

ANÁLISIS DE LOS REFERENTES TEÓRICOS DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO, QUE FACILITEN LOS ESTUDIOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE LA REGIÓN PARIANA, ESTADO SUCRE

Autor: José Luís Mena Avilán
Correo: jmenavilan@gmail.com
Enero de 2020

RESUMEN

La intención de este artículo de investigación es el análisis de los referentes teóricos de la oferta de alojamiento, que faciliten los estudios de la actividad turística de la región pariana, estado Sucre; fundamentados en la descripción y las particularidades de la oferta de alojamiento turístico y el análisis de los referentes teóricos de la oferta de alojamiento, que faciliten los estudios de la actividad turística de la región pariana, identificándose los aspectos conceptuales teóricos de la oferta de alojamiento turístico; esta investigación da cumplimiento a los objetivos formulados, con respuestas al problema científico planteado y del desarrollo y análisis de los referentes teóricos de la oferta de alojamiento turística en la región, evidenciándose los aspectos conceptuales teóricos de la oferta de alojamiento turístico local; recomendándose investigar sobre conceptualización turísticas en la que se describa la información útil para la carrera del turismo, y que se considere como un documento de consulta de la universidad, su divulgación como base conceptual y metodológica para el aprovechamiento pedagógico y de investigación de la comunidad universitaria y las organizaciones relacionadas con el turismo.

Descriptores: Referentes teóricos, destinos turísticos, oferta turística, oferta de alojamiento, establecimientos hoteleros, alojamientos turísticos.

ABSTRACT

The intention of this research article is the analysis of the theoretical references of the accommodation offer, which facilitate the studies of the tourist activity of the pariana region, Sucre state; based on the description and particularities of the tourist accommodation offer and the analysis of the theoretical references of the accommodation offer, which facilitate the studies of the tourist activity of the pariana region, identifying the theoretical conceptual aspects of the tourist accommodation offer; this research complies with the formulated objectives, with answers to the scientific problem raised and the development and analysis of the theoretical references of the tourist accommodation offer in the region, showing the theoretical conceptual aspects of the local tourist accommodation offer; recommending research on tourist conceptualization in which the useful information for the tourism career is described, and that is considered as a consultation document of the university, its dissemination as a conceptual and methodological basis for the pedagogical and research use of the university community and organizations related to tourism.

Descriptors: Theoretical references, tourist destinations, tourist offer, accommodation offer, hotel establishments, tourist accommodation.

INTRODUCCIÓN

La consolidación del turismo como actividad principal en el desarrollo económico, tiende a convertir a los países del mundo en destinos turísticos, la OMT¹ y su instrumento estadístico del 2010 señala que se registraron 935 millones de llegada de turistas y viajeros en el mundo, incrementándose en 6,7% con respecto al año anterior, año de la consolidación de la crisis financiera mundial, corroborándose que la actividad turística vencerá las adversidades del capitalismo y del sistema financiero mundial.

El Estado venezolano, dicta leyes y cuenta con un marco legal incluyente, donde la actividad turística es preferencial, ejemplo de ello es la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), que orienta y respalda el desarrollo sustentable del turismo y que garantiza el desarrollo económico, político y social del país, dando importancia al turismo porque se considera como una actividad económica de interés nacional y prioritaria para su estrategia de diversificación y desarrollo sustentable, convirtiéndose en alternativa del crecimiento económico.

La ubicación de Venezuela es favorables y estratégica para la inversión turística, sus distintos destinos turísticos son condicionantes para la consolidación del turismo a gran escala, en cuanto a su ubicación, se encuentra al sur del del mar Caribe, y su conformación geopolítica regional distribuidas en estados, contando también con un Distrito Capital, y sus islas en el Caribe definidas como Dependencias Federales. Posee innumerables recursos naturales minerales y no minerales de interés mundial, y sus costas en el Mar Caribe son concebidas como atracciones para el turismo internacional.

El oeste del país cuenta con gran variedad de atractivos turísticos como cayos, refugios, desiertos, lagos, imponentes picos y montañas andinas, etc.; por el sur las extensas llanuras habitados por diversidad de fauna exótica, bosques tropicales amazónicos, ríos, lagunas, aguas termales, hermosos parques naturales etc.; el sur-este los famosos tepuyes como formaciones rocosas más elevadas y antiguas del mundo, en el centro norte se hallan lagos, ríos, hermosos parques nacionales y otros atractivos; el este posee playas, ríos, bosques, manglares, etc.; en general todos estos recursos naturales son considerados de gran belleza, los sitios de interés históricos, el variado folklore y además de la calurosa y amable atención del venezolano, estimula el interés de los visitantes.

Solamente atractivos naturales ostenta la República Bolivariana de Venezuela, también posee infraestructuras y capacidades humanas (gerencia, servicio y mercadeo), insustituibles en la creación y sostenimiento de ventajas competitivas. Existen variedades de modalidades turísticas, entre las que se encuentran: sol y playa, culturales, de salud, entre otras. Pese a sus dotes, Venezuela no ha podido manejar eficientemente su sector turístico internacional, el cual es joven en la economía nacional, en crecimiento desde los años 80, con potenciales a largo plazo como fuente de ingresos.

Las particularidades turísticas son importantes para el análisis de la oferta turística, donde la oferta de alojamiento es clave para su demanda; en este sentido, lo ofrecido por el sector de alojamiento turístico, si no es consumido, no se le puede sumar para la oferta del siguiente día,

¹ Organización Mundial del Turismo.

la oferta inelástica no permite incrementar la demanda por lo no consumido. Muy poco es lo escrito para conciliar este saber, es por ello que se requiere una información óptima, que explique la conformación de mercado turístico y sus aspectos conceptuales,

Igualmente, es importante investigar con profundidad los referentes teóricos del alojamiento, debido a que es el inicio para el sustento de un registro de la oferta de alojamiento turístico, convenientes para un sistema de alojamiento que abarque todos los perfiles de análisis y que permita hacer propuestas para la inversión en el sector.

Situación problémica

La información teórica de la oferta de alojamiento turísticos es poco significativa en el apoyo para futuros estudios turísticos, es por ello, que si se cuenta con una sustentación práctica y veraz, los análisis posteriores se aplicarían sin dificultad, con proyecciones económicas que reflejen las propiedades de la oferta de alojamiento y que contribuyan con las exigencias de estudios de tal actividad turística.

Problema de investigación

Las debilidades en la concepción de la información de las actividades relacionadas a la oferta de alojamiento turístico de la Universidad Politécnica Territorial de Paria, son atribuidas a la poca investigación de las actividades conexas al área turística, debido a que en el área del turismo es poco el estímulo para la investigación teórica y práctica, que suministre información para estudios posteriores de la oferta turística.

Objetivo General

Analizar los referentes teóricos de la oferta de alojamiento, que faciliten los estudios de la actividad turística de la región pariana, estado Sucre

Objetivos Específicos

- Describir las particularidades de la oferta de alojamiento turístico.
- Identificar los aspectos conceptuales teóricos de la oferta de alojamiento turístico.

MARCO TEORICO O REFERENCIAL

Aspectos Teóricos de la Oferta de Alojamiento Turístico

Este estudio comprende los referentes teóricos, acerca del sistema de registro de la oferta de alojamiento. Comenzando con una breve reseña de la demanda para poder abordar los elementos fundamentales de la oferta turística con énfasis en la oferta de alojamiento, clasificación y características.

1. La demanda turística

La demanda la define González, A. y Maza, D., (1992,115) "Se refiere a las cantidades del producto de una industria que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado."; en otras palabras, es la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a diferentes precios de mercado.

La OMT, (2008,6), define a la demanda turística como "Los visitantes que desean acceder a los diversos servicios que conforman la actividad turística." Esto expresa que los consumidores o posibles consumidores de productos y servicios turísticos conforman la demanda turística.

Según Martín, R., (2008,14), "La demanda turística surge a partir de que las personas poseen tres condiciones esenciales mínimas: a) tiempo libre o disponible para viajar. b) Ingresos personales o fuentes financieras para los gastos de viaje. c) interés o necesidad en realizar el viaje. En la actividad turística actual, la demanda representa una estrategia de mercado que orienta a los agentes de esta actividad a invertir en los destinos turísticos.

En otras palabras, es la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. Se supone que la variable más importante que afecta a la demanda es el precio, diciéndose habitualmente que la demanda se comporta de manera decreciente respecto al incremento de éste, básicamente porque disminuye la capacidad adquisitiva del turista, los cuales buscan productos sustitutivos a un determinado precio. Entonces, el elemento clave de la demanda está centrado en el precio y las expectativas que facilitan los actores públicos y privados que conducen la actividad turística.

La relación de la oferta y la demanda turística está enmarcada en el equilibrio, condicionada por la oposición de la oferta rígida con la demanda elástica; dándose la situación que en temporadas altas se genera un exceso de demanda y como consecuencia se incrementan los precios de la oferta turística de alojamiento, favoreciendo a los oferentes; en temporadas bajas la situación es la contraria, disminuyen los precios de la oferta turística de alojamiento para captar una ocupación mínima de equilibrio, beneficiando a los demandantes.

Para la realización de la actividad turística, es necesaria la existencia de servicios de alojamiento, alimentación y bebidas, donde el turista pueda descansar y disfrutar cómodamente de los atractivos que se encuentran en la zona. Refiriéndose concretamente a la actividad de la hospitalidad, la cual es el servicio de mayor importancia que se le presta al turista, decimos que

estos servicios son bases referenciales en la composición de los distintos tipos de modalidades turísticas.

2. Particularidades de la oferta turística

La promoción y distribución de bienes y servicios es llamada marketing; Muñoz, F. (2004,16) la define como: "aquel conjunto de métodos y de técnicas, basados en una actitud de investigación, de análisis y de constante revisión, que van encaminados a satisfacer en las mejores condiciones psicosociales las necesidades de los turistas (empresas, instituciones y asociaciones) que ofertan unos productos y servicios en el mercado en régimen de competencia." Se deduce de acuerdo a este concepto de marketing, que es un proceso de planeación, ejecución, promoción, ideas, precios y distribución de bienes y servicios, para que el intercambio satisfaga las metas individuales de la empresa y del consumidor. Hay conceptos que resultan indispensables para la aplicación del marketing turístico entre los cuales se tienen:

- Necesidades, según Bigné, J., Font, X. y Andreu, L., (2007,15), "Es la carencia de un bien básico, tal como alimento, o necesidades complejas, como pertenecer a un grupo."
- Deseos, Arendt, H. (2005,7), dice que "Es el anhelo de saciar un gusto."
- Atractivos turísticos, Martín, R., (2006,31), lo define como "recursos turísticos medios para proveer las experiencias que vivirán los visitantes en el destino." Estos serán susceptibles a acondicionamientos, específicamente para su aprovechamiento recreacional directo.
- Mercado según Kotler, P. y Armstrong, G., (2003,8), es "El conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad o deseo y que podrían estar dispuestos a satisfacerlo a través del intercambio de otros elementos de valor." Es un lugar donde se reúnen oferentes y demandantes, en esta reunión física o no, los vendedores y compradores de un determinado bien o servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar sus transacciones comerciales.

3. Destinos turísticos

Un aspecto principal de la oferta son los destinos turísticos, Bigné, E. y otros, (2005,32), lo consideran como un área que presenta características reconocidas por los visitantes potenciales, las cuales justifican su consideración como entidad y atraen viajes al mismo, con independencia de las atracciones que existan en otras zonas. Según los autores mencionados, esta definición tiene diversas implicaciones:

- El destino turístico es una unidad o entidad, que engloba diversos recursos turísticos e infraestructuras, formando un sistema.
- Los límites que los de la gestión administrativa de territorio pueden ser los mismos del destino turístico. Esto significa que los diferentes organismos han de colaborar en la planificación y gestión del lugar, puesto que caso contrario, surgen disfunciones entre oferta y demanda y, por tanto, el destino no funcionará a su pleno rendimiento.
- El turista percibe sus vacaciones como una experiencia global y, por consiguiente, se requiere integrar los servicios y productos con tal de satisfacer sus gustos y preferencias.

La importancia del destino turístico está en la comprensión de su geografía, su ambiente, su cultura, su historia, entre otros, y cómo son percibidos por los turistas que hacen uso de estos destinos. Un breve análisis nos llevaría a identificarlos como sitios geográficos, que generan atracción suficiente para influir al viajero en su traslado hasta él sitio.

Cada destino puede combinar ciertos tipos de demanda, de acuerdo a las motivaciones del viajero. Barrado, D., (2004,45), define como destino turístico "El ámbito en donde se realizan la mayor parte de las actividades de producción y consumo turístico y donde se producen la mayoría de los efectos geográficos, sociales, económicos y culturales del turismo." Los destinos turísticos deben satisfacer las necesidades y deseos de los mercados potenciales que puedan ser atraídos, además de la interacción con la población residente y desarrollo de los productos para los diversos segmentos de mercado.

Es importante definir el inventario de productos y atracciones del destino, que permita la optimización de los recursos del mercado. Boullón, R., (2009,164), determina al "producto turístico como el término que se usa para calificar a la clase de servicios que forman la oferta turística." El Producto Turístico es diverso y su clasificación está determinada por los gustos y preferencias, y se adapta a las necesidades del turista, Perelló, J., (2007,16), lo define como "un conjunto de elementos tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, más equipamiento e infraestructura"; también acota el mismo autor que, "al entorno del destino, el producto turístico puede clasificarse en tres grandes grupos:

- Naturales: relacionados con la geografía, ecosistemas, tierras y aguas.
- Históricos: recuerdos históricos, arqueológicos, artísticos, entre otros.
- Culturales: folklore, celebraciones, etc."

De esta aseveración se obtiene la tipología de los destinos turísticos, los cuales son básicos para el estudio y comercialización del entorno.

4. La oferta turística

La oferta es un elemento más amplio del producto, definida e integrada como un destino, aunque la oferta específica del viaje se lleve hasta el mercado emisor, donde el destino genera una estructura económica de tipo productivo. Aquí los agentes inversionistas, son factores de inversión en edificaciones, innovaciones o renovaciones de las infraestructuras turísticas, con el fin de satisfacer en gran medida las necesidades de los viajeros; cualquier crecimiento de la planta física de alojamiento, precisa de un período más o menos largo de maduración durante el cual, debe producirse una importante incorporación o acción concertada entre el sector público y el sector privado.

La oferta turística está vinculada con lo que ofrece el destino, con sus variantes de comercialización y el mercadeo del país emisor, añadiendo también los transportistas, turoperadores y agencias de viajes como punto de encuentro entre la oferta y la demanda; donde oferta según los economistas González, A. y Maza, D., (1992,137), "Es la cantidad de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado." Se afirma entonces que una variación de precios incide en la cantidad producida.

Con respecto a la oferta turística, la OMT (2008,51) la define como “Un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo.” En este sentido, la oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras que están disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas, donde la oferta de estos bienes y servicios turísticos es lo dispuesto a venderse en este sector a determinados precios.

Según Cabarcos, N. (2006, 8), “Existen dos tipos de oferta turística: la oferta turística básica y la oferta turística complementaria.” El contenido de cada una de ellas la diserta la misma autora a continuación:

- a) Oferta turística básica. Compuesta por aquellos bienes y servicios de carácter exclusivamente turístico:
 - Servicios de intermediación: Agencias de Viajes, Mayoristas de Turismo y Tour Operadores.
 - Servicios de alojamiento: Hoteles, Aparthoteles, Posadas, Moteles y Alojamientos extra hoteleros.
 - Servicios de transporte: Aéreos, Terrestres y Acuáticos.
- b) Oferta turística complementaria. Su composición está determinada por aquellos bienes que no son únicamente turísticos, pero que aun así son demandados por los turistas y complementan el producto turístico final:
 - Servicios de restauración: Restaurantes, Bares, Cafeterías, Catering.
 - Espectáculos: Parques temáticos, Musicales.
 - Servicios de información: Intérpretes, Guías.
 - Otros servicios: Deportes, Parques nacionales, Museos, Fiestas gastronómicas, Fiestas religiosas; seguros, expendedoras de alimentos, licorerías, farmacias, hospitales, clínicas, policía, bomberos, entre otros.

4.1. La oferta de alojamiento

La oferta turística de alojamiento es inelástica, ya que a variaciones de precios se mantienen constantes las cantidades ofrecidas. Esto se confirma a través de los prestadores de servicios de alojamiento, a una variación de precios solamente pueden ofrecer las habitaciones disponibles.

Dentro de las características de la oferta de alojamiento se tiene:

- La rigidez por su carácter de oferta inelástica.
- La estacionalidad dada por la influencia que condiciona las horas de sol, nieve, fiestas, vacaciones, etc.

Los viajeros después de un viaje agotador, buscaban donde pasar la noche solicitando refugio en las viviendas ubicadas cerca de las carreteras. Martín, R., (2006,101), asevera que “Los alojamientos constituyen la parte histórica del propio turismo, dar posada al visitante era un hábito desde la antigüedad. Luego vino el negocio del alojamiento para los que iban de pasada y, más

tarde, el negocio para atraer nuevos visitantes a pernoctar en un establecimiento de alojamiento.” El visitante o turista hace referencia del servicio de alojamiento cuando regresa a su lugar de origen, dando su opinión de la recepción y atención en sus vacaciones o viajes de negocio.

La OMT (2004,90) establece que “El alojamiento turístico se puede clasificar sobre la base de dos criterios principales: el modo de utilización comercial o no comercial y su tendencia colectiva o privada.” El contenido de esta clasificación se describe de acuerdo a esta organización de la siguiente manera:

a. Modo de Utilización:

- Alojamientos comerciales: hoteles, apartoteles, moteles, paradores de carretera y establecimientos similares, que es la forma principal de alojamientos turísticos y una variedad de alojamientos llamados parahoteleros que comprenden las pensiones, casas de huéspedes, fondas (albergues) y residencia para turistas y alojamientos similares.
- Alojamientos no comerciales: habitaciones gratuitas en casas de familiares; residencias estudiantiles; hospitales; entre otros.

Los alojamientos comerciales son los únicos que están sujetos a inscripción y registro a los efectos de su control por el órgano de inmigración y por las oficinas de recaudación de impuestos y responden a los órganos locales de turismo. Los mismos están en la obligación de rendir información sobre su gestión.

b. Tendencias de los alojamientos:

- Establecimientos de alojamiento turístico colectivo: hoteles y establecimientos similares; viviendas de vacaciones; campings turísticos; establecimientos de cura; campamentos de trabajo y de vacaciones; alojamiento en los medios de transporte.
- Establecimiento de alojamiento turístico privado: habitaciones alquiladas en casas particulares. Residencia secundaria; alojamiento gratuito de parientes o amigos; Otros alojamientos particulares.

De acuerdo a las tendencias, el alojamiento en casas particulares se considerará como una de las formas o tipos de alojamiento privados.

En el estudio del alojamiento turístico tenemos autores de gran relevancia como Ramón Martín, José Luis Perelló, Enrique Bigné, entre otros. De ellos, Perelló, J., (2007,35), clasifica el alojamiento de acuerdo a sus modalidades, su ubicación, especialización y su variación, clasificación utilizada en la mayoría de los países del Caribe.

c. Tipología de alojamientos de acuerdo a las modalidades

- Hoteles propiamente dichos, que facilitan alojamiento con o sin servicios complementarios.

- Hotel residencia o Aparthoteles, hoteles apartamentos que por su estructura y servicios disponen de instalaciones adecuadas a la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de la unidad de alojamiento.
- Moteles, que son establecimientos situados en las proximidades de carreteras que facilitan alojamiento en departamentos con garaje y entrada independiente para estancias cortas.
- Posadas u hostales, instalación de alojamiento de pequeña escala administrada por una familia o por pequeños empresarios con o sin servicios complementarios.

La OMT (2003,90), confirma que “hay una gran diversificación en el concepto de hostelería. Así, por ejemplo, en Francia la categoría de hoteles incluye la categoría de moteles, mientras que en Grecia no es así.” Es por esto, que las denominaciones de los alojamientos pueden variar de un país a otro e incluso con epítetos que son completamente desconocidos en otros países.

Existen diferentes modalidades de alojamiento hotelero que conforman diversidad de destinos turísticos; según Perelló, J., (2006,3) “El alojamiento turístico, en el verdadero sentido que tiene actualmente, se puede efectuar de diversas formas y modalidades.” De acuerdo a los lineamientos teóricos del autor al que se hace referencia, se puede evidenciar que los alojamientos turísticos pueden ser reconocidos de acuerdo a su ubicación y características; especialización en sus servicios; y por las variantes del producto hotelero.

4.2. Establecimientos hoteleros por su ubicación y características

- Hoteles de ciudad: son los localizados en las ciudades que por su importancia cultural y artística o por su desarrollo industrial o económico, alojan al turista o al hombre de negocios.
- Hoteles de vacaciones: su actividad, está limitada, en lo fundamental, al período vacacional de los turistas.
- Hoteles de carretera: son los hoteles que, por su ubicación territorial, se destinan a dar alojamiento por una estancia promedio de 1 o 2 días a turistas que están de recorrido (o circuitos turísticos).
- Hoteles de naturaleza: son instalaciones de alojamiento enclavadas en espacios naturales de alto valor turístico, cultural, y ecológico.

Estos establecimientos hoteleros son derivados de la segmentación del mercado, donde los clientes disponen de la calidad y diversidad de los servicios que están en función a la ubicación del hotel. Un ejemplo típico son las facilidades para salas de reuniones y salas de convenciones en los hoteles de ciudad y la disposición de prácticas de deportes en los hoteles de vacaciones.

4.3. Establecimientos hoteleros por su especialización en sus servicios

- Hoteles de Playa
- Hoteles de Montaña
- Hoteles de Balnearios
- Hoteles Médicos

- Hoteles Deportivos

El producto hotelero variará de acuerdo a las necesidades específicas del turista, según el destino, clasificación y categoría. Actualmente la clasificación del alojamiento hotelero ha variado y mejorado, tornándose como referencia los tipos de clientes que se pretenden servir, y dotándolas de valores añadidos de servicio muy especializado en las mismas.

Las variantes del producto hotelero:

- Hoteles para reuniones, incentivos, convenciones y congresos.
- Hoteles de connotación con albergues, residencias, monasterios, refugios.
- Hoteles de aeropuerto.
- Hoteles para zonas industriales.
- Hoteles en Castillos, palacetes y mansiones.
- Hoteles de fin de semana.
- Hoteles Resorts.
- Hoteles (todo incluido).
- Hoteles especializados en tercera edad, jubilados, etc.

Todos estos tipos de alojamientos hoteleros con valores añadidos son diseñados para satisfacer necesidades definidas de sus clientes.

4.4. Clasificación de alojamientos turísticos

Entre las experiencias de la clasificación y categoría de las empresas de alojamientos turísticos se tomarán como referencias los siguientes países:

Clasificación y categoría de alojamientos turísticos en Chile:

- Hotel, categorías tres, cuatro y cinco estrellas.
- Motel, categorías de una, dos, tres estrellas.
- Apartohotel, categorías de una, dos, tres estrellas.
- Residencial, categorías de una, dos, tres estrellas.
- Camping, categorías de una, dos, tres estrellas.

Clasificación y categoría de alojamientos turísticos en España:

- Hoteles, categoría de una, dos, tres, cuatro y cinco estrellas.
- Hoteles-apartamentos, categoría de una, dos, tres, cuatro y cinco estrellas.
- Hostales, categoría de una y dos estrellas.
- Pensiones, categoría única.

Clasificación y categoría de alojamientos turísticos en Ecuador:

- Hoteles, categoría de una a cinco estrellas doradas.
- Hotel residencia y hotel apartamento categoría de una a cuatro estrellas doradas.

- Hostales y pensiones, categoría de una a tres estrellas plateadas.
- Hosterías, moteles, refugios y cabañas, categoría de una a tres estrellas plateadas.
- Alojamiento extrahotelero: categorías de una a tres estrellas plateadas, complejos vacacionales, campamentos y apartamentos.

Aunque cada país es autónomo y legisla en su territorio la ordenación del turismo, las características y clasificación de los establecimientos de alojamientos suelen ser similares a los recomendados por la OMT.

En cuanto a la calidad de las instalaciones de alojamientos turísticos, la mayoría de los países valoran estos establecimientos con el símbolo de estrellas, aunque hay otros estados que utilizan símbolos diferentes. Sin embargo, hasta que los países miembros de la OMT adopten un solo símbolo de categoría en sus legislaciones internas, nos encontraremos con una heterogeneidad de símbolos.

En España y otros países, la clasificación hasta cinco estrellas viene determinada por las apariencias técnicas y cuantitativas, relacionadas con las instalaciones de los hoteles, su capacidad de alojamiento, metros cuadrados de las habitaciones, número de suites, entre otros; sin incluir ninguna especificación relativa a los aspectos cualitativos e intangibles del servicio, no evaluando la calidad del servicio ofrecido en cada caso; en ocasiones, la clasificación otorgada a un determinado establecimiento puede no estar en consonancia con la calidad de servicio y expectativas del cliente.

Según los estándares cuantitativos para categorizar instalaciones de alojamientos turísticos, se deben diseñar criterios basados en la calidad para estos establecimientos, con el objeto de obtener completas clasificaciones o certificaciones de conformidad con los requisitos y las condiciones de operación.

En cuanto a la elaboración de un sistema de inventario, se deben considerar todas las clasificaciones anteriormente descritas, porque estas conceptualizan los indicadores que a su vez proporcionará la información veraz del alojamiento turístico.

MARCO METODOLÓGICO

Esta investigación está enmarcada en el Método Teórico Lógico utilizado en el contexto de las investigaciones y en la caracterización de la oferta de alojamiento turístico; se tuvo en cuenta la revisión documental que, según Sabino, C., (2002, 189), "Es la técnica fundamental de la investigación que consiste en extraer la información a través de la revisión de fuentes documentales." Se puede deducir que es el proceso mediante el cual un investigador explora bases bibliográficas, manuales, registros, leyes, estudios anteriores, como también recopila, revisa, analiza, selecciona y extrae información de diversas fuentes, acerca de un tema particular, con el propósito de llegar al conocimiento y comprensión más profundos del mismo.

ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

El marco teórico es el reflejo o base para la sustentación y conformación de los indicadores de la oferta de alojamiento turística; proporcionando información que facilitan la investigación sobre la conceptualización turística, describiéndose las experiencias de los estudios de investigación, que conllevan a recopilar información útil para la actividad turística, es por ello que debe considerarse este trabajo como un documento de consulta para el estudiante de la carrera turística en esta universidad; recomendándose su divulgación como base conceptual y metodológica para el aprovechamiento pedagógico y de investigación de la comunidad universitaria y las organizaciones relacionadas con el turismo.

La teoría turística aportada en esta investigación y sus elementos académicos, contribuirán para esta casa de estudios las bases teóricas del turismo en la zona, que repercutirá en mejoramiento del desempeño de esta actividad, incluyendo los avances de la información, relacionados con los criterios y razonamientos, que se conforman para la obtención de los indicadores turísticos de la oferta de alojamiento.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Se desarrollaron y analizaron los referentes teóricos de la oferta de alojamiento turística en la región, evidenciándose los aspectos conceptuales teóricos de la oferta de alojamiento turístico local.
- Se describieron las particularidades de la oferta de alojamiento turístico en el contexto de las informaciones oficiales, emanadas por el Ministerio del Poder Popular del Turismo.
- Esta investigación demuestra la importancia metodológica de los aspectos conceptuales teóricos de la oferta de alojamiento turístico local.

Recomendaciones

- Investigar sobre conceptualización turística en la que se describa la información útil para la carrera del turismo, y que se considere como un documento de consulta de la universidad; de igual manera, debe considerarse su divulgación como base conceptual y metodológica para el aprovechamiento pedagógico y de investigación de la comunidad universitaria y las organizaciones relacionadas con el turismo.
- La publicación y práctica de la teoría turística en esta universidad aportaría los elementos académicos para el fortalecimiento de esta casa de estudio, trayendo como consecuencia una mejor formación en el desempeño turístico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arendt, H., Ensayos de Comprensión, Caparrós, Madrid España, 2005.
- Barrado, D., El concepto de destino turístico, Una aproximación geográfico territorial, Revista CSIC, Madrid España, 2004.
- Bigné, E. y Otros, Marketing de Destinos Turísticos, Análisis y Estrategias de Desarrollo, ESIC Editorial, Madrid España, 2005.
- Bigné, J.; Font, X. y Andreu, L., Marketing de Destinos Turísticos, Análisis y Estrategias de Desarrollo, ESIC Editorial, Madrid España, 2007.
- Boullón, R., Las Actividades Turísticas y Recreacionales, Editorial Trillas, D.F. México, 2009.
- Cabarcos, N., Promoción y venta de Servicios Turísticos, comercialización de servicios turísticos 1ª Edición, Ideas Propias Editorial, Vigo España, 2006.
- González, A. y Maza, D., Tratado Moderno de Economía, Editorial Panapo, Caracas Venezuela, 1992.
- Kotler, P. y Armstrong, G., Fundamentos de Marketing, 6ª Edición, Prentice Hall Hispanoamérica S.A., D.F. México, 2003.
- Martín, R., Principios Organización y Práctica del Turismo, U.H. Centro de Estudios Turísticos, La Habana Cuba, 2006.
- Martín, R., Comercialización y Promoción de Destinos de Productos Turísticos, U.H. Centro de Estudios Turísticos, La Habana Cuba. 2008.
- Muñoz, F., La Metodología de la Ciencia del Marketing, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A., Madrid España. 2004.
- OMT, Conceptos Fundamentales del Turismo, 3º edición, Madrid, 2004.
- OMT, Introducción al Turismo, New York USA, 2008.
- OMT, Recomendaciones sobre Estadística de Turismo, 2003.
- Perelló, J., Desarrollo y Promoción de Productos Turísticos, U.H. Centro de Estudios Turísticos, La Habana Cuba, 2007.
- Perelló, J., Manual de Gestión y Explotación Hotelera, II seminario de turismo y hotelería, Tegucigalpa Honduras, 2006.
- Sabino, C., El proceso de Investigación, Editorial Panapo, Caracas Venezuela, 2002.