

<i>Indicador</i>	<i>Medidas</i>	<i>Evaluación</i>
<p>11. Tasa de ocupación hotelera</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p><u>Nota final: 4</u></p>	<p>1. Porcentaje de plazas de hotel ocupadas</p>	<p>Pertinencia: <u>Alta</u> Directamente afecta el problema de la sobreoferta y rentabilidad</p> <p>Datos: <u>Alta</u> Series anuales y mensuales y también muestras telefónicas a los hoteles</p> <p>Comprensión: <u>Alta</u> es fácilmente entendible</p> <p>Comparación: <u>Alta</u> se puede comparar con otros destinos</p> <p>Credibilidad: <u>Alta</u>. Los datos son fáciles de obtener de las autoridades locales y de los hoteles.</p> <p>Valor predictivo: <u>Baja</u> Puede dar las tendencias económicas para el sector</p>
<p>12. Tasa de ocupación extra hotelera (en apartamentos, casas privadas, camping)</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p><u>Nota final: 4</u></p>	<p>1. Porcentaje de plazas ocupadas</p>	<p>Pertinencia: <u>Alta</u> Directamente afecta el problema de la sobreoferta y rentabilidad de empresas no hoteleras.</p> <p>Datos: <u>Baja</u> Los datos no se pueden conseguir fácilmente de los gerentes de las empresas o dueños de casas en series anuales y mensuales</p> <p>Comprensión: <u>Alta</u> Depende de los tipos de alojamiento examinados. Está relacionado con el criterio de competitividad del producto.</p> <p>Comparación: <u>Baja</u> Es muy difícil encontrar datos similares en otros destinos de la costa, pero se puede comparar en series de tiempo</p> <p>Credibilidad: <u>Baja</u> No se obtiene información sobre el volumen total de ocupación extrahotelera sin una encuesta específica.</p> <p>Valor predictivo: <u>Baja</u> Sobre las tendencias del producto turístico del destino</p>
<p>13. Nivel de venta de servicios en temporada alta por área de la ciudad.</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p><u>Nota final: 3</u></p>	<p>1. Porcentaje de ventas en las diferentes zonas del municipio, en relación con las compras de los turistas</p>	<p>Pertinencia: <u>Alta</u>. Los ingresos del turismo son muy importantes para conocer el impacto económico sobre cada parte de la población local.</p> <p>Datos: <u>Baja</u> Datos disponibles en cada empresa. Existe un problema de recolección de datos en las diferentes áreas de la ciudad.</p> <p>Comprensión: <u>Mod</u> Un indicador de medida directa del impacto económico.</p> <p>Comparación: <u>Baja</u> No se puede comparar con otros destinos turísticos</p> <p>Credibilidad: <u>Baja</u> requiere auditoría externa</p> <p>Valor predictivo: <u>Baja</u> Puede tener impacto importante en los niveles de satisfacción local</p>