayán.

Universidad del Cauca

Fecha: ___/___/_____ Ciudad: Popayán – Cauca

Cordial saludo

Teniendo presente la importancia que tiene cada uno de los actores tanto en el desarrollo de la actividad turística de un destino como en la planeación y toma de decisiones, se desea contar con su valiosa colaboración y disposición, como prestador de servicios turísticos, para diligenciar el siguiente cuestionario orientado al diagnóstico del estado actual del sector hotelero.

Nombre del establecimiento: _____
 Nombre del representante legal: _____
 Nombre del responsable: _____ Cargo: _____
 Dirección: _____
 Años de funcionamiento _____ Registro Nacional de Turismo-RNT- N° _____

Por favor marque con una X la respuesta que considere adecuada para cada pregunta:

Tipo de establecimiento:

Hotel__ Camping__ Apartamentos__ Centro vacacional__
 Hostal__ Bed & breakfast__ Residencias__ Casas rurales y otros__
 Redes de albergues de la juventud__ Vivienda turística u otro tipo de hospedaje no permanente__

- Categoría: _____
- Según la forma jurídica:
 Sociedad anónima__ De responsabilidad limitada__ Sociedad comanditaria__
 Unipersonal__ SAS__ Sin forma jurídica__
- ¿Pertenece a alguna cadena hotelera? No__ Si__ ¿a cuál? _____
- ¿Posee alguna certificación en calidad? No__ Si__ Cuál? _____

Capacidad instalada y servicios básicos

Características	N° de habitaciones	Baño	Ducha	TV	Tv Cable	Internet	Calefacción/ Aire acondicionado	Agua caliente
Sencilla								
Doble								
Triple								
Cuádruple								
Otras								

- Total camas: _____
- Porcentaje de ocupación (promedio del último año): _____

Propuesta metodológica para análisis de destinos turísticos: Caso aplicado a la oferta turística de la ciudad de Popayán.

Universidad del Cauca

Existencia de servicios complementarios

Servicios complementarios:

Restaurante__ Cafetería__ Banco__ Zona húmeda__ Spa__
 Gimnasio__ Piscina__ Salón de eventos__ Parqueadero__ Bar__
 Discoteca__ Cine__ Casino__ Canchas de juego__ WiFi__
 Servicio a la habitación__ Recreación__ Lavandería__
 Cajilla de seguridad__ Servicio para minusválidos__
 Otros__ ¿Cuáles?_____

Tarifas vigentes

Habitación:	\$ /noche
Sencilla	
Doble	
Triple	
Cuádruple	
Otras	

Tipo de edificación:

- Características de la construcción de las instalaciones:
 Mampostería estructural (Ladrillo) __ Hormigón (concreto) __ Adobe y tapia__ Prefabricado__
 Otro__ ¿Cual?_____
- Tipo de edificación:
 Edificio Histórico__ Edificio tradicional__ Edificio moderno__ Edificio ecológico__
- Pisos:
 Baldosa__ Madera__ Tierra__ Cerámicos__ Otro__ ¿Cual?_____
- Infraestructura básica:
 Agua: Potable__ Entubada__ Otro__ ¿Cual?_____
- Teléfono__ Energía__ Gas__ Otros__
- Especifique_____
- El establecimiento cuenta con:
 Plan de emergencia: Si__ No__ Rutas de evacuación: Si__ No__
 Se socializan con el huésped? Si__ No__

Tecnología empleada

- ¿Tiene sistematizadas las operaciones de su empresa?
 Si__
 No__ ¿Proyecta algún cambio?__ Especifique_____

• ¿Qué clase de tecnología utiliza su empresa?

	SI	NO		SI	NO
Control de acceso por microprocesador			Tecnología de sonido		
Software para reservas			Circuito cerrado de televisión		
Software para control de operaciones			Tele y video conferencia		
Software contable			Traducción simultánea		
Otras					

Propuesta metodológica para análisis de destinos turísticos: Caso aplicado a la oferta turística de la ciudad de Popayán.

Universidad del Cauca

Empleados y capacitación

- Número de empleados en el establecimiento: Hombres (H) ___ Mujeres (M)___ Total: ___

- Número de empleados de su establecimiento clasificados según el nivel de formación alcanzado:

	H	M		H	M		H	M
Con estudios primarios			Técnicos			Universitarios		
Con estudios secundarios			Tecnólogos			Posgraduado		

- ¿Cuántos miembros de la familia trabajan en el establecimiento? H___ M___ Total___

- Tipo de relación laboral (indique el número por cada tipo de contratación y permanencia):

Contrato / Permanencia	Permanente		Medio tiempo		Eventual	
	H	M	H	M	H	M
A término fijo						
A Término indefinido						
Orden de prestación de servicios OPS						

- ¿El establecimiento diseña programas de capacitación para sus empleados? Si___ No___

- Frecuencia de la capacitación:

Semanal___ Quincenal___ Mensual___ Trimestral___ Semestral___ Anual___ Otros___

- Los programas de desarrollo profesional de los empleados dentro del establecimiento se han centrado en:

Informática		Recursos humanos	
Finanzas		Operación turística	
Gerencia		Mercadeo, promoción y ventas	
Jurídica		Técnicas de servicio	
Lenguas extranjeras		Coyuntura económica nacional	
Coyuntura económica internacional		Comercio internacional	

- ¿Tiene su empresa planeado expandir sus servicios de tal forma que implique nuevas contrataciones de personal capacitado?

No___

Si___ Cuales _____

- ¿Cuántos nuevos empleos requerirá en los diferentes niveles y en cuanto tiempo?

	N° de empleados	Tiempo (años)		N° de empleados	Tiempo (años)
Estudios primarios			Tecnólogos		
Estudios secundarios			Universitarios		
Técnicos			Con posgrado		

Propuesta metodológica para análisis de destinos turísticos: Caso aplicado a la oferta turística de la ciudad de Popayán.

Universidad del Cauca

Servicio de atención al turista y manejo de idiomas

• ¿Mediante qué mecanismo detecta usted el grado de satisfacción del usuario?
Encuesta__ Charla informal__ Sugerencias__ Otros__ Especifique_____

• ¿El personal de su establecimiento domina algún idioma extranjero?
No__ Si__ ¿cuál?_____

• ¿La señalización en su establecimiento está en algún otro idioma?
No__ Si__ ¿cuál?_____

Periodo en que más se concentra la actividad, frecuencia y tipo de cliente:

Época	Nº estimado	Procedencia Nacional	Procedencia Internacional
En semana			
Fines de semana			
Vacaciones			
Feridos			
Semana Santa			
Carnaval			
Navidad			
Otros			
Especifique:			

- Consumo promedio aproximado por cliente: \$ _____
- Forma de pago: Contado__ Crédito__ Otros__ Especifique: _____
- Periodo de funcionamiento: Todo el año ____ Temporal__

• ¿Qué mecanismos de promoción emplea su establecimiento? Monto de inversión aproximado mensual.
 _____ \$ _____
 _____ \$ _____

• Señale dos aspectos positivos que contribuyan al desarrollo turístico del municipio o departamento:

• Señale dos limitantes de carácter general para el desarrollo turístico del municipio o departamento:

• Sugerencias y observaciones

¡Muchas gracias por su colaboración!

Plan de Trabajo de Campo			
	Actividad	Responsable	Tiempo
1	Impresión de 12 cuestionarios	E. Coordinador	2 días
2	Desplazamiento a establecimientos	E. Técnico	
3	Presentación y aplicación de cuestionario	E. Técnico	
4	Revisión del trabajo realizado (diario)	E. Coordinador - E. Técnico	
5	Reunión final trabajo de campo, recepción de cuestionarios y retroalimentación.	Director - E. Coordinador - E. Técnico	1 día
Total			3 días

Tabla 6.1: Ruta a seguir en el trabajo de campo - Fuente: elaboración propia

6.4.3. Análisis de resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en el caso aplicado de los cuestionarios a los once establecimientos hoteleros de la ciudad de Popayán, asociados a Cotelco Capítulo Cauca.

Años de funcionamiento

A continuación, en la tabla 6.2 y figura 6.3, se presentan los resultados obtenidos respecto a los años de funcionamiento de los establecimientos hoteleros estudiados, lo cuales fueron clasificados por rangos para facilitar su interpretación.

Rango años de funcionamiento	Frecuencia	Porcentaje
0 - 5 años	2	18,18%
6 - 10 años	1	9,09%
11 - 15 años	1	9,09%
16 - 20 años	2	18,18%
21 - 25 años	2	18,18%
26 - 30 años	1	9,09%
31 - 35 años	1	9,09%
36 - 40 años	0	0,00%
41 - 45 años	0	0,00%
46 - 50 años	1	9,09%
Total:	11	100%

Tabla 6.2: Años de funcionamiento - Fuente: elaboración propia

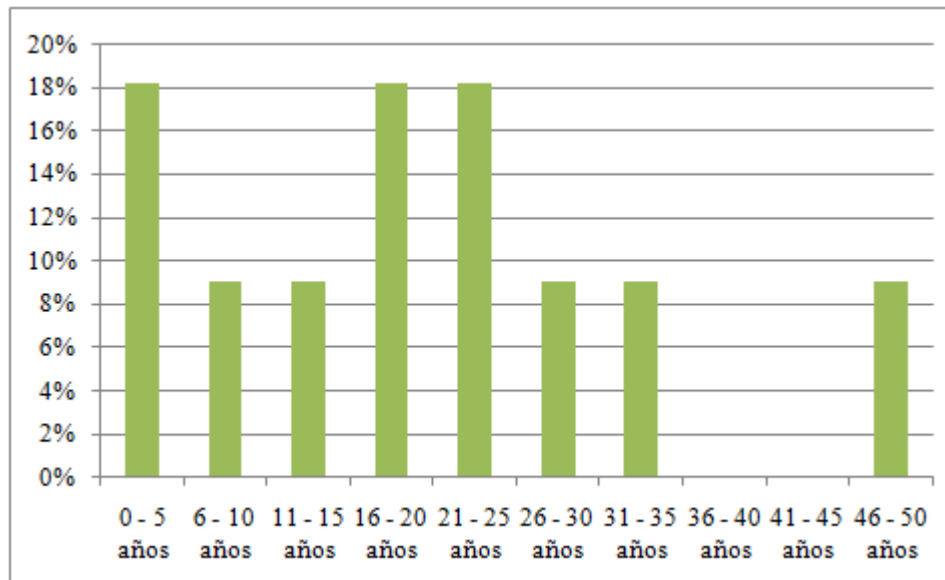


Figura 6.3: Años de funcionamiento - Fuente: elaboración propia

Analizando los resultados anteriores (tabla 6.2 y figura 6.3), se observa que los establecimientos hoteleros estudiados poseen entre 4 y 50 años de funcionamiento, sin embargo, la mayoría (90,91 %) están en el rango de 0 a 35 años y solo 1 llega a los 50 años (9,09 %).

Cabe aclarar, que los años de funcionamiento de un establecimiento hotelero, no están directamente relacionados con el estado de conservación de su planta física, por el contrario sí, con su trayectoria y estabilidad en el mercado.

Los rangos más frecuentes son de 0 a 5 años, de 16 a 20 años y de 21 a 25 años, con un porcentaje del 18,18 % cada uno.

Registro Nacional de Turismo

Del total de establecimientos hoteleros encuestados, el 100 % de ellos son formales y poseen Registro Nacional de Turismo.

Tipo de establecimiento

En la tabla 6.3 se evidencia que el 90,91 % de los establecimientos encuestados corresponde a hoteles y solo el 9,09 % corresponde a hostales.

Tipo de establecimiento	Frecuencia	Porcentaje
Hotel	10	90,91%
Hostal	1	9,09%
Camping	0	0,00%
Bed & breakfast	0	0,00%
Apartamentos	0	0,00%
Residencias	0	0,00%
Centro vacacional	0	0,00%
Casas rurales y otros	0	0,00%
Redes de albergues de la juventud	0	0,00%
Vivienda turística u otro tipo de hospedaje no permanente	0	0,00%
Total:	11	100%

Tabla 6.3: Tipo de establecimiento - Fuente: elaboración propia

Categoría

Es de mencionar que ninguno de los establecimientos hoteleros encuestados está categorizado por estrellas, sin embargo, se realizó una clasificación por categoría alta, media-alta, media, media-baja y baja, como lo presenta la tabla 6.4.

En la figura 6.4 se visualizan los resultados obtenidos, donde puede analizarse que el 81,82 % de los establecimientos encuestados corresponden a la categoría media, mientras que el 18,18 % restante pertenecen a la categoría media-alta.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alta	0	0,00%
Media-Alta	2	18,18%
Media	9	81,82%
Media-Baja	0	0,00%
Baja	0	0,00%
Total:	11	100%

Tabla 6.4: Categoría - Fuente: elaboración propia

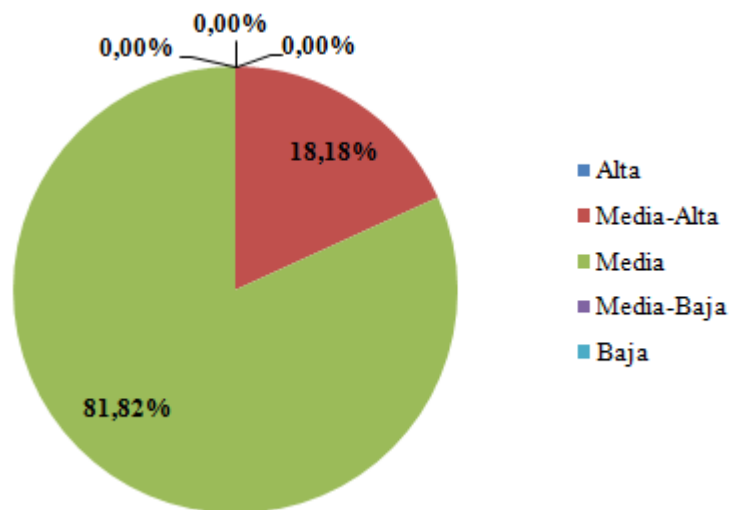


Figura 6.4: Categoría - Fuente: elaboración propia

Forma jurídica

Con respecto a la forma jurídica, tal como se evidencia en la tabla 6.5 y figura 6.5, la mayoría de los establecimientos encuestados (54,55 %) son de tipo unipersonal, el 18,18 % corresponde a Sociedad por Acciones Simplificada SAS, y el porcentaje restante corresponde a sociedad anónima, sociedad comanditaria y de responsabilidad limitada, con un 9,09 % cada una.

Forma jurídica	Frecuencia	Porcentaje
Unipersonal	6	54,55%
SAS	2	18,18%
De responsabilidad limitada	1	9,09%
Sociedad anónima	1	9,09%
Sociedad comanditaria	1	9,09%
Sin forma jurídica	0	0,00%
Total:	11	100%

Tabla 6.5: Forma jurídica - Fuente: elaboración propia

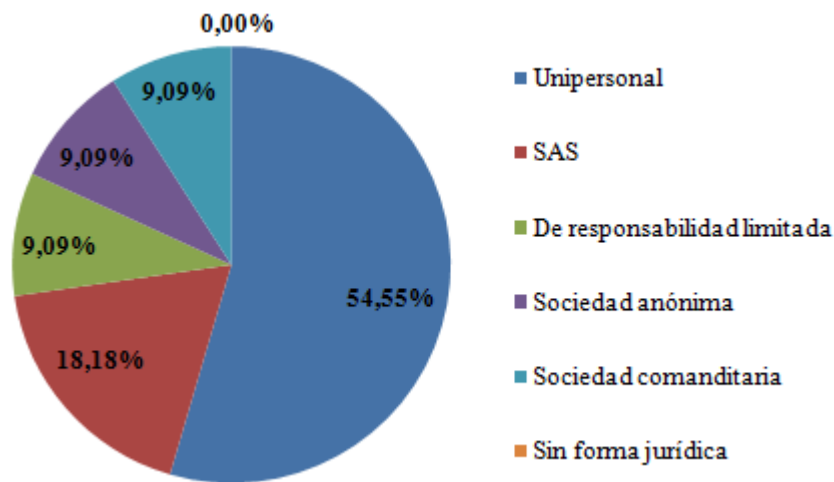


Figura 6.5: Forma jurídica - Fuente: elaboración propia

Pertenencia a alguna cadena hotelera

En la tabla 6.6 se presentan los resultados obtenidos relacionados con esta pregunta, en la cual se visualiza que solo 1 de los establecimientos (9,09 %) pertenece a una cadena hotelera, denominada Hoteles MS.

Pertenencia a alguna cadena hotelera	Frecuencia	Porcentaje
No	10	90,91%
Si	1	9,09%
Total:	11	100%

Tabla 6.6: Pertenencia a alguna cadena hotelera - Fuente: elaboración propia

Certificación de calidad

En la tabla 6.7, se visualiza que ninguno de los 11 establecimientos encuestados posee certificaciones de calidad.

Certificación de calidad	Frecuencia	Porcentaje
No	11	100,00%
Si	0	0,00%
Total:	11	100%

Tabla 6.7: Certificación de calidad - Fuente: elaboración propia

Capacidad instalada y servicios básicos

En la tabla 6.8, se presentan tanto los resultados obtenidos con relación al número de habitaciones por tipo de acomodación y por establecimiento, como la sumatoria total por cada tipo de acomodación.

Establecimientos hoteleros	Sencilla	Doble	Triple	Cuadruple	Suite	Otras
Establecimiento 1	4	0	5	3	0	0
Establecimiento 2	13	3	7	4	0	0
Establecimiento 3	11	5	9	0	2	0
Establecimiento 4	12	7	4	2	0	0
Establecimiento 5	28	16	8	0	0	0
Establecimiento 6	6	1	4	0	0	0
Establecimiento 7	4	13	1	2	0	0
Establecimiento 8	5	8	2	1	0	0
Establecimiento 9	7	11	3	4	0	0
Establecimiento 10	1	26	1	0	0	0
Establecimiento 11	28	5	3	0	0	4
Total	119	95	47	16	2	4

Tabla 6.8: Número de habitaciones por establecimiento y tipo de acomodación - Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente, con base en los resultados obtenidos en la tabla 6.8, se construyó la tabla 6.9, que resume el total de habitaciones por tipo de acomodación y presenta tanto el valor como el porcentaje por cada una de ellas. De esta manera, puede concluirse que los establecimientos hoteleros encuestados asociados a Cotelco, disponen de un total de 283 habitaciones, de las cuales el 42,05 % corresponde a habitaciones sencillas, el 33,57 % a habitaciones dobles, el 16,61 % a habitaciones triples y el porcentaje restante a habitaciones cuádruple, suites y otros como se visualiza en la tabla 6.9 y figura 6.6.

Es de mencionar, que este tipo de acomodaciones suele ser el más frecuente, pero en algunos de los establecimientos estudiados se modifica la acomodación de las habitaciones cuando se es necesario.

Habitaciones	Frecuencia	Porcentaje
Sencilla	119	42,05%
Doble	95	33,57%
Triple	47	16,61%
Cuadruple	16	5,65%
Suite	2	0,71%
Otras	4	1,41%
Total	283	100%

Tabla 6.9: Total de habitaciones - Fuente: elaboración propia

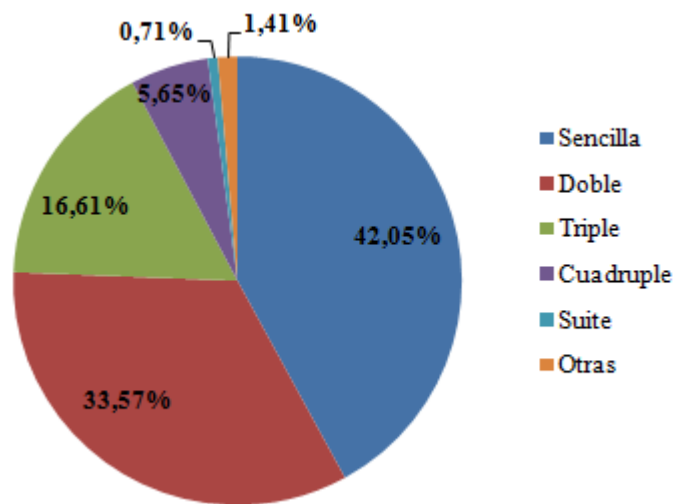


Figura 6.6: Total habitaciones - Fuente: elaboración propia

Del mismo modo, se presenta en la tabla 6.10 el número de camas por establecimiento y la sumatoria de estos datos, lo que permite observar que todos los establecimientos encuestados en conjunto están en capacidad de alojar a 501 personas en sus instalaciones.

Cabe aclarar, que en este análisis se considera una persona por cama, sin embargo, existen camas matrimoniales consideradas en algunos establecimientos como sencillas, que la pueden tomar dos personas.

Establecimientos hoteleros	Total camas
Establecimiento 1	40
Establecimiento 2	56
Establecimiento 3	52
Establecimiento 4	40
Establecimiento 5	80
Establecimiento 6	20
Establecimiento 7	31
Establecimiento 8	36
Establecimiento 9	54
Establecimiento 10	41
Establecimiento 11	51
Total	501

Tabla 6.10: Capacidad total por número de camas - Fuente: elaboración propia

Porcentaje de ocupación

El porcentaje de ocupación que se presenta en la siguiente tabla, corresponde al promedio del año anterior, y se presenta para cada uno de los establecimientos.

Establecimiento	Ocupación
Establecimiento 1	37%
Establecimiento 2	50%
Establecimiento 3	30%
Establecimiento 4	40%
Establecimiento 5	40%
Establecimiento 6	12%
Establecimiento 7	25%
Establecimiento 8	50%
Establecimiento 9	30%
Establecimiento 10	52%
Establecimiento 11	80%

Tabla 6.11: Porcentaje de ocupación promedio - Fuente: elaboración propia

En la figura 6.7, se ilustra el porcentaje de ocupación de cada establecimiento con respecto a la capacidad del 100 % que cada uno posee, de la cual puede concluirse que solo 4 de ellos (36,36 %) superaron o igualaron el 50 % de ocupación, mientras que los 7 establecimientos restantes estuvieron por debajo de este porcentaje; uno de ellos obtuvo tan solo el 12 % de ocupación promedio en el año anterior.

Estas bajas cifras son preocupantes para el sector y para los administradores de los establecimientos, quienes justifican que la baja ocupación puede deberse a los problemas de inseguridad en el departamento y a la existencia de establecimientos de alojamiento ilegales que no son controlados por el gobierno.

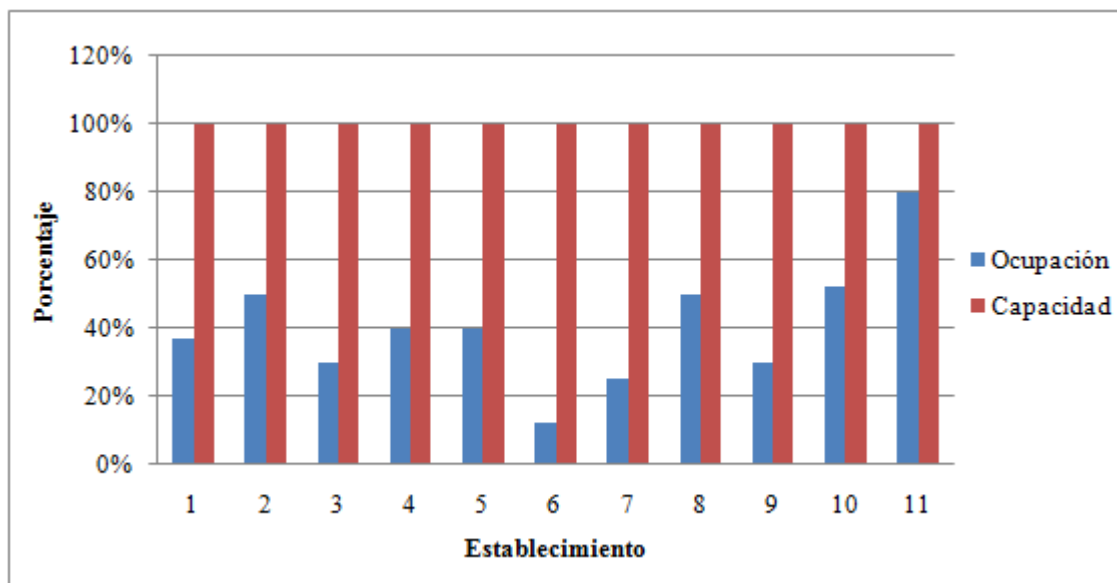


Figura 6.7: Porcentaje de ocupación promedio - Fuente: elaboración propia

Servicios complementarios

En la tabla 6.12 se presentan los servicios complementarios que ofrecen los establecimientos hoteleros encuestados con sus respectivas frecuencias y porcentaje. En ésta se observa que el servicio más frecuente en los establecimientos es el internet WiFi (100 %), así como el servicio de lavandería y servicio a la habitación (90,91 % cada uno) y el servicio de restaurante, cajilla de seguridad y parqueadero (72,73 % cada uno).

Por su parte, servicios como zona húmeda y servicio para minusválidos son los menos frecuentes con un 9,09 %.

Finalmente, es de mencionar que ninguno de los hoteles encuestados ofrecen servicios como: banco, cine, casino, Spa, piscina, gimnasio, canchas de juego, recreación u otro tipo de servicio no contemplado en la lista.

Servicios Complementarios	Frecuencia	Porcentaje
Restaurante	8	72,73%
Cafetería	4	36,36%
Banco	0	0,00%
Servicio a la habitación	10	90,91%
Cajilla de seguridad	8	72,73%
Parqueadero	8	72,73%
Salón de eventos	4	36,36%
Lavandería	10	90,91%
WiFi	11	100,00%
Discoteca	0	0,00%
Cine	0	0,00%
Casino	0	0,00%
Bar	3	27,27%
Zona húmeda	1	9,09%
Spa	0	0,00%
Piscina	0	0,00%
Gimnasio	0	0,00%
Canchas de juego	0	0,00%
Recreación	0	0,00%
Servicio para minusválidos	1	9,09%
Otros	0	0,00%

Tabla 6.12: Servicios complementarios - Fuente: elaboración propia

En la figura 6.8 se observa gráficamente, la existencia de cada uno de los servicios complementarios en los establecimientos estudiados.

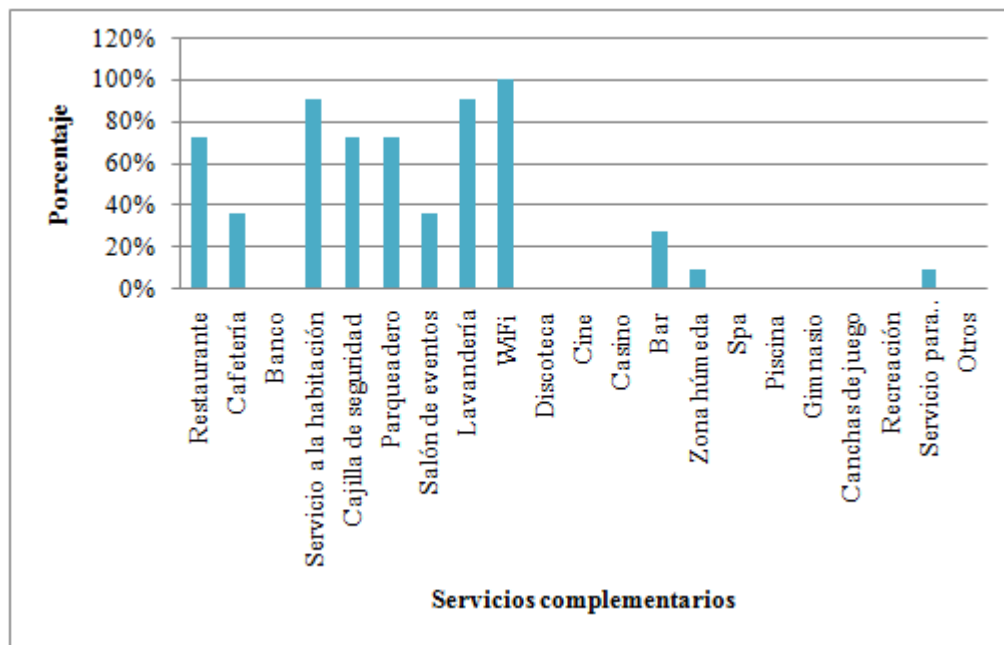


Figura 6.8: Servicios complementarios - Fuente: elaboración propia

Tarifas vigentes

En la tabla 6.13 se presentan los resultados obtenidos con relación a las tarifas vigentes por establecimiento y tipo de habitación, cabe aclarar que aquellos espacios en blanco se deben a que dicho establecimiento no tienen una tarifa establecida para este tipo de acomodación.

De esta manera, se observa que en los establecimientos hoteleros estudiados, puede conseguirse una habitación sencilla entre los \$60.000 y \$156.000 la noche; una habitación doble entre los \$80.000 y \$216.000 por noche; una habitación triple entre los \$95.000 y \$270.000 por noche; una habitación cuádruple entre los \$120.000 y los \$324.000 por noche; y finalmente, una suite, por alrededor de los \$332.000 por noche.

Establecimientos hoteleros	Tipo de habitación				
	Sencilla	Doble	Triple	Cuádruple	Suite
Establecimiento 1	\$ 60.000	\$ 80.000	\$ 95.000	\$ 120.000	
Establecimiento 2	\$ 116.000	\$ 148.000	\$ 190.000	\$ 232.000	
Establecimiento 3	\$ 74.000	\$ 102.000	\$ 130.000	\$ 160.000	
Establecimiento 4	\$ 45.000	\$ 80.000	\$ 120.000	\$ 160.000	
Establecimiento 5	\$ 70.000	\$ 95.000	\$ 135.000		
Establecimiento 6	\$ 68.500	\$ 105.000	\$ 147.000		
Establecimiento 7	\$ 106.400	\$ 139.600	\$ 181.300	\$ 214.000	
Establecimiento 8	\$ 85.000	\$ 114.000	\$ 144.000	\$ 183.000	
Establecimiento 9	\$ 50.000	\$ 65.000	\$ 95.000	\$ 120.000	
Establecimiento 10	\$ 156.000	\$ 216.000	\$ 270.000	\$ 324.000	\$ 332.000
Establecimiento 11	\$ 90.000	\$ 150.000	\$ 195.000		

Tabla 6.13: Tarifas vigentes por tipo de habitación y establecimiento - Fuente: elaboración propia

A continuación, en la tabla 6.14 se presentan las tarifas vigentes por tipo de habitación, clasificadas en rangos para facilitar su interpretación, en la cual se observa que la tarifa por noche de habitación sencilla se encuentra en su mayoría (72,73 %) entre los \$45.000 y \$100.000; la habitación doble se encuentra entre los \$80.000 y \$120.000 (63,63 %); la habitación triple, entre los \$95.000 y los \$150.000 (63,64 %); la habitación cuádruple se encuentra mayoritariamente entre los \$120.000 y \$220.000; y por último la Suite, se encuentra en un valor aproximado de \$332.000 la noche.

	Rango de tarifas	Frecuencia	Porcentaje
Habitación sencilla	\$45.000 - \$100.000	8	72,73%
	\$100.001 - \$156.000	3	27,27%
	Total	11	100%
Habitación doble	\$80.000 - \$120.000	7	63,64%
	\$120.001 - \$216.000	4	36,36%
	Total	11	100%
Habitación triple	\$95.000 - \$150.000	7	63,64%
	\$150.001 - \$270.000	4	36,36%
	Total	11	100%
Habitación cuádruple	\$120.000 - \$220.000	6	75,00%
	\$220.001 - \$324.000	2	25,00%
	Total	8	100%
Suite	332.000	1	100%
	Total	1	100%

Tabla 6.14: Tarifas vigentes por rango y tipo de habitación - Fuente: elaboración propia

Tipo de edificación

En las tablas 6.15, 6.16 y 6.17 , se presentan los resultados obtenidos con respecto a las características de construcción de las instalaciones, pisos y tipo de edificación.

Características de la construcción de las instalaciones	Frecuencia	Porcentaje
Mampostería estructural (ladrillo)	9	81,82%
Hormigón (concreto)	0	0,00%
Adobe y tapia	1	9,09%
Prefabricado	0	0,00%
Ladrillo, piedra y madera	1	9,09%
Otro	0	0,00%
Total	11	100%

Tabla 6.15: Características de la construcción de las instalaciones - Fuente: elaboración propia

Tipo de edificación	Frecuencia	Porcentaje
Edificio histórico	4	36,36%
Edificio tradicional	5	45,45%
Edificio moderno	2	18,18%
Edificio ecológico	0	0,00%
Total	11	100%

Tabla 6.16: Tipo de edificación - Fuente: elaboración propia

Pisos	Frecuencia	Porcentaje
Cerámica	4	36,36%
Baldosa	3	27,27%
Madera	0	0,00%
Tierra	0	0,00%
Baldosa y cerámicos	2	18,18%
Baldosa y madera	2	18,18%
Otro	0	0,00%
Total	11	100%

Tabla 6.17: Pisos - Fuente: elaboración propia

Esta sección de preguntas, dirigida a las instalaciones de los establecimientos hoteleros encuestados, permite concluir que en su mayoría están contruidos en ladrillo (81,82 %), por lo general son edificaciones históricas o tradicionales (36,36 % y 45,45 % respectivamente) debido a su antigüedad y a la ubicación de algunos de ellos en el sector histórico, y sus pisos son principalmente en cerámica (36,36 %) y baldosa (27,27 %).

Solo uno de estos establecimientos aún conserva su construcción en adobe y tapia como algunas de las construcciones antiguas del centro de la ciudad, así mismo, otros conservan la estructura colonial del sector histórico, lindo encanto de la ciudad.

Infraestructura básica

En la tabla 6.18 se evidencia la infraestructura básica que poseen los establecimientos encuestados, de la cual se concluye que el 100 % de éstos tienen acceso al servicio de energía, teléfono y agua potable. Cabe aclarar que en este ítem se generó confusión, pues el agua que llega a los establecimientos es entubada y a su vez, apta para el consumo humano (potable) debido a los tratamientos que se le realizan en la planta de abastecimiento de la ciudad.

Por otro lado, es necesario mencionar que el 27,27 % de los establecimientos poseen gas domiciliario mientras el 72,73 % gas por cilindros; esto debido principalmente a que en el centro de la ciudad no se permite el uso de gas domiciliario y por consiguiente, aquellos establecimientos ubicados en este sector deben usarlo por cilindros.

Infraestructura básica	Frecuencia	Porcentaje
Agua potable	11	100,00%
Agua entubada	0	0,00%
Agua otros	0	0,00%
Teléfono	11	100,00%
Energía	11	100,00%
Gas domiciliario	3	27,27%
Gas por cilindros	8	72,73%

Tabla 6.18: Infraestructura básica - Fuente: Elaboración propia

Plan de emergencia y rutas de evacuación

A continuación, se presenta en este apartado los resultados obtenidos con respecto a la existencia o no de planes de emergencia y rutas de evacuación, y la socialización de estas con el huésped.

Plan de emergencia	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	72,73%
No	3	27,27%
Total	11	100%

Tabla 6.19: Plan de emergencia - Fuente: Elaboración propia

Rutas de evacuación	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	100,00%
No	0	0,00%
Total	11	100%

Tabla 6.20: Rutas de evacuación - Fuente: Elaboración propia

Se socializan con el huésped?	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	63,64%
No	4	36,36%
Total	11	100%

Tabla 6.21: Socialización de rutas y plan de emergencia - Fuente: Elaboración propia

En la tabla 6.19, 6.20 y 6.21 se observa que el 72,73 % de los establecimientos hoteleros encuestados poseen planes de emergencia, que el 100 % de éstos poseen rutas de evacuación, y que el 63,64 % socializa esta información con sus huéspedes.

Tecnología empleada

En esta sección, se presentan los resultados obtenidos con relación a la tecnología empleada en los establecimientos encuestados.

Tecnología empleada	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	72,73%
No	3	27,27%
Total	11	100%

Tabla 6.22: Tecnología empleada - Fuente: Elaboración propia

En la tabla 6.22, se observa que el 72,73 % de los establecimientos tienen sistematizadas sus operaciones, mientras que el 27,27 % no lo hacen, ni tampoco proyectan realizar cambios al respecto.

Tecnología empleada	Frecuencia	Porcentaje
Control de acceso por microprocesador	0	0,00%
Software para reservas	5	45,45%
Software para control de operaciones	3	27,27%
Software contable	6	54,55%
Tecnología de sonido	0	0,00%
Circuito cerrado de televisión	3	27,27%
Tele y video conferencia	0	0,00%
Traducción simultánea	0	0,00%
Otros - facturación	2	18,18%

Tabla 6.23: Tipo de tecnología empleada - Fuente: elaboración propia

En la tabla 6.23 y figura 6.9, se observan los resultados relacionados con la tecnología empleada por aquellos establecimientos que tienen sistematizadas sus operaciones, rescatando de ellas el software contable como el más utilizado (54,55 %) y el software para reservas, un tipo de tecnología de uso frecuente en los establecimientos (45,45 %). Otras tecnologías empleadas por los establecimientos son el software para controles de operaciones, el circuito cerrado de televisión y el software para facturación.

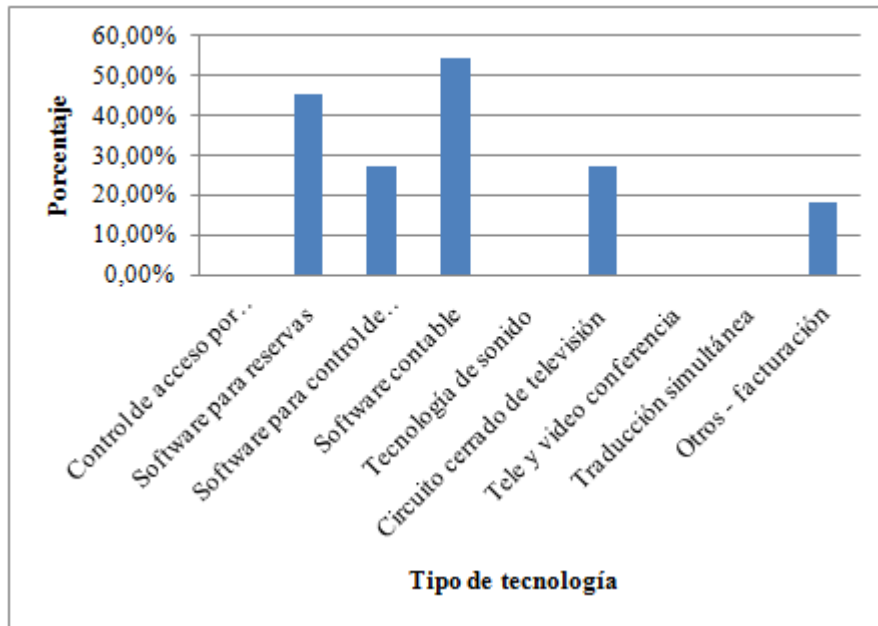


Figura 6.9: Tipo de tecnología empleada - Fuente: elaboración propia

Empleados y capacitación

En la presente sección, se analiza el número total de empleos que generan los establecimientos hoteleros estudiados, así como el nivel de formación del personal vinculado y el tipo de contratación. Adicionalmente, se analiza la existencia de programas de capacitación para los empleados, la frecuencia y el tipo de programas.

Empleados

La tabla 6.24 presenta el número de empleados por género y por establecimiento hotelero, por su parte, la tabla 6.25 sintetiza dichos datos y presenta el número total de empleados por género, frecuencia y porcentaje, vinculados a los establecimientos hoteleros encuestados.

Establecimientos hoteleros	Hombres	Mujeres	Total
Establecimiento 1	1	2	3
Establecimiento 2	7	8	15
Establecimiento 3	3	2	5
Establecimiento 4	2	2	4
Establecimiento 5	2	5	7
Establecimiento 6	2	2	4
Establecimiento 7	2	7	9
Establecimiento 8	2	3	5
Establecimiento 9	2	3	5
Establecimiento 10	9	10	19
Establecimiento 11	3	6	9
Total	35	50	85

Tabla 6.24: Número de empleados por género y establecimiento - Fuente: elaboración propia

Nº empleados	Frecuencia	Porcentaje
Hombres	35	41,18%
Mujeres	50	58,82%
Total	85	100%

Tabla 6.25: Total de empleados por género - Fuente: elaboración propia

Teniendo en cuenta los resultados expuestos en las tablas 6.24 y 6.25, puede concluirse que el 58,82 % de las personas empleadas por estos establecimientos, corresponden a mujeres y el porcentaje restante a hombres, tal como lo ilustra la figura 6.10.

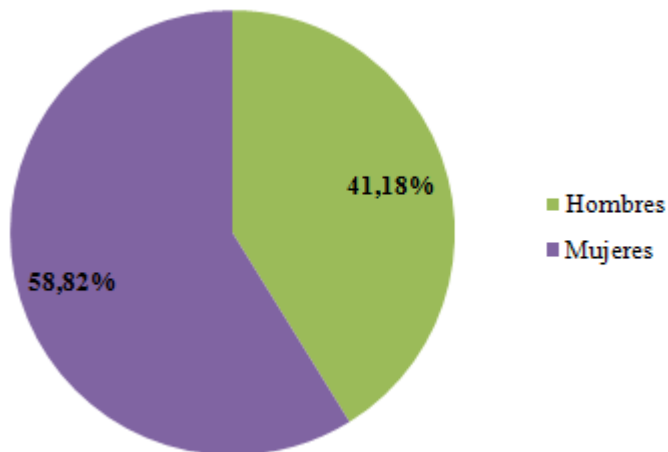


Figura 6.10: Total de empleados por genero - Fuente: elaboración propia

A continuación, en la tabla 6.26 y figura 6.11 se exponen los resultados obtenidos con respecto al nivel de formación de todas las personas vinculadas a los establecimientos hoteleros encuestados, en ésta se observa que en general, la mayoría de empleados poseen estudios secundarios (30.59 %) y estudios universitarios (27.06 %). Con respecto al total de hombres empleados (35), el 31.43 % tiene un nivel de formación universitaria y el 20 % de estudios secundarios, lo contrario ocurre con las mujeres empleadas (50), que en su mayoría (38 %) poseen estudios secundarios, luego el 24 % universitarios.

Nivel de formación	Hombres		Mujeres		General	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Con estudios primarios	5	14,29%	9	18,00%	14	16,47%
Con estudios secundarios	7	20,00%	19	38,00%	26	30,59%
Técnicos	5	14,29%	3	6,00%	8	9,41%
Tecnólogos	6	17,14%	6	12,00%	12	14,12%
Universitarios	11	31,43%	12	24,00%	23	27,06%
Posgraduado	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Por competencias laborales	1	2,86%	1	2,00%	2	2,35%
Total	35	100,00%	50	100,00%	85	100,00%

Tabla 6.26: Empleados por género y nivel de formación - Fuente: elaboración propia

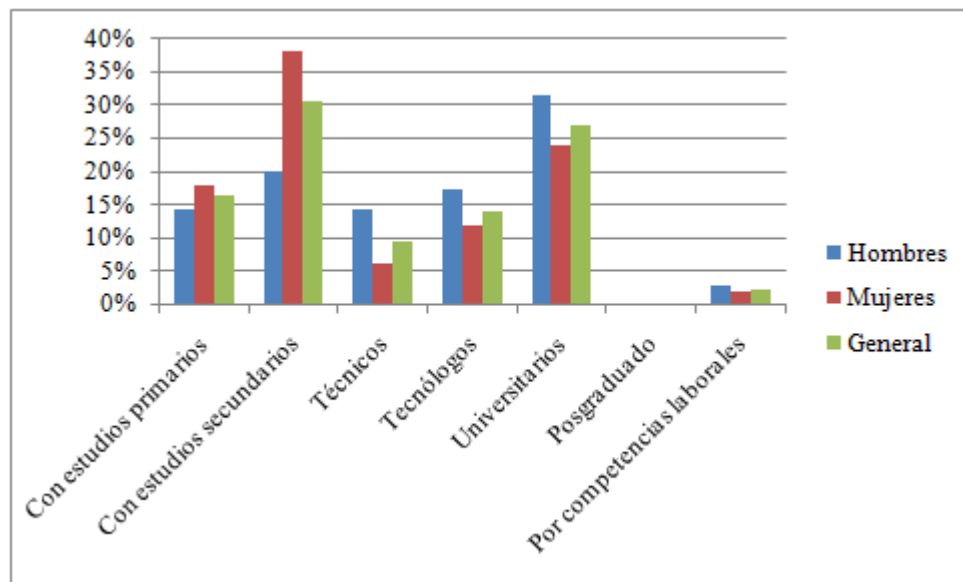


Figura 6.11: Empleados por género y nivel de formación - Fuente: elaboración propia

En la tabla 6.27 y figura 6.12, se visualiza que la mayoría de personal vinculado a los establecimientos estudiados permanece tiempo completo en su cargo, de los cuales, el 48.68 % tienen contrato a término indefinido y el 42.11 % tienen contrato a término fijo. Solo el 1.32 % de los empleados tiene contrato a término fijo, medio tiempo.

Cabe mencionar, que el total de empleados tomado para este análisis fue de 76 personas, (32 hombres y 44 mujeres), debido a que en uno de los establecimientos encuestados, la persona encargada de responder al cuestionario, no conocía el tipo de vinculación laboral de los empleados de su empresa, por lo tanto, en el análisis se dejó de lado a estas personas, nombradas en la tabla como “no contesta”.

Tipo de relación laboral	Permanente					
	Hombres		Mujeres		General	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
A término fijo	13	40,63%	19	43,18%	32	42,11%
A término indefinido	16	50,00%	21	47,73%	37	48,68%
Orden de prestación de servicios OPS	3	9,38%	3	6,82%	6	7,89%
	Medio tiempo					
A término fijo	0	0,00%	1	2,27%	1	1,32%
Total	32	100%	44	100%	76	100%

No contesta	3		6		9	
Total	35		50		85	

Tabla 6.27: Empleados por género y relación laboral - Fuente: elaboración propia

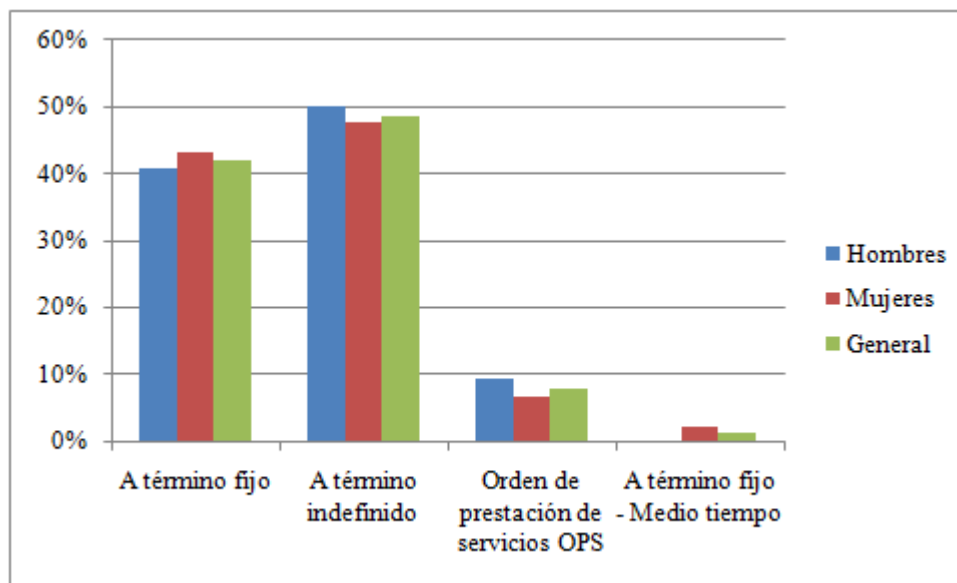


Figura 6.12: Empleados por género y relación laboral - Fuente: elaboración propia

Por otro lado, se conoció que pocas personas, miembros de una misma familia, trabajan en un mismo establecimiento, pues como lo muestra la tabla 6.28, el 17.14 % del total de hombres y el 8 % del total de mujeres son miembros de una misma familia.

Miembros de una misma familia	Frecuencia	Porcentaje
Hombres	6	17,14%
Mujeres	4	8,00%

Tabla 6.28: Empleados miembros de una misma familia - Fuente: elaboración propia

Finalmente, con relación a los empleados, se realizó una pregunta a los establecimientos dirigida a conocer la posibilidad de expansión de los servicios, que impliquen nuevas contrataciones de personal capacitado. Ante ello, solo el 27.27 % de los establecimientos respondió afirmativamente (ver tabla 6.29), quienes dado el caso, vincularían a su empresa 8 personas en total por un tiempo aproximado de un año. Estas personas probablemente serían 5 profesionales y 3 tecnólogos, lo cual aportaría con la generación de empleo en el sector (ver tabla 6.30).

Plan de expandir servicios que impliquen nuevas contrataciones de personal capacitado		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	27,27%
No	8	72,73%
Total	11	100%

Tabla 6.29: Planes de expandir servicios que implique nuevas contrataciones - Fuente: elaboración propia

Nivel de formación	Nº de empleos
Con estudios primarios	
Con estudios secundarios	
Técnicos	3
Tecnólogos	
Universitarios	5
Posgraduado	

Tabla 6.30: Numero de empleos requeridos por nuevos servicios - Fuente: elaboración propia

Capacitación de empleados

A continuación, en las tablas 6.31, 6.32 y 6.33 se presentan los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario, con respecto a los programas de capacitación realizada en los establecimientos.

Diseño de programas de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	54,55%
No	5	45,45%
Total	11	100%

Tabla 6.31: Diseño de programas de capacitación - Fuente: elaboración propia

En la tabla anterior, se visualiza que un poco más de la mitad de los establecimientos diseña programas de capacitación para sus empleados, por su parte el 45.45 % restante no lo hace, bien sea porque no asigna recursos para este tipo de actividades, porque no los considera necesario o porque sus empleados no desean asistir a capacitaciones, según lo justifican los encuestados, sin embargo, algunos de ellos envían a sus empleados a conferencias o capacitaciones realizadas por la Cámara de Comercio del Cauca, por Cotelco Capítulo Cauca o por el Sena.

Frecuencia de la capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	0	0,00%
Quincenal	0	0,00%
Mensual	3	50,00%
Trimestral	2	33,33%
Semestral	0	0,00%
Anual	1	16,67%
Otros	0	0,00%
Total	6	100%

Tabla 6.32: Frecuencia de la capacitación - Fuente: elaboración propia

Programas de capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Operación turística	4	66,67%
Informática	3	50,00%
Recursos humanos	3	50,00%
Técnicas de servicio	3	50,00%
Mercadeo, promoción y ventas	2	33,33%
Jurídica	1	16,67%
Otros - auditoría	1	16,67%
Lenguas extranjeras	0	0,00%
Coyuntura económica internacional	0	0,00%
Coyuntura económica nacional	0	0,00%
Comercio internacional	0	0,00%
Finanzas	0	0,00%
Gerencia	0	0,00%
Otros	0	0,00%

Tabla 6.33: Programas de capacitación - Fuente: elaboración propia

En la tabla 6.32 se observa que el 50 % de los establecimientos que efectivamente diseñan programas de capacitación, las realizan de manera mensual, el 33.33 % de manera trimestral y el 16.67

Finalmente, en la tabla 6.33 y figura 6.13, se visualiza que la operación turística es el principal tema de capacitación en los establecimientos, seguido de temas como recursos humanos, informática y técnicas de servicio, entre otras.

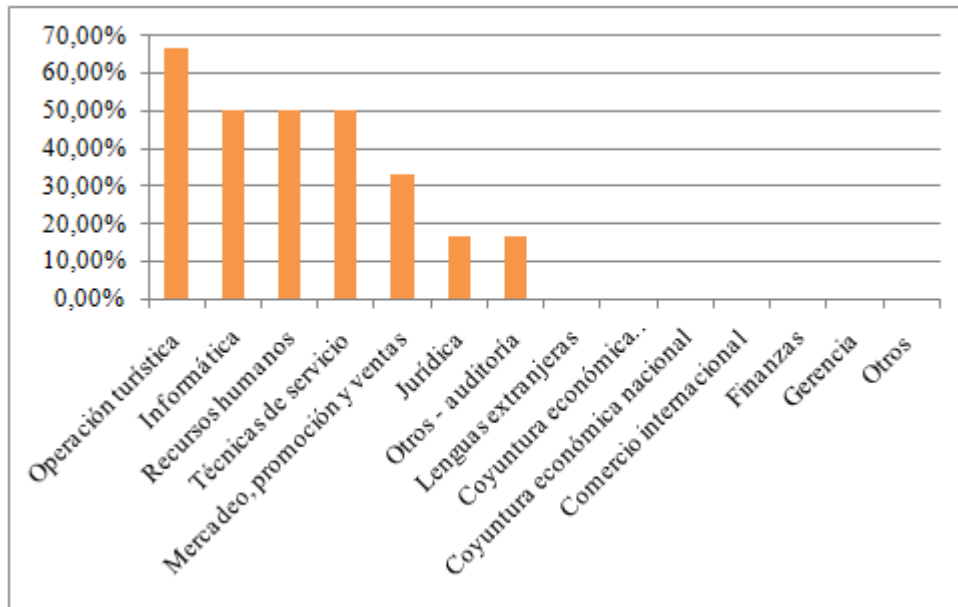


Figura 6.13: Programas de capacitación - Fuente: elaboración propia

Servicio de atención al turista y manejo de idiomas

En esta sección, se analiza el medio por el cual se conoce la opinión del huésped, así como el manejo de otros idiomas, siendo éste un elemento importante en la atención del turista.

En la tabla 6.34 y figura 6.14, se observa que el 45.45 % de los establecimientos identifican la satisfacción de sus huéspedes a través de la charla informal, por su parte el 27.27 % lo hace tanto por charla informal como por sugerencias, el porcentaje restante, lo hace por sugerencias (18.18 %) y, por encuestas y charla informal (9.09 %). Es de mencionar, que ninguno de los establecimientos encuestados lo hace solo por medio de encuestas.

Mecanismo de detección de satisfacción del usuario	Frecuencia	Porcentaje
Encuesta	0	0,00%
Charla informal	5	45,45%
Sugerencias	2	18,18%
Encuesta y charla informal	1	9,09%
Sugerencias y charla informal	3	27,27%
Otros	0	0,00%
Total	11	100%

Tabla 6.34: Mecanismo de detección de satisfacción del usuario - Fuente: elaboración propia

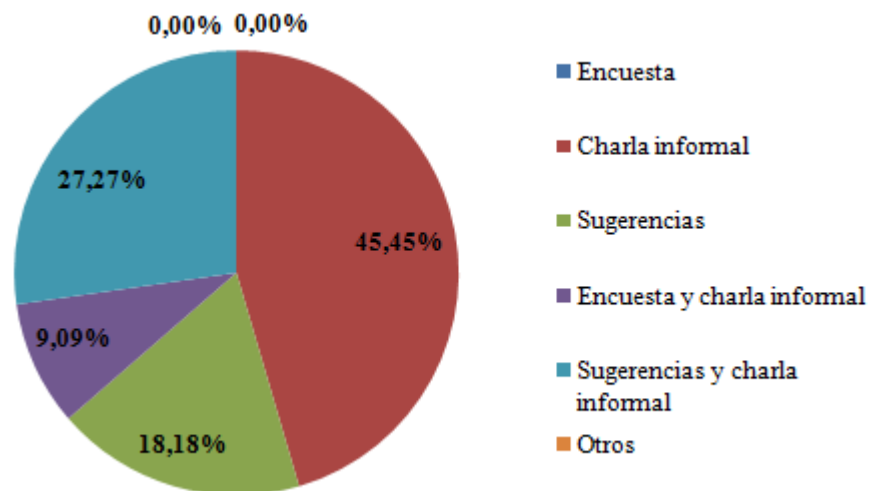


Figura 6.14: Mecanismo de detección de satisfacción del usuario - Fuente: elaboración propia

Con respecto al manejo de un idioma extranjero, las tablas 6.35 y 36 muestran que menos de la mitad de los establecimientos encuestados (45.45 %) dominan otro idioma, y solo el 18.18 % posee la señalización en otro idioma.

Es de mencionar, que el idioma tanto que dominan algunos empleados de dichos establecimientos, como el utilizado en la señalización, corresponde al idioma inglés.

Dominio de idioma extranjero	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	45,45%
No	6	54,55%
Total	11	100%

Tabla 6.35: Dominio de un idioma extranjero - Fuente: elaboración propia

Señalización en otro idioma	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	18,18%
No	9	81,82%
Total	11	100%

Tabla 6.36: Señalización del establecimiento en otro idioma - Fuente: elaboración propia

Periodo en que más se concentra la actividad, frecuencia y tipo de cliente

En la tabla 6.37, se observa que la época con mayor afluencia turística es semana santa, con un estimado de 1.018 huéspedes en la semana para 10 de los establecimientos encuestados, de los cuales el 90 % son de procedencia nacional y el 10 % internacional.

Para uno de los establecimientos encuestados, la semana, es la época más frecuente de usuarios, quien señala en conjunto con dos establecimientos más (para los que es también representativa esta época) un total de 129 huéspedes por semana.

Finalmente, es de rescatar la importancia que tiene el Congreso Gastronómico, pues dos establecimientos señalaron que también era una buena época de afluencia turística, los cuales en total hospedan aproximadamente 260 personas durante el desarrollo de este evento.

Época	Nº estimado	Procedencia Nacional	Procedencia Internacional
En semana	129	95%	5%
Fines de semana			
Vacaciones			
Feridos			
Semana Santa	1018	90%	10%
Camaval			
Navidad			
Otros	260	100%	
Especifique:	Congreso		

Tabla 6.37: Periodo en que más se concentra la actividad - Fuente: elaboración propia

Consumo promedio aproximado por cliente

La tabla 6.38 expone el consumo aproximado diario por turista considerado por cada establecimiento, el cual se encuentra oscila entre los \$40.000 y los \$160.000, y dependerá tanto de la capacidad de gasto de cada persona, como de sus preferencias y del tipo de alojamiento seleccionado.

Establecimientos hoteleros	Consumo promedio/día/cliente
Establecimiento 1	\$ 50.000
Establecimiento 2	\$ 116.000
Establecimiento 3	\$ 90.000
Establecimiento 4	\$ 40.000
Establecimiento 5	\$ 100.000
Establecimiento 6	\$ 150.000
Establecimiento 7	\$ 130.000
Establecimiento 8	\$ 160.000
Establecimiento 9	\$ 60.000
Establecimiento 10	\$ 155.000
Establecimiento 11	\$ 90.000

Tabla 6.38: Consumo promedio aproximado por cliente - Fuente: elaboración propia

Forma de pago

Con respecto a la forma de pago, en la tabla 6.39, se observa que el más frecuente en los establecimientos encuestados es de contado, bien sea como única forma de pago o en combinación con crédito y tarjeta. Solo el 9.09 % de los establecimientos emplea el crédito como su única forma de pago, debido a que posee contratos con empresas que envía su personal a hospedarse ahí.

Forma de pago	Frecuencia	Porcentaje
Contado	3	27,27%
Crédito	1	9,09%
Tarjeta	0	0,00%
Contado y crédito	3	27,27%
Contado, crédito y tarjeta	3	27,27%
Contado y tarjeta	1	9,09%
Otros	0	0,00%
Total	11	100%

Tabla 6.39: Formas de pago - Fuente: elaboración propia

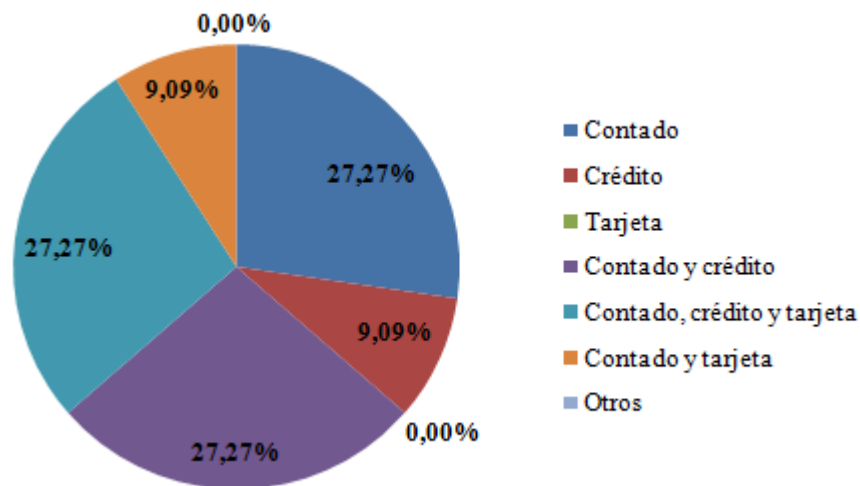


Figura 6.15: Formas de pago - Fuente: elaboración propia

Periodo de funcionamiento

El 100 % de los establecimientos encuestados trabajan todo el año, las 24 horas del día.

Mecanismos de promoción

El 27,28 % de los establecimientos hoteleros encuestados, no realizan actividades de promoción, sin embargo, el 72,72 % restante lo hacen y en ello invierten un monto aproximado de \$200.000 mensuales.

Los mecanismos de promoción más empleados son la página web y las páginas amarillas, por su parte algunos mencionaron las ruedas de negocio, la radio y el patrocinio de futbol.

Aspectos positivos que contribuyan al desarrollo turístico de la ciudad o departamento

A manera de opinión, los administradores o encargados de responder al cuestionario, señalaron algunos aspectos positivos que posee la ciudad o departamento y que contribuyen con el desarrollo turístico. Ante esta pregunta, se rescata el centro histórico de la ciudad, como el aspecto principal más frecuente en las respuestas; los eventos como las procesiones en Semana Santa y el congreso Gastronómico y la diversidad. En la tabla 6.40 se visualiza lo comentado al respecto.

Cabe aclarar que el valor total es 22 (100 %), porque se esperaban dos respuestas por cuestionario.

Aspectos positivos para el desarrollo turístico	Frecuencia	Porcentaje
Centro histórico (museos e iglesias)	7	31,82%
Eventos de la ciudad (Procesiones-Congreso Gastron)	2	9,09%
Diversidad racial (cabildos)	2	9,09%
Biodiversidad	2	9,09%
Cultura	1	4,55%
Ciudad romántica	1	4,55%
Clima	1	4,55%
Cinco premios de la UNESCO	1	4,55%
Tranquilidad	1	4,55%
Ecoturismo	1	4,55%
Promoción que hace el gobierno	1	4,55%
Conciencia de los habitantes por la riqueza	1	4,55%
A nivel departamental Patia, Salvajina y Huila	1	4,55%
Total	22	100%

Tabla 6.40: Aspectos positivos para el desarrollo turístico - Fuente: elaboración propia

Limitantes de carácter general para el desarrollo turístico de la ciudad o departamento

La principal limitante señalada por los encuestados es la seguridad, seguido del sentido de pertenencia de los habitantes de la ciudad, la infraestructura vial, entre otros, que se presentan en la tabla 6.41.

Es de mencionar, que el valor base corresponde a 22, porque se solicitaban dos limitantes por cuestionario. En este caso específico, dos de los establecimientos señalaron solo una limitante, razón por la cual en la tabla 6.41, se incluye el ítem “no responden”.

Limitantes para el desarrollo turístico	Frecuencia	Porcentaje
Seguridad	5	22,73%
Sentido de pertenencia	3	13,64%
Infraestructura vial	2	9,09%
Conocimiento del destino	1	4,55%
Visión como zona roja	1	4,55%
No hay inversión	1	4,55%
Medios de comunicación	1	4,55%
Transporte intrarregional limitado en horarios	1	4,55%
Habitantes no valoran ni venden lo que tienen	1	4,55%
Bloqueo en vías por paros	1	4,55%
Apertura de museos e iglesias por temporada	1	4,55%
Falta de autoridad gubernamental (ollas del vicio)	1	4,55%
Aeropuerto	1	4,55%
No responden	2	9,09%
Total	22	100%

Tabla 6.41: Limitantes para el desarrollo turístico - Fuente: elaboración propia

Sugerencias y observaciones

Finalmente, en el cuestionario se permitió la opinión de los encuestados para que realizaran sugerencias u observaciones con respecto a la situación actual del turismo en la ciudad. A continuación se presentan dichas apreciaciones:

- El gremio turístico debe trabajar unido para lograr sus objetivos; éste incluye al gobierno, universidades y establecimientos turísticos.
- Los habitantes de la ciudad deben tener mayor sentido de pertenencia, conocer la ciudad y saber venderla.
- Debería implementarse una cátedra sobre la ciudad de Popayán principalmente en los colegios.
- Debe mejorarse la seguridad y control de los establecimientos hoteleros ilegales; el sector hotelero está sufriendo una guerra de tarifas por la parahotelaría existente.
- Es necesario mejorar la promoción de la ciudad como destino, y ésta deberá venderse primero a los propios y luego a los visitantes.
- El gobierno debería brindar mayor apoyo en el manejo turístico y desarrollo comercial.
- Es necesario realizar otro tipo de eventos que llame la atención del propio y visitante. El turista que viene a Popayán siempre encontrará lo mismo, razón por la cual no vuelve.
- Hace falta infraestructura que permita el aprovechamiento del potencial que tiene la ciudad.
- Deberían aprovecharse los escenarios deportivos para realizar eventos y crear nuevos lugares de esparcimiento para visitantes y propios.
- En la región debe dársele mayor oportunidad al caucano en todo sentido y rescatar su cultura a través de la “semana de la cultura caucana”

6.5. Conclusiones del capítulo

En este capítulo, se llevó a cabo el análisis del subcomponente “alojamiento”, del elemento “planta turística”, de la oferta turística de la ciudad de Popayán, a partir de la aplicación de la metodología para análisis de destinos, propuesta en el capítulo 5 del presente trabajo. La finalidad de este caso aplicado fue llevar a la práctica la metodología propuesta para verificar su utilidad y retroalimentarla, pues como ya se ha mencionado, una metodología se valida con el tiempo a través del ejercicio constante. En el transcurso de la aplicación de la metodología se realizaron dos ajustes a la propuesta: el primero de ellos consistió en incluir la prueba del instrumento de recolección de información como una actividad importante en la primera etapa de la sección “fases de referencia de la metodología”, denominada “trabajo de planeación”, con el propósito de tener un instrumento entendible que cumpla con los objetivos deseados. El segundo ajuste que se realizó, implicó la reubicación de la actividad denominada “capacitación del equipo técnico”, la cual pasó de la etapa “trabajo de campo” a la de “trabajo de planeación”, en la misma sección. Para el análisis de la situación actual del subcomponente alojamiento, se decidió encuestar a aquellos establecimientos hoteleros de la ciudad de Popayán pertenecientes a Cotelco Capítulo Cauca, quienes respondieron a un cuestionario, del cual puede concluirse lo siguiente:

- Todos los once establecimientos hoteleros encuestados son formales y tienen Registro Nacional de Turismo, sin embargo, ninguno de ellos está categorizado por estrellas, ni posee certificaciones de calidad.
- El 90.91 % de los establecimientos encuestados corresponde a hoteles y el porcentaje restante a hostales.
- En conjunto los establecimientos poseen 283 habitaciones, de las cuales el 42.05 % corresponde a habitaciones sencillas y el 100 % de estas posee baño privado, agua caliente, internet WiFi y televisión por cable.
- El número de camas disponibles son en total 501, es decir, que en conjunto los establecimientos hoteleros asociados a Cotelco Capítulo Cauca están en capacidad de hospedar 501 personas.
- El porcentaje de ocupación promedio del año anterior de cada establecimiento, estuvo en su mayoría por debajo del 50 %, solo el 36.36 % logró una ocupación superior a ésta.
- Los servicios complementarios más frecuentes, ofrecidos por estos establecimientos, son: internet WiFi, servicio de lavandería, servicio a la habitación, cajilla de seguridad, restaurante y parqueadero. Con relación a los servicios para minusválidos, solo el 9.09 % lo ofrecen, por lo tanto, en la ciudad de Popayán deberá fortalecerse este, aspecto si se desea ofrecer un turismo accesible para todo tipo de turistas.
- Con respecto a la tecnología empleada, las más frecuentes son el software contable y el software para reservas, sin embargo, si se desea desarrollar en la ciudad el turismo de negocios es importante contar con acceso a tele y video conferencia, y a la traducción simultánea.
- El manejo de un idioma extranjero, especialmente del inglés, es fundamental para el desarrollo turístico de un destino, por lo tanto, en Popayán deberá impulsarse este tipo de proyectos que permita incrementar el dominio de otros idiomas, pues del total de establecimientos encuestados, el 45.45 % lo maneja y solo el 18.18 % lo emplea en su señalética.
- Finalmente, con respecto a los empleados de estos establecimientos, se concluye que en su mayoría son mujeres (58.82 %), y que en general, el nivel de formación que más prima en el total de los empleados corresponde a estudios secundarios (38.59 %).

Capítulo 7

Conclusiones y Trabajo Futuro

En este capítulo se presentan las conclusiones de toda la investigación, tanto generales como específicas correspondientes a cada capítulo, así mismo se presentan brevemente las lecciones aprendidas con el trabajo realizado y los aportes de éste, por último, se proponen trabajos futuros.

7.1. Conclusiones por capítulo

A continuación, se presentan las conclusiones obtenidas por cada uno de los capítulos de la investigación:

7.1.1. Conclusiones del estado del arte

Luego de realizar una búsqueda detallada de las palabras clave relacionadas con el tema de investigación, en inglés y en español, en diez fuentes bibliográficas relevantes, se concluye que, a pesar de que existen diferentes artículos relacionados con la temática que desarrollan una metodología de análisis de destinos turísticos propia o para un caso de estudio en específico, ninguno de ellos parte de una revisión y evaluación de las existentes para generar una propuesta metodológica como la que se obtuvo en la presente investigación, la cual tuvo como insumos tanto las diferentes metodologías halladas en la búsqueda como las características del destino-ciudad al cual va dirigido.

Así mismo, se concluye que del total de referentes encontrados en la búsqueda de palabras clave (609001) y de la búsqueda libre, solo 17 cumplen con los criterios de selección definidos, es decir, que plantean en su contenido una metodología orientada al análisis de un destino turístico. Cabe mencionar además, que a través de la búsqueda realizada se conoció que existe gran diversidad de artículos, tanto en inglés como en español, que desarrollan en su contenido diferentes temáticas relacionados con el turismo.

Finalmente, se obtuvo en este capítulo una base conceptual fundamental para el correcto desarrollo de la presente investigación.

7.1.2. Conclusiones de las metodologías de análisis de destinos

En este capítulo, se logró una compilación importante de las metodologías para análisis de destinos turísticos, elegidas luego de la revisión en detalle de los referentes seleccionados en el capítulo 2, la cual sirvió de insumo esencial para la construcción de la propuesta metodológica, objetivo principal de la presente investigación.

Esta compilación, no solo expone lo propuesto por cada autor en su metodología, sino que también genera un cuadro resumen, un análisis y la ilustración de cada metodología por medio de una gráfica.

En términos generales, con respecto a las metodologías estudiadas en este capítulo se concluye lo siguiente:

- Doce de las metodologías, han sido creadas como etapa previa a la creación de un plan turístico.
- Doce de las metodologías estudiadas, presentan una metodología clara.
- Ocho fueron extraídas de libros, ocho de artículos y las dos restantes, de artículos de tipo gubernamental.
- Siete metodologías han sido referenciadas y empleadas en casos prácticos, según la revisión realizada a lo largo de la investigación.
- Cinco de las metodologías, proponen en su contenido un instrumento o ficha para recolectar la información necesaria para el análisis.

Finalmente, es de mencionar que los elementos principales en los que se centran las metodologías para analizar un destino son los atractivos turísticos, la oferta y demanda turística.

7.1.3. Conclusiones del instrumento de evaluación de las metodologías

En este capítulo se construyó un instrumento de evaluación de los elementos, componentes y subcomponentes de la oferta turística, el cual permitió observar similitudes, frecuencias y diferencias entre las metodologías evaluadas. Este instrumento consiste en una matriz que incluye en sus columnas las metodologías a evaluar y en sus filas cada uno de los criterios o elementos base, definidos luego de hacer una revisión por los aportes de cuatro destacados autores del turismo. A través de esta revisión, se confirmó la ausencia de un consenso tanto a nivel conceptual como de composición de la oferta turística, lo cual llevó, para la presente investigación, a la construcción de un concepto de oferta y de sus elementos, componentes y subcomponentes, integrando los aportes de estos autores.

Luego de la aplicación de esta matriz, se conoció los resultados de evaluación de las dieciocho metodologías, donde se evidenció similitudes y diferencias en algunos elementos, componentes y subcomponentes de la oferta, así como también en los ítems y aspectos a evaluar de cada subcomponente.

Finalmente, es de mencionar que un elemento infaltable en el análisis de un destino es la planta turística, más específicamente, el subcomponente alojamiento, el cual tuvo el mayor porcentaje de evaluación.

7.1.4. Conclusiones de la propuesta metodológica

A través de este capítulo, se logró definir inicialmente, los niveles núcleo y avanzado de una metodología para el análisis de un destino turístico cualquiera; teniendo presente que el nivel núcleo incluye aquellos elementos, componentes y subcomponentes de la oferta turística que como mínimo deben contemplarse en una metodología, y que el nivel avanzado por su parte, comprende todos los elementos, componentes y subcomponentes que puede analizar una metodología. Cabe aclarar, que esta división por niveles se elaboró a partir de los resultados de la evaluación realizada en el 4.

Así mismo, se definió los elementos de la oferta turística a tener en cuenta en la propuesta metodológica elaborada para analizar un destino como la ciudad de Popayán, los cuales fueron divididos de igual manera en nivel núcleo y avanzado.

Por último, se obtuvo la propuesta metodológica final para análisis de destinos turísticos, la cual incluye tres secciones denominadas así: “fases de referencia de la metodología”, “modelo organizacional” y “estructura para el análisis de destinos turísticos”. La primera de ellas, define el proceso a seguir, es decir una serie de etapas para llegar al análisis del destino; la segunda por su parte, define el personal que hace parte del equipo de trabajo y sus respectivas funciones; y finalmente, la sección “estructura para el análisis de destinos”, describe los elementos, componentes y subcomponentes de la oferta turística a analizar en el destino, definiendo además, los aspectos a evaluar por cada uno de ellos.

7.1.5. Conclusiones del caso aplicado

En este capítulo, se llevó a cabo el análisis del subcomponente “alojamiento”, del elemento “planta turística”, de la oferta turística de la ciudad de Popayán, a partir de la aplicación de la metodología para análisis de destinos, propuesta en el capítulo 5 del presente trabajo.

La finalidad de este caso aplicado fue llevar a la práctica la metodología propuesta para verificar su utilidad y retroalimentarla, ya que como se ha mencionado, una metodología se valida con el tiempo a través del ejercicio constante.

En el transcurso de la aplicación de la metodología se realizaron dos ajustes a la propuesta: el primero de ellos consistió en incluir la prueba del instrumento de recolección de información como una actividad importante en la primera etapa de la sección “fases de referencia de la metodología”, denominada “trabajo de planeación”, con el propósito de tener un instrumento entendible que cumpla con los objetivos deseados. El segundo ajuste que se realizó, implicó la reubicación de la actividad denominada “capacitación del equipo técnico”, la cual pasó de la etapa “trabajo de campo” a la de “trabajo de planeación”, en la misma sección.

Para el análisis de la situación actual del subcomponente alojamiento, se decidió encuestar a aquellos establecimientos hoteleros de la ciudad de Popayán pertenecientes a Cotelco Capítulo Cauca, quienes respondieron a un cuestionario, del cual puede concluirse lo siguiente:

- Todos los once establecimientos hoteleros encuestados son formales y tienen Registro Nacional de Turismo, sin embargo, ninguno de ellos está categorizado por estrellas, ni posee certificaciones de calidad.
- El 90.91 % de los establecimientos encuestados corresponde a hoteles y el porcentaje restante a hostales.
- En conjunto los establecimientos poseen 283 habitaciones, de las cuales el 42.05 % corresponde a habitaciones sencillas, y el 100 % de estas posee baño privado, agua caliente, internet WiFi y televisión por cable.
- El número de camas disponibles son en total 501, es decir, que en conjunto los establecimientos hoteleros asociados a Cotelco Capítulo Cauca encuestados están en capacidad de hospedar 501 personas.
- El porcentaje de ocupación promedio del año anterior de cada establecimiento, estuvo en su mayoría por debajo del 50 %, solo el 36.36 % logró una ocupación superior a ésta.
- Los servicios complementarios más frecuentes, ofrecidos por estos establecimientos, son: internet WiFi, servicio de lavandería, servicio a la habitación, cajilla de seguridad, restaurante y parqueadero. Con relación a los servicios para minusválidos, solo el 9.09 % lo ofrecen, por lo tanto, en la ciudad de Popayán deberá fortalecerse este aspecto, si se desea ofrecer un turismo accesible para todo tipo de turistas.
- Con respecto a la tecnología empleada, las más frecuentes son el software contable y el software para reservas, sin embargo, si se desea desarrollar en la ciudad el turismo de negocios es importante contar con acceso a tele y video conferencia, y a la traducción simultánea.
- El manejo de un idioma extranjero, especialmente del inglés, es fundamental para el desarrollo turístico de un destino, por lo tanto, en Popayán deberá impulsarse este tipo de proyectos que permitan incrementar el dominio de otros idiomas, pues del total de establecimientos encuestados, el 45.45 % lo maneja y solo el 18.18 % lo emplea en su señalética.
- Finalmente, con respecto a los empleados de estos establecimientos, se concluye que en su mayoría son mujeres (58.82 %), y que en general, el nivel de formación que más prima en el total de los empleados corresponde a estudios secundarios (38.59 %).

7.2. Conclusiones generales

Retomando la hipótesis planteada en el capítulo 1 de la presente investigación: *Es posible plantear una propuesta metodológica de análisis de destinos turísticos adaptada a partir de metodologías existentes para ciudades como Popayán*, se logró proponer una metodología para análisis de destinos turísticos, a partir de las 18 metodologías evaluadas en el capítulo 4 y del perfil del destino-ciudad definido, alcanzando con esta el objetivo general de la investigación.

Dichas metodologías, se obtuvieron luego de la revisión bibliográfica realizada en el capítulo 2, en la que se estudiaron 6.286 referentes y se llegó a 17 de interés que permitieron el acceso a las 18 metodologías, las cuales fueron descritas y analizadas en el capítulo 3 y evaluadas en el capítulo 4, por medio de una matriz como instrumento de evaluación, la cual permitió el análisis de los elementos, componentes, subcomponentes y aspectos a evaluar, cumpliendo de esta manera con los objetivos 1, 2 y 3 de la investigación, definidos en el capítulo 1.

Finalmente, una vez se obtuvo la propuesta metodológica, se llevo a cabo un caso aplicado para el subcomponente “alojamiento” de la oferta turística de la ciudad de Popayán, en el cual se logró una primera prueba y retroalimentación de dicha metodología, logrando finalmente, los objetivos 4 y 5 de la investigación.

7.3. Aportes de la investigación

- El principal aporte de esta investigación, es la propuesta metodológica para el análisis de destinos turísticos similares a la ciudad de Popayán, la cual, representa una herramienta de análisis, no solo para la ciudad sino para otros destinos semejantes clasificados como centros subregionales o para aquellos que cumplan con el perfil descrito en el capítulo 5 de este trabajo.
- Con la aplicación de la metodología de análisis de destinos turísticos a la oferta turística de la ciudad de Popayán, específicamente al subcomponente alojamiento, se obtuvo información relevante relacionada con la situación actual de los establecimientos hoteleros asociados a Cotelco Capítulo Cauca, la cual sirve de base para la posible toma de decisiones tanto desde la misma asociación como desde otros entes regionales.
- Por otro lado, se obtuvo una base conceptual importante de la oferta turística y sus componentes, así como de las 18 metodologías para análisis de destinos turísticos seleccionadas y compiladas por la investigación, lo cual, permite un referente de consulta relevante para esta área de estudio.

7.4. Lecciones Aprendidas

A continuación, se presentan algunas apreciaciones personales del trabajo realizado:

- El acceso a fuentes bibliográficas (bases de datos y bibliotecas), es un aspecto esencial en el desarrollo de una investigación de este tipo, debido a la importancia que tiene la revisión de referentes para la construcción de la propuesta metodológica.
- La búsqueda en dichas fuentes debe realizarse por palabras clave bien definidas relacionados con el tema de investigación, de igual manera, el manejo de otro idioma, especialmente del inglés, contribuye con el desarrollo exitoso de esta etapa.
- Como etapa previa al desarrollo de una investigación, debe adquirirse una buena base de conocimientos relacionados con la temática, que permitan el correcto desarrollo de la misma. Para este caso en específico, fue necesario estudiar en detalle la teoría turística.

- Es necesario contar con herramientas tecnológicas para el registro, manejo y sincronización de la información, así como para el respaldo de la misma, para evitar posibles pérdidas.
- Tanto el análisis de un destino turístico como la planeación y gestión del mismo, requiere de la participación y colaboración de los diferentes actores del sector turismo en todo sentido. Se debe intentar garantizar un trabajo conjunto que beneficie a todo el sector o gremio teniendo claro los objetivos fijados para el destino.
- Ante la falta de participación de alguna de las fuentes de información, definidas para posibles casos aplicados, deberá contarse con alternativas de solución que permitan continuar con el proceso y desempeño del proyecto.
- La opinión de los prestadores de servicios turísticos es importante, porque están en constante contacto con el turista, por lo tanto, en cualquier destino deberán generarse espacios para que éstos den sus opiniones respecto al sector o a alguna problemática específica.

7.5. Trabajos Futuros

Con respecto trabajos futuros se considera lo siguiente:

- Analizar la oferta turística de la ciudad de Popayán en más componentes o en su totalidad, siguiendo la metodología para análisis de destinos turísticos, propuesta en la presente investigación, es decir, analizar más elementos de la oferta turística mencionados en la sección de la metodología propuesta, denominada estructura para el análisis de destinos turísticos.
- Realimentar la metodología propuesta, a partir de la aplicación de ésta en otros destinos que cumplan con el perfil de del destino-ciudad al cual fue dirigida.
- Ampliar la propuesta metodológica para análisis de destinos turísticos obtenida en la presente investigación, que incluya la demanda turística y los atractivos turísticos.

Referencias

- Aburrá (Área-Metropolitana-del-Valle-de. (2008). Plan de desarrollo turístico valle de aburrá 2008-2015.
- Acerenza, M. (2004). *Marketing de destinos turísticos*. Trillas.
- Acerenza, M. (2006). *Política turística y planificación del turismo*. México: Trillas.
- Acerenza, M. (2008). *Gestión municipal del turismo*. México: Trillas.
- Alarcón, N. H., y Núñez, J. I. (2006). Análisis de la industria de alojamiento turístico de la ciudad de puerto varas, chile. (spanish). *Panorama Socioeconómico*, 24(32), 24 - 35. Disponible en <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=21546959&lang=es&site=ehost-live>
- Alcaldía de Popayán. (2011). Plan Integral Único PIU 2011-2014 para la atención a población en situación de desplazamiento forzado ubicado en el municipio de Popayán - Departamento del Cauca.
- Aledo Tur, A., Ortiz Noguera, G., García Andreu, H., y cols. (2008). Análisis estructural del sistema turístico residencial en la costa blanca.
- Aledo Tur, T., Antonio; Mazón Martínez. (1998). Analisis y metodologia para el estudio del sector turistico de una comarca: Elcaso del bajo segura (alicante). *Estudios Turísticos*(137), 55-66.
- Alonso Ferreras, V. H. (2009). *Un modelo integral para evaluar la competitividad de destinos turísticos basado en la identificación e integración de factores críticos de éxito*. Universidad Palmas de Gran Canaria. Disponible en <https://www.educacion.es/teseo/mostrarRef.do?ref=875799>
- Asociación ODEBRECHT Perú. (2010). Análisis de demanda y oferta actual y potencial de productos turísticos sostenibles en el Área de influencia de los tramos 2 y 3 del corredor vial interoceánico sur (cvis).
- Avramoski, M., y Ismaili, R. (2012). Leisure tourist offer as a component of competitive advantage in the situation of changing environment case of ohrid tourist region. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 44(0), 62 - 69.
- Baños Castiñeira, C. J. (1999). Modelos turísticos locales. análisis comparado de dos destinos de la costa blanca. *Investigaciones geográficas*, 35-57.
- Barrera Perez, O. D. (2004). *El sector turístico en nicaragua: actualidad y posibilidades de desarrollo*. Universidad Córdoba. Disponible en <https://www.educacion.es/teseo/mostrarRef.do?ref=372135>
- Batista Matamoros, C. R., Ronda Pupo, G. A., Torres Domínguez, Y., y Escalona Betancourt, R. (2013). Evaluación de la visión y las expectativas de los actores de un destino turístico. caso de estudio destino holguín, cuba. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(2), 235 - 250.
- Bercial, R. Á., y Timón, D. A. B. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de turismo*(15), 27-44.
- Blanco M., M. (2007). Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio. *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA*.
- Blas, X. P. de, y Jorquera, I. L. (2008). Un modelo de análisis de destinos turísticos: Los cantones de golfito y limón en costa rica. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, 9(16), 147-167.
- Boullón, R. (2003). *Los municipios turísticos* (Vol. 2ª ed). México: Trillas.

- Briassoulis, H. (2003). Crete endowed by nature, privileged by geography, threatened by tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2/3), 97 - 115.
- Castrillón Muñoz, A. J. (2010). *El desarrollo turístico del departamento del cauca (colombia). una visión desde la academia*. Popayán: Editorial Universidad del Cauca.,
- Cauca., G. del. (2012). Plan de desarrollo turístico para el departamento del cauca. *Consultores en Turismo DT*.
- Clavé, S., González, F., Sunyer, N., Donaire, J., Galacho, B., Hernández, M., y cols. (2005). *Planificación territorial del turismo* (UOC ed.). Barcelona.
- Cobo, B. N. (2011). La gestión sostenible y su comunicación en el sector hotelero de la ciudad de Málaga. *Revista Prisma Social*(6), 1 - 32.
- Coccosis, H., y Constantoglou, M. (2008). The use of typologies in tourism planning: Problems and conflicts. En *Regional analysis and policy* (p. 273-295). Physica-Verlag HD.
- Colombia. (2012). *Ley 1558. por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones*. Colombia.
- Companioni, C. J. C. H., Falcón, C. M. C., Pereira, C. G., y Sánchez, C. M. A. (2007). El destino jardines del rey ante los retos de las tendencias turísticas en la actualidad. *Retos Turísticos*, 6(1), 2 - 6.
- Consulting, T. . L. E. (2008, Mayo). Análisis diagnóstico general del turismo en panamá.
- Cosma, S. A., Negrusa, A., y Dumbrava, P. (2007). Analyze of tourist destination cluj- napoca, romania. *The Business Review, Cambridge*, 8(1), 245-251.
- Costa, J., Salazar, A., Montenegro, M., y Gomes, J. (2010). How can tourist destinations become more competitive. what key tools can be used to achieve this aim? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2(4), 455-457.
- Costa Mielke, E., y Do Nascimento Mielke, D. (2011). El diagnóstico estratégico participativo y ponderado - depp: Estudios de cuatro casos de aplicación en proyectos de turismo comunitario en brasil. (spanish). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(1), 75 - 89. Disponible en <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=73943669&lang=es&site=ehost-live>
- Cracolici, M. F., y Nijkamp, P. (2009). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of southern italian regions. *Tourism Management*, 30(3), 336 - 344.
- Cracolici, M. F., Rietveld, P., y Nijkamp, P. (2006). Assessment of tourist competitiveness by analysing destination efficiency. *SSRN Working Paper Series*.
- Darabos, F. (2011). The tasks of touristical management in the countryside of the small hungarian plain. *International Journal of Management Cases*, 13(3), 616 - 621.
- Ejarque, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito. diseño, creación gestión y marketing*. (E. Pirámide., Ed.). España.
- Fernández, V. R., y Porras, O. A. (1995). *La planificación del turismo en las entidades territoriales*. Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Fernández-Fuster, L. (1980). *Teoría y técnica del turismo tomo 2*. Editora Nacional.
- Ferreira-Lopes, S. D., y Silva, J. A. V. da. (2011). Análisis estratégico de la oferta turística portuguesa. el análisis de importancia-valoración (ipa). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(5), 997 - 1008.
- Ferrer, J. R. G. (2008). Dimensiones de la oferta complementaria en el destino turístico de holguín desde la perspectiva de los clientes. *Retos Turísticos*, 7(1/2), 11 - 15.
- Ferreras, V. H. A. (2010). Factores críticos de éxito y evaluación de la competitividad de destinos turísticos. *Estudios y en Turismo*, 19(2), 201 - 220.
- Flores Ruiz, D. (2007). Análisis de la oferta y la demanda turística del parque natural sierra de aracena y picos de aroche.
- Forero Madero, G. P. (2008). Diagnóstico de los atractivos turísticos de la parroquia balsapamba y propuestas para mejorar la actividad turística del destino.
- Franco-Maass, S., Osorio-García, M., Nava-Bernal, G., y Regil-García, H. H. (2009). Evaluación multicriterio

- de los recursos turísticos: Parque nacional nevado de toluca méxico. *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos*, 18(2), 208-226. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180714240006>
- Fuentes Moraleta, L. (2009). *Modelo de análisis de los destinos turísticos: interpretación de los recursos tangibles, intangibles y del capital intelectual*. Universidad Antonio de Nebrija. Disponible en <https://www.educacion.es/teseo/mostrarRef.do?ref=836772>
- Gabor, M. R., Contiu, L. C., y Oltean, F. D. (2012). A comparative analysis regarding european tourism competitiveness: emerging versus developed markets. *Procedia Economics and Finance*, 3(0), 361 - 366.
- Gallego, J., y A., P. (s.f.). La estructura de los sistemas turísticos. atractores y sistema de apoyo.
- García Huerta, J. R., De León, M. L. M., y Matellán, E. D. (2004). Varadero. situación actual y proyecciones. (spanish). *Retos Turísticos*, 3(2), 1. Disponible en <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=18429051&lang=es&site=ehost-live>
- Gobernación del Cauca. (2012a). *Plan de desarrollo departamental 2012 2015 cauca: todas las oportunidades*. Popayán, Colombia.
- Gobernación del Cauca. (2012b). *Plan de desarrollo departamental 2012 2015 Cauca: todas las oportunidades*. Popayán, Colombia.
- Gomezelj, D. (2006). Competitiveness of slovenia as a tourist destination. *Managing Global Transitions*, 4(2), 167-189.
- Gómez Salgado, D. M. (2012). Impulso a las prácticas de turismo con base local y negocios inclusivos turísticos en el marco de una gestión efectiva de los destinos a lo largo de qhapac-Ñan o camino principal andino - análisis de la oferta turística.
- González, R. G. (2007). Metodología para establecer orden de prioridad de intervención en un centro histórico con vista a su desarrollo turístico. *Retos Turísticos*, 6(2), 9 - 13.
- Griffin, T., y Edwards, D. (2012). Importance performance analysis as a diagnostic tool for urban destination managers. *Anatolia: An International Journal of Tourism & Hospitality Research*, 23(1), 32 - 48.
- Guevara Samacá, B. M. (2006). *Plan estratégico para el sector empresarial turístico del departamento del amazonas*. Bogotá D. C: UNIVERSIDAD DE LA SALLE.
- Hernández-Díaz, E. (1982 (reimp. 2009)). *Planificación turística: un enfoque metodológico*. México: Trillas.
- Hortúa, L., Laura; Mulcué. (2012). *Inventario turístico del municipio de popayán*. Tesis Doctoral no publicada, Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, Popayán.
- Instituto Geográfico Agustín Codazzi IGAC. (2006). *Cauca: Características geográficas*. Bogotá.
- Jayawardena, C., y Ramajeessingh, D. (2003). Performance of tourism analysis: A caribbean perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(3), 176-179.
- Korunovski, S., y Marinoski, N. (2012). Cultural tourism in ohrid as a selective form of tourism development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 44(0), 104 - 113.
- Kresic, D. (2008). Index of destination attractiveness (ida): a tool for measuring attractiveness of tourism destination. En (p. 1812-1826). Zagreb, Croatia, Zagreb: University of Zagreb, Faculty of Economics and Business.
- LAZZARI, L., MOULIÁ, P., Fernandez, M. J., CHIODI, J., Chelmicki, F., Chiodi, M., y cols. (2012). Análisis de los destinos turísticos elegidos por los jóvenes en verano 2009. *Cuadernos del CIMBAGE*(12).
- López, R., y Laura, M. (2007). Análisis del funcionamiento del sistema turístico de la ciudad de quito, república del ecuador.
- López-Guzmán, T., Borges, O., y Cerezo López, J. M. (2012). Análisis de la oferta y demanda turística en isla de sal, cabo verde. *ROSA DOS VENTOS*, 4(4).
- López-Bonilla, J. M., y López-Bonilla, L. M. (2010). Tourism planning in sub-regional destinations: Heterogeneity of the tourist experience on the andalusian coastal municipalities. *European Planning Studies*, 18(11), 1821 - 1836.

- López-Bonilla, J. M., López-Bonilla, L. M., y Sanz-Altamira, B. (2010). Designated public festivals of interest to tourists. *European Planning Studies*, 18(3), 435 - 447.
- Manente, M. (2008). Gestión de destinos y antecedentes económicos: definición y supervisión de destinos turísticos locales. En *Conferencia internacional de turismo*.
- Markovic, T., A., y M.Sc. (2010). Tourism planning: Contribution of tourism to socio-economic development of montenegro. *Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry*, 1289-1304.
- Martínez Calderón, A., y Escalona Ulloa, M. (2012). La gestión turística municipal en el archipiélago de chiloé. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(3), 621 - 645.
- Mathieson, A., y Wall, G. (1982). *Tourism: economic, physical and social impacts*. London: Longman.
- Mazaro, R. M., y Varzin, G. (2008). Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *RAC - Revista de Administração Contemporânea*, 12(3), 789 - 809.
- Mendoza Alvear, G. P. (2012). *Análisis del sector turismo en cartagena como elemento de internacionalización de la ciudad*. Bogotá.
- Merinero Rodríguez, R., y Pulido Fernández, J. I. (2009). Desarrollo turístico y dinámica relacional. metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*(23), 173-193.
- Milagres, V. R., y Souza, L. Barbosa e. (2012). Observando la comunidad local y su involucramiento con el turismo. un abordaje perceptivo sobre el paisaje del distrito taquaruçu, palmas-to, brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, 1609 - 1629.
- Mincomercio. (2011). Asistencia técnica en planificación del turismo.
- Mincomercio. (2012a). *Boletín del ministerio de comercio, industria y turismo* (Inf. Téc.). Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - MinComercio.
- Mincomercio. (2012b). *Informe turismo septiembre 2012* (Inf. Téc.). Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - MinComercio.
- Molina, S. (1997). *Turismo metodología para su planificación*. México: Trillas: Universidad Anáhuac.
- Moreno, O. C. M., Andrade, J. G. R., y Romero, M. G. V. (2010). Oferta y competitividad turística del poblado de popotla y su impacto en el desarrollo local. *Revista Internacional Administración & Finanzas (RIAF)*, 3(3), 91 - 102. Disponible en <http://search.ebscohost.com/login.aspx>
- Moreno Melgarejo, A. (2011). La planificación y gestión de los destinos turísticos arqueológicos: Propuesta de un modelo de gestión integral de destino a partir del análisis comparativo de estudios de caso en pompeya (italia), angkor (camboya) y machu picchu (perú).
- Muñoz Mazón, A. (2009). *Modelo de evaluación relacional para sistemas turísticos. una propuesta de análisis del capital social en destinos*. Universidad Antonio de Nebrija. Disponible en <https://www.educacion.es/teseo/mostrarRef.do?ref=839925>
- Nadiri, H., y Hussain, K. (2005). Diagnosing the zone of tolerance for hotel services. *Managing Service Quality*, 15(3), 259-277.
- Narváez, M., y Fernández, G. (2009). Indicadores de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad; un análisis aplicado a la península de paraguana. *Análisis de Coyuntura*, 1793.
- Oliver, M. P. A., Esteban, L. P., Merchante, n. M., y Devesa, M. J. S. (2012). La incidencia del destino turístico en la eficiencia y la productividad de las empresas hoteleras el caso de españa y los hoteles de la comunidad de madrid. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(1), 159 - 179.
- Organization, W. T. (2001). *General guidelines for developing the tourism satellite account (tsa)* (M. T. Supply, Ed.). World Tourism Organization (UNWTO).
- Ortigueira, L., y Gómez-Selemeneva, D. (2012). Innovation in tourist management through critical success factors: A fuzzy map. En *Soft computing in management and business economics*. Springer Berlin Heidelberg.
- Ortiz, L. E. M., Sánchez, C. L. C., y Jiménez, C. R. F. (2006). Modelo de gestión para el desarrollo sostenible en destinos turísticos. *Retos Turísticos*, 5(2/3), 13 - 18.

- Otero Cordones, C. (2003). *Evaluación de la calidad de destinos turísticos de sol y playa: una aplicación a la costa del sol*. Universidad de Málaga. Disponible en <https://www.educacion.es/teseo/mostrarRef.do?ref=286179>
- Pascarella, R., y Filho, J. R. F. (2010a). Competitividad de los destinos turísticos. modelo de evaluación basado en las capacidades dinámicas y sus implicancias en las políticas públicas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(1), 1 - 17.
- Pascarella, R., y Filho, J. R. F. (2010b). Competitividad de los destinos turísticos. (spanish). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(1), 1 - 17. Disponible en <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=54320152&lang=es&site=ehost-live>
- Peña-Cortés, F., Hermosilla, K., Escalona-Ulloa, M., Rebolledo, G., y Gutiérrez, M. (2010). Diagnóstico del sistema turístico en la cuenca del lago ranco. *Revista LIDER*, 16, 159 - 171.
- Pedersen, A. (2005). *Gestión del turismo en sitios del patrimonio mundial: Manual práctico para administradores de sitios del patrimonio mundial*. Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO.
- Popayán, A. de. (2011). Plan integral Único, piu2011-2014 para la atención a población en situación de desplazamiento forzado ubicado en el municipio de popayán departamento del cauca.
- Pérez Garnica, F. (2011). *Evaluación del potencial turístico de barra de copalita, municipio de san miguel del puerto, oaxaca*. Bahías de Huatulco, Oaxaca: Universidad del Mar.
- Pritchard, M. P., y Havitz, M. E. (2006). Destination appraisal: An analysis of critical incidents. *Annals of Tourism Research*, 33(1), 25 - 46.
- Pupo, G. H. (2006). El batey azucarero como atractivo turístico, un caso de estudio en camagüey. *Retos Turísticos*, 5(1), 32 - 36. Disponible en <http://search.ebscohost.com/login.aspx>
- Quesada Castro, R. (2010). *Elementos de turismo. teoría, clasificación y actividad*. San José, Costa Rica: EUNED.
- Rivero, M. S., y Caldera, M. A. F. (2004). La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. aplicación a los municipios extremeños. *I Jornada de Economía del Turismo, Palma de Mallorca*.
- Rodrigues, L., y Carrasqueira, H. (2011). Análisis del desempeño competitivo de los destinos turísticos balnearios. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(4), 855 - 875.
- Said, H. M., y Pegah, A. (2011). An exploratory study on a potential ecotourism destination in kampung merchong, mukim bebar, pekan, pahang. *UNITAR e-Journal*, 7(1), 1 - 14.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo Madrid.
- Sarralde, J. L. (2012, Noviembre). *El turismo mundial crece un 4 por ciento de enero a agosto de 2012, según la omt*. Disponible en <http://guias-viajar.com/viajes-turismo-mundo/omt-barometro-turismo-mundial-abril-2011/>
- Sarria L., L., González, M., y Muñoz, M. (2000). *Plan de desarrollo turístico sostenible para el municipio de popayán* (Inf. Téc.). Popayán: Universidad del Cauca.
- Sarria López, L. F., González Rojas, M. L., y Muñoz Cedeño, M. Y. (2000). *Plan de desarrollo turístico sostenible para el municipio de popayán*. Popayán: Universidad del Cauca.
- Schulte, S. (s.f.). Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo Santiago de Chile: CEPAL: Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social-ILPES, Dirección de Proyectos y Programación de Inversiones. *SERIE manuales*, 115.
- Sectur. (2005). *Integración de agrupamientos turísticos competitivos "clusters turísticos"* (Inf. Téc.). México: Secretaría de Turismo SECTUR.
- Shan, B. Y., y Marn, J. T. K. (2013). Perceived critical success factors (csfs) for the tourism industry of penang island: a supply perspective. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business*, 4(9), 495-510.
- Sobral, F., Peci, A., y Souza, G. (2007). An analysis of the dynamics of the tourism industry in brazil: challenges and recommendations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 507-512.

- Tourism & Leisure Europraxis Consulting. (2008). Análisis diagnóstico general del turismo en panamá.
- Tsitsiloni, M., Grigoroudis, E., y Zopounidis, C. (2013). Service quality evaluation in the tourism industry: A swot analysis approach. En *Optimization theory, decision making, and operations research applications* (Vol. 31, p. 249-266). Springer New York.
- Turismo DT, C. en. (2012). *Plan de desarrollo turístico para el departamento del cauca*. Popayán: Gobernación del Cauca.
- Uribe Uran, A. P., y Soza, A. R. M. (2010). Tic, asociatividad y turismo, tres factores unidos para potenciar el caribe colombiano. *Cuadernos de Administración*, 26(43), 129 - 137.
- Valencia, J. (s.f.). *Infraestructura turística*.
- Valeria, M., y Montaguti, F. (2010). Assessing istanbul competitiveness: a multidimensional approach. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 228-240.
- Vignati, F. (2009). *Gestión de destinos turísticos: Cómo atraer personas a polos, ciudades y países*. México: Trillas.
- Vila, N. A., Brea, J. A. F., y Carril, V. P. (s.f.). *Contabilidad y Negocios*(13).
- Vlahovic, S. (2010). Destinations' competitiveness in modern tourism. *Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry*, 1332-1348.
- Wallingre, N. (2011). El desarrollo de un nuevo destino turístico el caso de la ciudad de villa elisa, argentina. *Anuario Turismo y Sociedad*, 12, 235-259.
- Yu, L., y Huimin, G. (2005). Hotel reform in china: A swot analysis. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2), 153-169.