



Indicadores de vocación turística para empresas y destinos.

Luis Felipe Sigüenza Acevedo

Red de investigadores Turísticos ICT / Tecuani Expertos en Turismo y Cultura

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



gto
orgullo y
compromiso
de todos

Secretaría
de Turismo

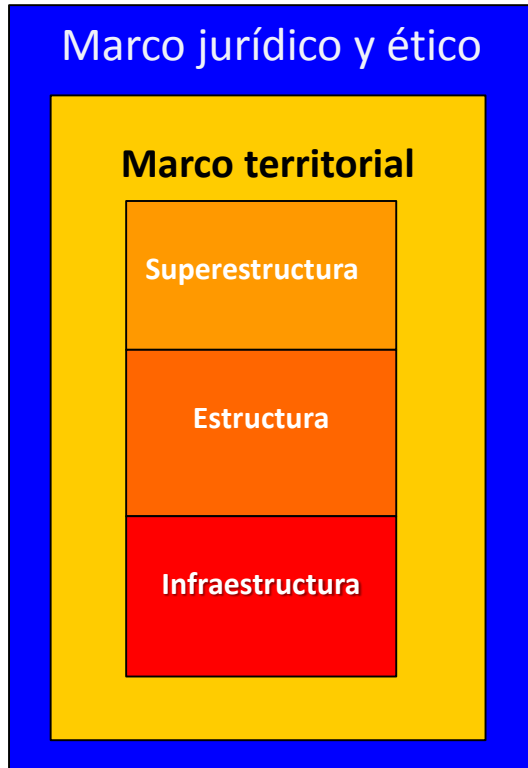
ICTUR
INSTITUTO DE
COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

TECUANI
Expertos en Turismo y Cultura S.C.

Retos del levantamiento estadístico de los observatorios:

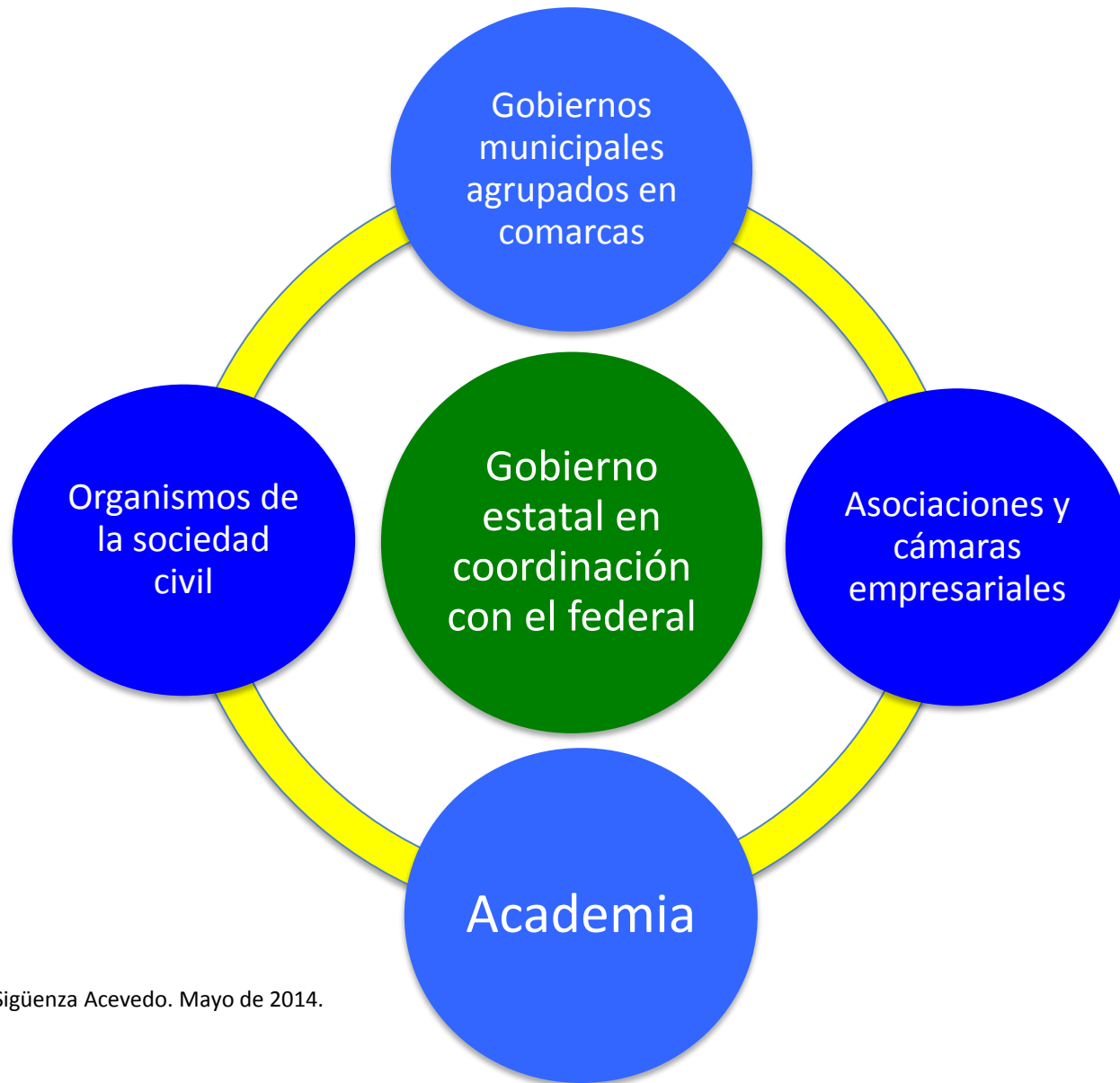
- ¿A quién observan?
- Registros de servicios voluntarios, incompletos, parciales, condicionados...
- Participación incierta de asociaciones, municipios, academia y sociedad.
- Falta de parámetros para identificar y valorar lo turístico...
- Criterios de valoración contrastantes.
- Criterios de medición discutibles.

Sistematización de datos:

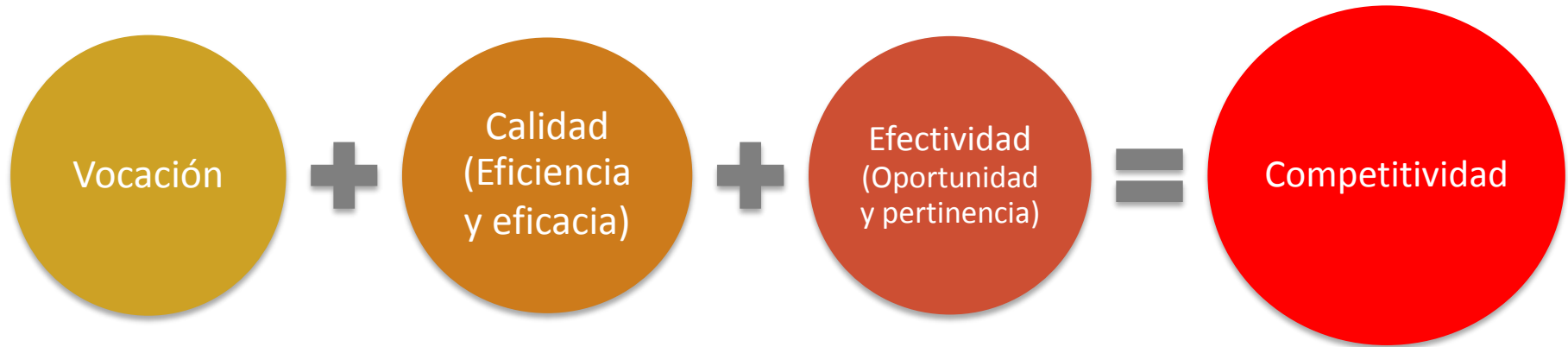


Fuente: elaboración propia.
Tecuani Expertos en Turismo y Cultura, S.C.

Coordinación de actores institucionales de la superestructura del sistema turístico, en el modelo de gestión responsable:



Condicionantes de la competitividad turística



Los condicionantes cumplimentan tres estrategias básicas:

- Enfoque al cliente (el viajero) por segmentos o líneas de negocio.
- Diferenciación del producto turístico.
- Los mejores costes posibles.

Elaboró: Luis Felipe Sigüenza Acevedo / Mayo de 2014. Fuentes consultadas: Asociación Española por la Calidad / Elenice Monteiro Leite: "Indicadores de calidad: eficiencia, eficacia y efectividad social" (Presentación realizada en el Seminario – taller. Calidad Educativa e Institucional en Formación Profesional. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación. Buenos Aires, Argentina, 17 de noviembre de 2003) Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

La vocación se desprende de la conciencia que se tiene al constituir una oferta turística hospitalaria y responsable:



Accesibilidad multidimensional en el turismo



Accesibilidad
informativa



Accesibilidad
física



Accesibilidad
comercial



Accesibilidad
jurídico
administrativa



Accesibilidad
psicosocial



Accesibilidad
interpretativa



Accesibilidad
emocional

Se requieren de las siete condiciones de accesibilidad
para garantizar la competitividad en el mercado turístico



Indicadores de vocación de los destinos turísticos:

Las empresas prestadoras de servicios turísticos deben coadyuvar para:



Organizarse y colaborar activamente con el resto de los actores turísticos del destino: gobierno, empresas, academia y sociedad.



Dar múltiples garantías de accesibilidad y por lo tanto aseguran consumos turísticos altamente satisfactorios.



Cuidar la calidad de sus servicios y que sus equipamientos e instalaciones funcionen adecuadamente.



Ser responsables en lo social, lo cultural y lo ambiental y seguir el código ético del turismo.

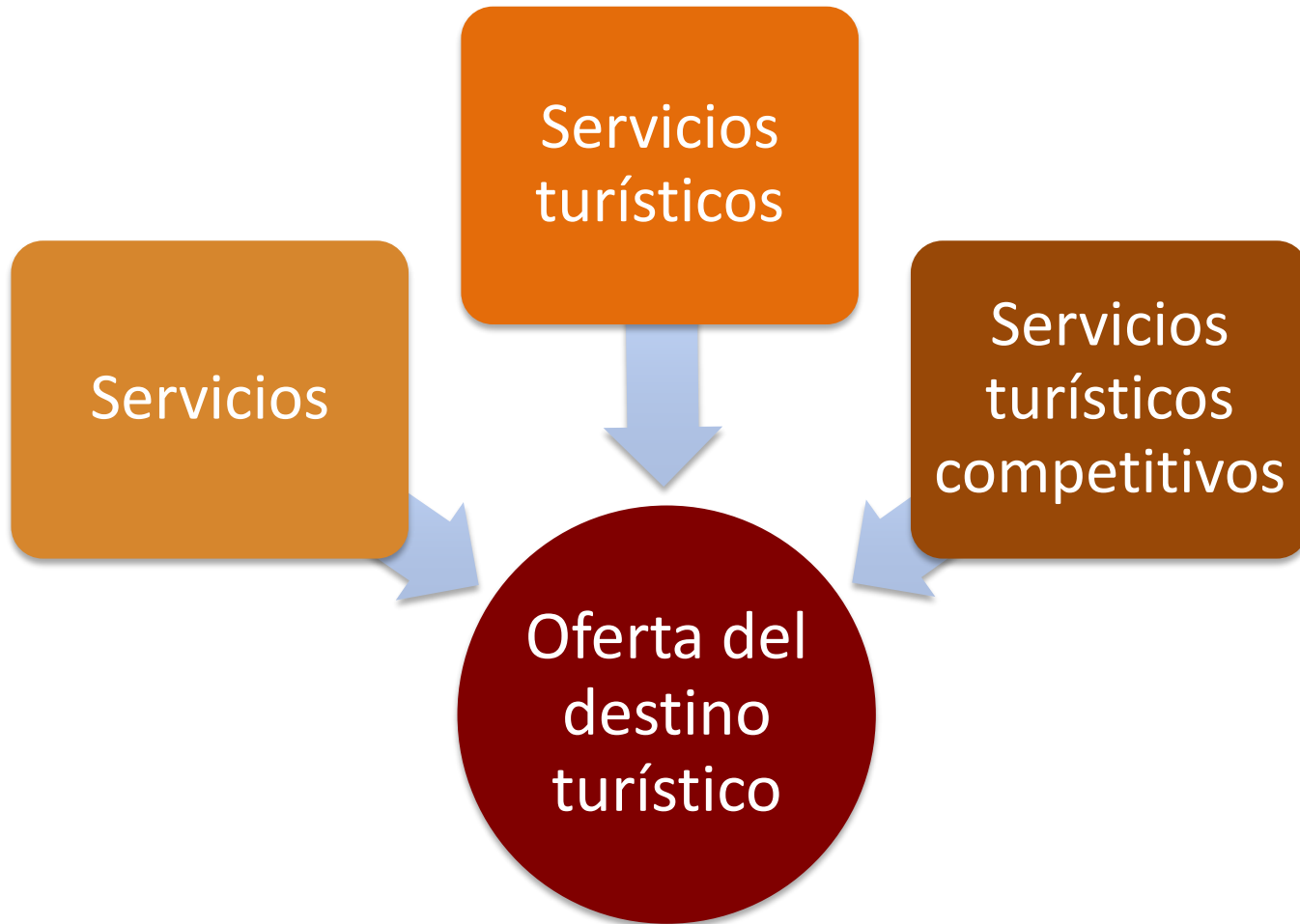


Ser conscientes de los valores e identidades del destino para preservarlos y defenderlos.

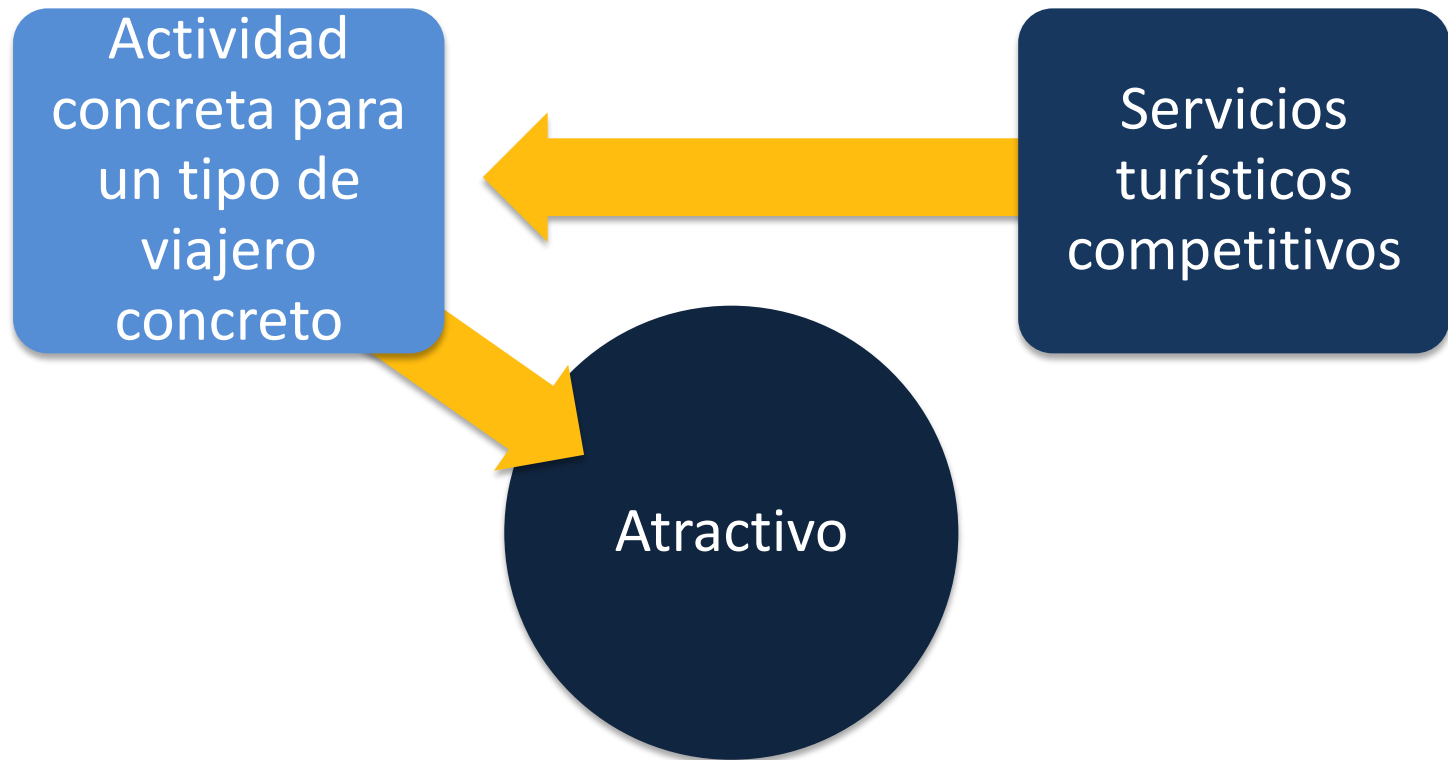


Cumplir con la ley, llevar una disciplina administrativa y practicar la sustentabilidad.

¿Que se oferta en el mercado turístico?



Correlación de la oferta turística para los servicios competitivos



Tipologías motivacionales del destino turístico:



Turismo de entretenimiento recreativo.



Turismo cultural.



Turismo de naturaleza.



Turismo de bienestar.



Turismo de relaciones afectivas.



Turismo profesional.



Turismo espiritual.



Casa Jaguar, Murguía 202,
Centro Histórico, C.P.68000
Oaxaca de Juárez, Oaxaca,
México.

Tel. (951) 516 4328

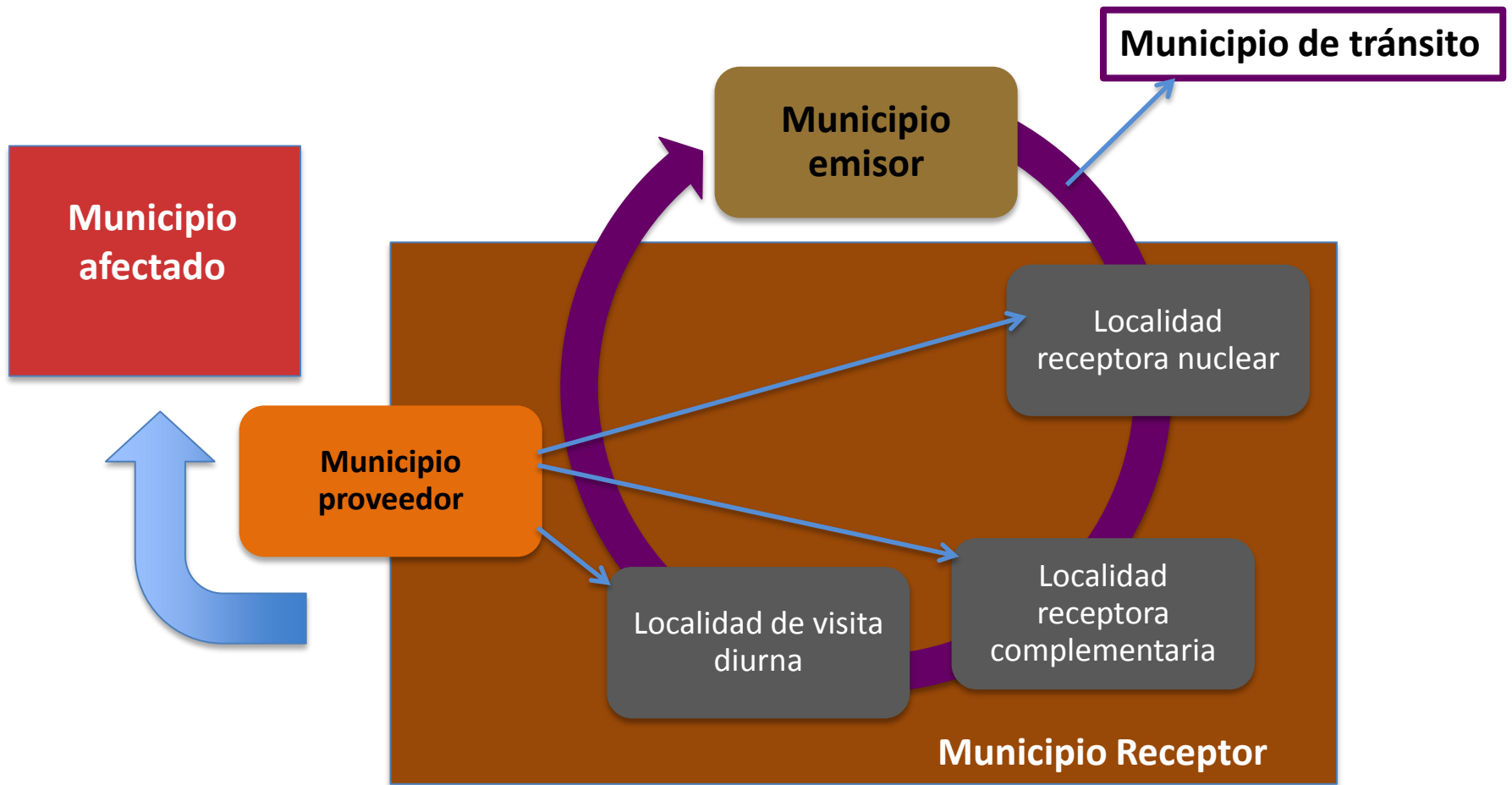
Determinación del escenario turístico:

Objetivo:

Determinar para la gestión turística responsable el espacio físico del área de estudio, categorizando los municipios y sus localidades de acuerdo con su grado de competitividad en los mercados turísticos de referencia.



El sistema turístico mexicano:
Marco territorial:



Fuente: elaboración propia.



Elementos de identidad de las comarcas turísticas:

Continuidad en la
percepción del
destino.

Capacidad de
atracción.

Capacidad de
recepción.

La Comarca turística es el territorio receptor que el viajero identifica como destino



Muchas gracias.

Luis Felipe Sigüenza Acevedo

correoluisfelipe@gmail.com

Twitter: @lfsiguenza

Facebook: Luis Felipe Sigüenza

www.tecuani.org