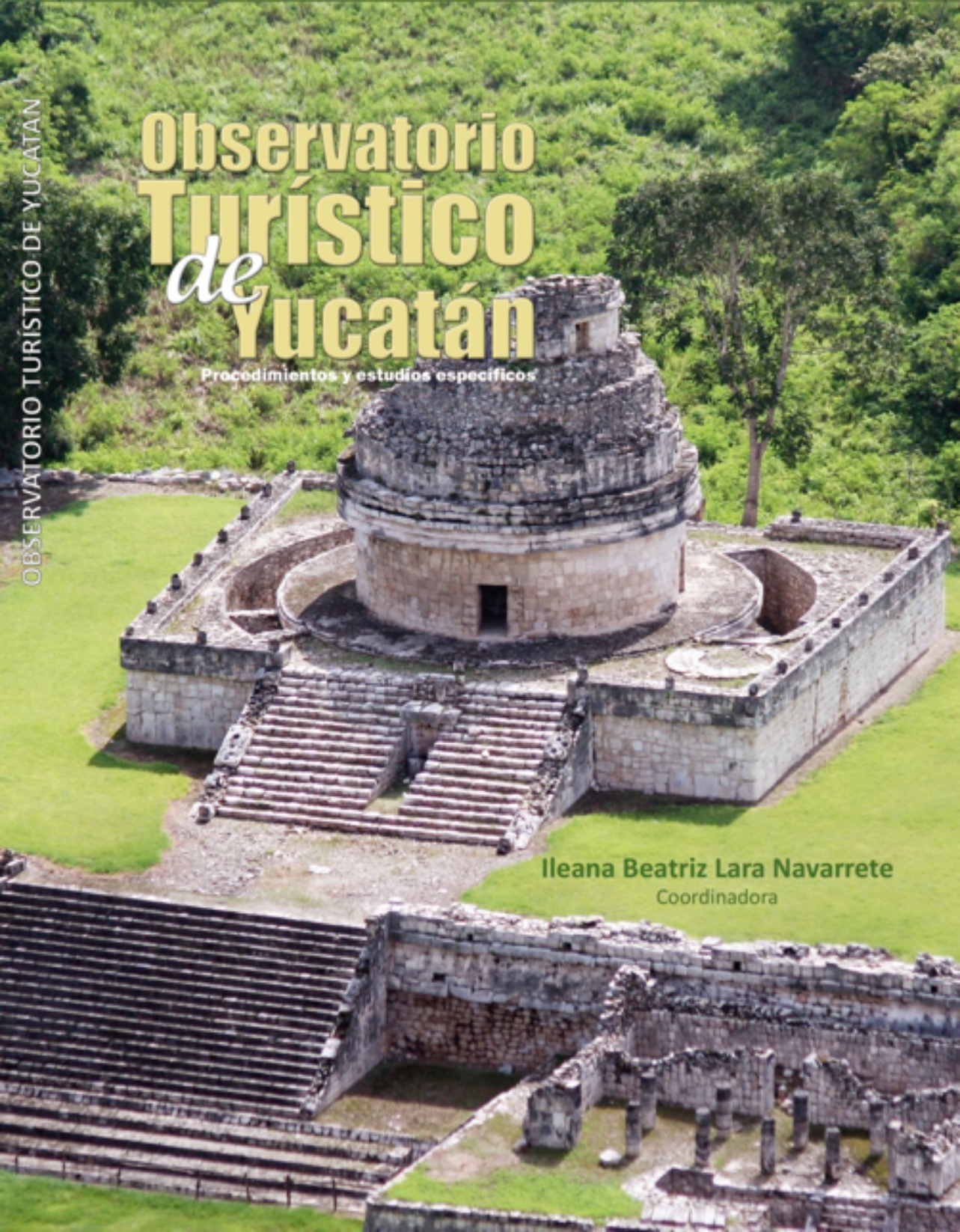


Observatorio Turístico de Yucatán

Procedimientos y estudios específicos

Ileana Beatriz Lara Navarrete
Coordinadora

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE YUCATÁN

Observatorio turístico de Yucatán

Procedimientos y estudios específicos

Ileana Beatriz Lara Navarrete

Coordinadora

Observatorio turístico de Yucatán
Procedimientos y estudios específicos

Ileana Beatriz Lara Navarrete
Coordinadora

Primera edición 2018
D.R. © Universidad Autónoma de Yucatán

Lic. Ileana Morales Gonzalez
Mtra. Claudia Ávalos Betancourt
Dra. Bonnie Lucia Campos Cámara
Dra. Rocío Leticia Cortés Campos
Dra. Lilia Fernández Souza
Dra. Irma Magaña Carrillo
Dra. Nora Bringas Rábago
Dra. Genny Negroe Sierra
Dr. Kennedy Obombo Magio
Dra. Roxana Quiroz Carranza

Autores:
Ileana Beatriz Lara Navarrete
María Isabel Bolio Rosado
Katherinne Rodríguez Rivero
Graciela Kumul López
Jorge Elías Marrufo Muñóz
Yeni Morales Carbajal
Mario José Martín Ruiz
Alvaro Quiñones Aguilar
Gina Centeno Henriquez
Emmy Guadalupe Moo Estrella
Angelita Cruz Arceo
María G. Robleda Sánchez
Enrique de J. Pérez Conde
Manuel A. Kantún Ramírez

Diseño de portada e interiores: Gabriela Castilla Ramos
Fotografía de portada: Sefotur

Esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo ni en parte, ni registrada en o transmitida, por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo, por escrito, del editor.

Esta obra se dictaminó con el sistema de evaluación doble ciega por pares.

ISBN: 978-607-8527-64-9

Impreso en México
Printed in México

G 155 .M6 2018 Observatorio turístico de Yucatán : procedimientos y y estudios de caso / Ileana Beatriz Lara Navarrete, Coordinadora
Autónoma de Yucatán, 218.

159, [1] páginas : gráficos

1. Observatorio turístico de Yucatán 2. Turismo —investigación—Yucatán 3. Turismo—Aspectos económicos —Yucatán. 4. Desarrollo sustentable— 4. Yucatán. 5. Yucatán— Política economica 2012-I .Lara Navarrete, Ileana B.

Observatorio turístico de Yucatán

Procedimientos y estudios específicos

•

Ileana Beatriz Lara Navarrete
Coordinadora

CONTENIDO

Prólogo
Presentación

PARTE 1
1. CONFORMACIÓN DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE YUCATÁN
Procedimientos para la creación del plan estratégico para el Observatorio turístico de Yucatán
Ileana Beatriz Lara Navarrete
María Isabel Bolio Rosado

2. RED DE TRABAJO INSTITUCIONAL E INTERDISCIPLINARIA PARA EL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE YUCATÁN
María Isabel Bolio Rosado
Ileana Beatriz Lara Navarrete

3. ÁREAS DE OPORTUNIDAD DE ALINEACIÓN Y VINCULACIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE Y EL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE YUCATÁN
Rodríguez Rivero Katherinne
Kumul López Graciella
Lara Navarrete Ileana

4. SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE YUCATÁN
Jorge Elías Marrufo Muñoz
Yeni Morales Carbajal
Mario José Martín Ruiz

Parte 2. Estudios específicos
5. Metodología para el estudio del segmento de turismo de reuniones en Yucatán
Alvaro Quiñones Aguilar
Gina Centeno Henriquez

6. EL TURISMO DE REUNIONES Y SU VINCULACIÓN CON LA DERRAMA ECONÓMICA
Emy Guadalupe Moo Estrella
Angelita Cruz Arceo

7. CALIDAD EN EL SERVICIO DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LOS PRINCIPALES DESTINOS DE YUCATÁN

Robleda Sánchez María G
Pérez Conde Enrique de J
Kántun Ramírez Manuel A

Conclusiones

Anexo

PRÓLOGO

El turismo es una actividad económica con impacto social, ambiental y cultural de gran importancia para el estado de Yucatán dada la oferta de recursos y atractivos turísticos de los cuales se dispone. La aportación de esta actividad a la economía del estado ha sido creciente, sobre todo a partir del posicionamiento de la entidad como un destino turístico reconocido en el ámbito nacional e internacional.

La idea de desarrollar la figura de un observatorio turístico en Yucatán se deriva de la demanda de los sectores público, privado, académico y social para conocer los datos y las tendencias de la también llamada *"industrias sin chimeneas"*, obteniendo elementos que permitan tomar decisiones relacionadas con la inversión, la creación de empleos o el desarrollo de nuevos productos, por mencionar algunos de los aspectos más recurrentes.

En este sentido, la Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán (SEFOTUR), encabezada por su titular el Lic. Saúl Ancona Salazar, y en su carácter de organismo responsable del diseño y aplicación de la política turística del Gobierno del Estado, detectó un área de oportunidad para dotar a la entidad de fuentes confiables, veraces y oportunas de información especializada para el turismo que, a partir de una metodología sólida, aporten datos que contribuyan a mejorar el conocimiento del sector.

Adicionalmente, la Ley Estatal para el Fomento y Desarrollo del Turismo en Yucatán, prevé la integración de un sistema estatal de información turística para el sector como el mecanismo operativo para conjuntar y difundir información de la actividad turística del estado.

Asimismo, el Gobernador del Estado, Mtro. Rolando Zapata Bello, a través del Plan Estatal de Desarrollo 2012-2018 identificó en el Compromiso Número 36 la necesidad de *"establecer un sistema estadístico que permita la obtención de información de la actividad turística para tomar mejores decisiones en materia de promoción y comercialización".*

Con todo este antecedente, en marzo de 2015 se suscribió un convenio de colaboración entre la Sefotur y el Fondo Mixto Conacyt – Gobierno del Estado de Yucatán, en el cual se asignó un presupuesto para llevar a cabo el proyecto de "Diseño del Observatorio Turístico de Yucatán e Implementación del Sistema de Información Turística", mismo que fue concursado a través de una primera convocatoria abierta en noviembre de 2015. En este primer esfuerzo, aunque se tuvo una respuesta positiva por parte de algunas universidades e instituciones privadas, las propuestas presentadas no cumplieron con los requisitos técnicos establecidos por el Conacyt, por lo que dicha convocatoria fue declarada desierta en abril de 2016.

Sin claudicar en el objetivo propuesto, en junio de 2016 bajo el mismo esquema fue publicada la Convocatoria Demanda Específica YUC-2016-04, misma que en septiembre del mismo año fue adjudicada a un equipo de trabajo encabezado por la Universidad Autónoma de Yucatán e integrado por representantes de la Universidad Tecnológica Metropolitana, la Universidad Tecnológica del Poniente y la Universidad Marista de Mérida, con el propósito de desarrollar el plan estratégico integral del primer Observatorio Turístico de Yucatán (OTY).

A través de este proyecto, la SEFOTUR estableció la generación de seis productos específicos, que contribuyen al desarrollo del sector turismo en el estado: 1) Elaboración del Plan Estratégico Integral del Observatorio Turístico del Estado de Yucatán; 2) Creación de la red de trabajo interinstitucional e interdisciplinaria en apoyo al Observatorio Turístico; 3) Diseño y creación del Sistema de Información Turística de Yucatán, que difunda sus resultados a través de un portal web; 4) Elaboración del Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción del Visitante en Yucatán; 5) Elaboración del Estudio para el Segmento de Turismo de Reuniones y 6) Protocolos Metodológicos de los dos últimos estudios anteriormente mencionados.

El trabajo fue desarrollado en un periodo en un periodo de 21 meses, concluyendo formalmente en julio de 2018 e incluyendo la contribución científica y técnica de 16 académicos de las cuatro instituciones de educación superior involucradas, a los que se sumaron 20 estudiantes, 12 becarios y cuatro investigadores asociados. Como productos adicionales de este proyecto se generaron tres tesis de licenciatura, cuatro ponencias en foros nacionales e internacionales, además del desarrollo del libro que ahora se presenta, resultado del esfuerzo e investigación realizado en el marco del proyecto del Observatorio Turístico de Yucatán.

La intención final del proyecto, en esta primera etapa, estuvo dirigido a generar las bases que permitan que el Observatorio Turístico de Yucatán siga creciendo y se desarrolle en posteriores etapas como un referente en la investigación académica y en la generación de información turística especializada en el estado, que contribuya al crecimiento del sector y a la generación de productos específicos, que atiendan la creciente demanda de información de la sociedad.

Finalmente, el libro que a continuación se presenta plasma los resultados de la investigación del grupo académico responsable del proyecto, como un ejercicio de trabajo interdisciplinario con el fin de describir lo que se espera que del Observatorio Turístico de Yucatán, como un organismo con participación del sector público, privado y académico, que permita el seguimiento y análisis de indicadores turísticos confiables, veraces y oportunos, generando información especializada que permita desarrollar estrategias para mejorar la competitividad del destino, apoyando la toma de decisiones de los ámbitos público y privado.

Lic. Raúl Alejandro Paz Noriega
Director de la Unidad de Planeación, Evaluación y Seguimiento
Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán
Mérida, Yucatán, México, junio de 2018.

PRESENTACIÓN

Generar, analizar, difundir información y conocimiento acerca de la actividad turística en un territorio, siempre será deseable para el mejoramiento del sector y de la comunidad que participa directa o indirectamente de él, pues emprender acciones sin el sustento de un adecuado diagnóstico o conocimiento de su contexto y determinantes, puede acarrear perdidas indeseables para todos.

Ante esta problemática muy sintetizada, se tienen propuestas como la que se presenta en este libro, la cual, como se ha mencionado en el prólogo, es fruto de iniciativas de instancias públicas como el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, la Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán y universidades participantes tales como la Universidad Autónoma de Yucatán, líder del proyecto, la Universidad Tecnológica Metropolitana, la Universidad Marista de Mérida y la Universidad Tecnológica del Poniente, quienes sumando esfuerzos y recursos, han auspiciado la elaboración de un proyecto consistente en el "Diseño del Observatorio Turístico de Yucatán e Implementación del Sistema de Información Turística", cuyo objetivo final es sustentar con información y conocimiento, las acciones relacionadas con el turismo y con su difusión. Por el lapso de poco más de dos años, investigadores y estudiantes, -becarios, tesistas, de servicio social y/o realizando prácticas profesionales- hemos tenido entre nuestos objetivos profesionales e incluso personales, el desarrollar y concluir de manera óptima, con la encomienda, con la firme convicción de que será para beneficio del Estado y sus habitantes.

Este documento sintetiza el proyecto realizado y se estructura en dos grandes secciones para una mejor organización de los temas, los cuales se plantean de la siguiente manera: la primera parte está compuesta por cuatro capítulos, en los cuales se abordarán los aspectos medulares de la conformación y funcionamiento del Observatorio, estos capítulos estuvieron a cargo de investigadores y becarios adscritos a la Universidad Autónoma de Yucatán y a la Universidad Tecnológica Metropolitana. En una segunda parte se incluyen tres capítulos, los cuales se refieren a estudios específicos solicitados por la parte usuaria del proyecto y que corresponden

a segmentos turísticos específicos del Estado de Yucatán, estos fueron elaborados por investigadores de la Universidad Marista de Mérida y por la Universidad Tecnológica del Poniente. Por último, este documento se cierra con un capítulo de conclusiones y con un anexo en el que se registran el inventario de Observatorios Turísticos analizados y los formatos de indicadores generales y específicos que se utilizaron para que representantes del sector y de la parte usuaria seleccionaran los prioritarios.

A continuación, y con el fin de engarzar los contenidos de cada apartado siguiendo un hilo conductor, se presenta una breve semblanza de cada capítulo que compone la obra.

En la Primera parte de este documento y como primer capítulo, Lara y Bolio presentan de manera sistemática los procedimientos y actividades para la creación del plan estratégico para el Observatorio Turístico de Yucatán con el cual se espera implementar su establecimiento y organizar su operación futura. Entre los varios análisis que se plantean en este capítulo se tiene el resultado de la revisión de los diversos observatorios existentes en varias partes del mundo, por lo que se incluye en el anexo, las tablas síntesis resultantes, que pudieran ser de mucho interés para la creación de observatorios en otros estados del país.

Seguidamente y como respuesta a uno de los productos solicitados en el proyecto en cuestión, Bolio y Lara exponen en el capítulo dos, las particularidades para conformar la Red de trabajo como sustento a los trabajos de creación del Observatorio, en este documento se describen sus objetivos, la misión y la visión con los que operará la Red, así como la metodología a seguir para el logro de dichos objetivos, entre otros aspectos de su organización

A continuación en el capítulo tres, Rodríguez, Kumul y Lara analizan como se relacionan los objetivos y estrategias de los Observatorios Turísticos de país con los objetivos de desarrollo sostenible con el turismo según la Organización Mundial de Turismo (OMT). También se revisan las acciones y actores involucrados en el proceso para la puesta en marcha de la Agenda 2030 en México, así como los retos y acciones sobre la implementación nacional de dicha Agenda, para que con ello se puedan dirigir algunas estrategias del Observatorio que nos hoy ocupa.

En el capítulo cuatro siguiente, Marrufo, Morales y Martín presentar los hallazgos y resultados que se generaron durante el desarrollo del sistema de información turística, plataforma digital de gran importancia para el proyecto y sobre el cual se sustentará el acervo y la difusión generada en el OTY. Estos autores plantean una propuesta técnica de implementación, se describen sus componentes, presentan los resultados generados asi como los retos y dificultades a los cuales se enfrentaron al asumir la creación de dicho sistema.

La segunda parte de este volumen contiene estudios específicos que fueron solicitados de manera expresa en el presente proyecto y que conforman ya, una parte importante de los acervos de conocimiento de los cuales se nutre el observatorio. Uno de estos estudios se presenta en el capítulo cinco, en el que

Quiñones y Centeno explican la metodología utilizada para el estudio del segmento de turismo de reuniones en el Estado de Yucatán, el cual brinda información acerca de los gustos, hábitos, gasto promedio y otros aspectos acerca de los visitantes relacionados con este segmento en el Estado, con el fin de mejorarlo.

Como parte del estudio del segmento de turismo de reuniones mencionado, Moo y Cruz analizan en el capítulo seis, los perfiles y hábitos de consumo del visitante del dicho segmento, así como su vinculación con la derrama económica. Los resultados obtenidos pueden ser relevantes para potencializar esta rama del turismo en Yucatán, así como para implementar estrategias que contribuyan a un mayor desarrollo y crecimiento económico de la entidad.

El segundo estudio que fue parte de los productos solicitados en este proyecto, fue el de Perfil y Grado de Satisfacción del Turista de los Principales Destinos Turísticos de Yucatán, mismo que es abordado en el capítulo siete por los investigadores Sánchez, Conde y Ramírez, quienes explican la metodología utilizada y el análisis del grado de satisfacción de los productos turísticos consumidos durante la visita del turista al Estado.

Por último, se cierra esta obra con un capítulo de conclusiones, como síntesis de todo lo abordado en esta propuesta para hacer realidad un Observatorio que sirva de sustento y como fuente difusión del conocimiento a todo el sector turístico del Estado de Yucatán.

Mérida, Yucatán, 2018
Ileana Beatriz Lara Navarrete
Coordinadora general del proyecto

1. PROCEDIMIENTOS PARA LA CREACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA EL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE YUCATÁN

Ileana Beatriz Lara Navarrete
María Isabel Bolio Rosado

RESUMEN

El presente documento condensa las actividades realizadas para la creación del Observatorio Turístico de Yucatán, como parte del proyecto en curso auspiciado con recursos de los fondos mixtos federales y estatales (FOMIX: Conacyt y Gobierno del Estado de Yucatán). Los procedimientos y resultados que aquí se plantean, han sido fruto del trabajo durante el período de un año, de un grupo multidisciplinario de investigadores de varias universidades del Estado, así como de estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Autónoma de Yucatán, la cual es la responsable del proyecto.

El aporte principal de este escrito, es la presentación sistemática de los recursos y procesos que se realizaron para la elaboración de una propuesta de modelo de Observatorio Turístico para el Estado y de su plan estratégico, el cuál marca el camino para su establecimiento y operación futura.

Palabras claves: *Observatorio turístico, procedimientos, creación, plan estratégico.*

Abstract

This document describes all activities performed to create The Yucatan's Tourist Observatory, which is a part of the Project sponsored by both Federal and State

funds (FOMIX: Conacyt y Gobierno del Estado de Yucatán). Procedures and results herein described, are the result of a year's work from a multi-disciplinary group of investigators from various Universities within the State of Yucatan as well as Bachelors in Tourism from the Autonomous University of Yucatan (UADY), which is the University responsible for the project.

The main contribution of this document is the systematic presentation of the resources and processes that were carried out for the elaboration of a model proposal of the Touristic Observatory for the State and, its strategic plan, which determines the way for its establishment and future operation.

Keywords: *Tourist Observatory, procedures, creation, strategic plan*

1. INTRODUCCIÓN

El turismo está relacionado con los bienes y servicios que demandan los turistas[1], es por tanto, una actividad transversal en la economía de un territorio. Su importancia radica no sólo en la capacidad para generar y propagar crecimiento en las actividades de la economía de un territorio particular a través del consumo de los turistas, sino también por ser una actividad con una alta capacidad para generación de empleos, divisas e inversiones[2] en los diferentes destinos del pais y del mundo.

La circunstancias benéficas del turismo, también se pueden percibir de muchas maneras en el Estado de Yucatán, el cual cuenta con un gran potencial turístico por su posición geográfica, sus recursos naturales y su patrimonio histórico y cultural, sin embargo, este potencial no ha sido aprovechado al máximo debido a que las campañas de promoción turísticas no han estado adecuadamente orientadas (DOF, 2013). Los productos turísticos no han sido suficientes de acuerdo al perfil del turista que nos visita y los segmentos de mercado que podrían tener mayor éxito de desarrollo de acuerdo a las características del Estado, no están aún definidos. Es evidente que el desarrollo de mercados, productos y campañas de promoción requieren estar sustentados en indicadores y datos fidedignos y oportunos que sustente la toma de decisiones y acciones para el desarrollo de la actividad turística.

En la actualidad la Secretaría de Fomento Turístico del Estado de Yucatán (SEFOTUR) tiene entre sus funciones la generación de información primaria para fines de planeación y diseño de programas (Programa de Monitoreo Hotelero

[1] La actividad turística comprende 34 actividades de base y 82 actividades de apoyo y complementarias lo que nos da una idea de la importancia del turismo en la economía de un país (INEGI, 2008).

[2] A nivel nacional el PIB turístico representa el 8.4% del PIB total nacional (INEGI, 2014).

DataTur[3] y Directorio de Servicios Turísticos InvenTur en la entidad); sin embargo, la información generada ha sido insuficiente y se requiere nuevos estudios para actualizar y ampliar la información disponible. También se hace necesario contar con una medición y análisis externo con un enfoque multisectorial y científico, para mejorar la información disponible y generar estudios especializados para el sector.

La falta de información estadística actualizada así como la ausencia de metodologías consistentes para recabar datos y generar información comparable y confiable, dificulta la toma de decisiones y es uno de los mayores obstáculos en la promoción turística no solo del Estado, sino de todo México.

Con el fin de contar con una fuente generadora de conocimiento de la actividad turística local, para su eventual utilización por parte de cualquiera de los involucrados en el este sector de la economía, han surgido en algunos Estados de México y en todo el mundo, los Observatorios Turísticos (OT) en los que se documenta de forma sistemática la evolución y efectos de la actividad turística en un destino (FIDEGOD-CESTUR, 2013), se recaba información, se generan estudios específicos y se difunde la información disponible entre los diferentes actores involucrados, todo ello para mejorar la planeación, la detección de nuevas tendencias de mercado y la implementación de acciones dirigidas al desarrollo del sector. Un sondeo realizado en diversas fuentes, indica que a nivel nacional y en la esfera internacional, existe variedad de objetivos, estructuras y modos de desarrollar las actividades dentro de sus respectivos observatorios, incluso estos se han concebido como entidades diversas, ejemplo de ello es, que al observatorio se le menciona como un espacio de análisis, también como una herramienta o instrumento y en otros casos se le presenta como una institución, todo lo cual nos plantea una diversidad de escalas y alcances operativos (Ver tabla anexa).

Independientemente de la diversidad de estructura operativa que pudieran tener los observatorios existentes, es válida la afirmación de que la finalidad de la existencia de observatorios de turismo es “la generación de información que permita a los tomadores de decisiones de la industria turística hacer su trabajo, es decir, planear, operar y controlar de manera eficiente la evolución de la dicha industria” Castañeda (2013).

El proyecto de investigación del que se deriva este capítulo, está orientado en este sentido, es decir, en la necesidad de que la actividad turística en Yucatán, cuente con estudios e información oportuna para el mejor análisis de la situación turística del Estado y se busca sentar las bases para el establecimiento en el mediano plazo

[3] En el Sistema de Monitoreo DataTur de la Secretaría de Turismo se reportan, con un mes de atraso, los principales resultados para las variables de las actividades de alojamiento en los principales destinos del país. Disponible en http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx

de un organismo independiente para gestionar y dar seguimiento a la información especializada del sector a través del diseño del Observatorio Turístico de Yucatán.

La propuesta completa del proyecto desarrollado durante 21 meses, consistió en diseñar de manera multidisciplinaria e interinstitucional, el modelo, el plan estratégico y una red de trabajo para organizar, administrar, operar y asesorar el Observatorio Turístico del Estado de Yucatán (OTY) también se diseñó e implementó el Sistema de Información Turística de Yucatán, y se realizaron los estudios de perfil y grado de satisfacción del turista y el estudio para el segmento de turismo de reuniones, todo con el fin de posibilitar la generación, gestión e intercambio de información relativa a la actividad turística del Estado, para con ello proporcionar a los prestadores de servicios, autoridades y profesionales del sector turismo, información oportuna y confiable para el diseño de estrategias y productos innovadores que impulsen el desarrollo turístico de la entidad.

1.1. Objetivo

El objetivo de este capítulo es presentar los procedimientos que se siguieron en la elaboración del plan estratégico para la definición, el establecimiento y la operación futura del Observatorio Turístico del Estado de Yucatán.

1.2. Estructura del documento

En este capítulo, además de esta introducción al tema, se presentarán dos apartados desarrollados a continuación, el de la metodología utilizada y el de los resultados obtenidos. En ambos casos se presentarán de una manera muy sintética pero estructurada claramente para su adecuada comprensión, los procedimientos y hallazgos del proyecto, dado el limitado espacio disponible para el caso, pudiéndose consultar en extenso, en el documento final de la investigación en archivos del Conacyt o de la parte usuaria, la Sefotur. Se incluye por último una conclusión y la bibliografía utilizada.

2. METODOLOGÍA

Un plan estratégico tiene el fin de plantear y orientar las acciones y estrategias para alcanzar los objetivos, en este caso la implementación del OTY. Dicho plan se conformó en etapas y en general con varios componentes que se fueron desarrollando y obteniendo mediante procedimientos específicos para cada uno, los cuales incluyeron encuestas, trabajo de campo para definir y analizar el contexto de la actividad en el medio; revisión bibliográfica y de sitios en red para el análisis de las estructuras de observatorios existentes, para lo que también se implementaron talleres con expertos -responsables de la conformación de Observatorios en

operación existentes en México-, en los que se analizaron las experiencias, factores determinantes y elementos para el diseño conceptual del OTY, haciendo referencia a modelos similares implementados a nivel nacional e internacional; se trabajó también con grupos focales entre otros, para determinar los indicadores necesarios por considerar en la futura operación del observatorio, así como el orden de importancia para el sector; y se trabajo cercanamente con el área usuaria del proyecto, la Sefotur, para apegarse a las necesidades que la propuesta debía cubrir.

Las etapas y componentes desarrollados durante los veintiún meses que ha durado el proyecto, son los siguientes:

- *Diagnóstico de la situación.* Permite conocer y entender las condiciones actuales en las que se desarrolla el sector, tanto dentro como fuera de las empresas turísticas.
- *Análisis de la situación.* Permite conocer la realidad y el contexto en el que surge la propuesta
- *Misión.* De acuerdo con Ivan Thompson (2006), la misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización, define lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, lo que pretende hacer, y el para quién lo va a hacer.
- *Visión.* Para Jack Fleitman (2000) la visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve como motivante y para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.
- *Objetivos.* Son lo que se pretenden definir, conocer, comprobar. Los objetivos son los propósitos o intenciones que impulsan los proyectos específicos. La finalidad de una investigación es alcanzar o cubrir los objetivos de la misma.
- *Estructura operativa / Estrategias.* Son los procedimientos tácticos con los cuales se alcanzarán los objetivos, incluye la definición de los tiempos y condiciones correctas para su realización.
- *Planes de actuación.* Integra los objetivos, las políticas y la secuencia de acciones principales de un proyecto.
- *Seguimiento.* Permite “controlar” la evolución de la aplicación de las estrategias; permite conocer la manera en que se vienen aplicando y desarrollando las estrategias y actuaciones del observatorio, para asegurar el logro de los objetivos.
- *Evaluación.* Proceso que permite medir los resultados y ver como estos han cumplido los objetivos planteados. La evaluación permite hacer comparaciones entre el objetivo planteado y la realidad.

Algunos de estos elementos, tales como el seguimiento y la evaluación, podrán ser implementados y efectuados una vez que el Observatorio sea puesto en funcionamiento y sea utilizado por un período de tiempo razonable.

A continuación, se presentará una síntesis de estos componentes desarrollados para plan estratégico del OTY.

3. RESULTADOS

3.1. Del diagnóstico y análisis de la situación

La información que circulan en los medios, los datos proporcionados por la Secretaría del ramo en el Estado y en los organismos federales de información corroboran que el turismo en el Estado de Yucatán presenta en la actualidad un dinamismo y crecimiento sin precedente en muchos aspectos, pero la falta de información estadística actualizada, así como la ausencia de metodologías consistentes para recabar datos y generar información comparable y confiable, dificulta la toma de decisiones y es uno de los mayores obstáculos en la promoción turística del Estado, por tanto se requiere un organismo de inteligencia que cumpla esta función, la propuesta de un OTY se hace necesaria.

También se pudo determinar que, a nivel nacional se cuenta con importantes fuentes de información que puede ser utilizada por el sector turístico, tales como el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el Banco de México (Banxico), el Instituto Mexicano de Competitividad (IMCO), entre otros, pero es un hecho conocido, que las empresas del sector carecen de herramientas estadísticas aplicadas a la realidad local que sirvan como base para la toma de decisiones. El mismo SECTUR señala en este sentido, que “existen algunos datos estadísticos sobre diferentes variables del sector, algunos agregados a nivel nacional y pocos para ciertas regiones en fuentes de información muy dispersas…¨ (SECTUR, 2013)

Mediante las actividades realizadas para el análisis de repertorio de Observatorios existentes y para nutrir el diseño conceptual del OTY ya comentados, se obtuvo la información y elementos para considerar en el modelo que nos ocupa. Del análisis de las experiencias de los observatorios turísticos de Guanajuato y Baja California, aunque similares en cuestión de objetivos y funciones, permite identificar los diferentes aciertos y los aspectos que se pueden prever para la instalación de proyectos similares en el futuro. Se puede observar que la operación de un observatorio puede tener distintos enfoques y depender de diferentes instancias públicas, privadas o mixtas para su financiamiento. (ver Tabla 1).

Tabla 1. Principales diferencias entre observatorios de Guanajuato y Baja California

Aspecto	OTEG	OTBC
Fecha de creación	2011	2012
Estructura	Forma parte de la Dirección General de Planeación de SECTUR Guanajuato.	SECTUR Baja California y el Colegio de la Frontera Norte.
Operatividad	Coordinación del OTEG, grupo técnico, red de investigadores, recursos humanos de la Dirección.	Coordinadores del OTBC, apoyo técnico, coord. trabajo de campo, encuestadores, coord. Marco muestral y supervisores de campo.
Financiamiento	Nómina y presupuesto de la coordinación a cargo de la Sectur de Guanajuato (1.5 mdp), también obtienen recursos de instituciones y organizaciones privadas, e instituciones académicas.	La Sectur de Baja California y algunos salarios los cubre la Universidad. *No especificó cantidades.
Metodología indicadores	Sistema turístico de Sergio Molina (identifica 6 áreas).	Oferta y demanda, áreas de oportunidad de la zona.
Principal fuente de información	Fuentes secundarias: Instancias y sistemas de información turística (Datatur, OMT, Inegi, Sectur, Banco de México)	Fuentes primarias: Trabajo de campo.

Fuente: Elaboración propia con base en los talleres de mayo y octubre de 2017 mencionados.

De los talleres mencionados en este apartado surgen algunas consideraciones, se sugiere que en una primera etapa:

- El Observatorio Turístico de Yucatán se establezca como un organismo descentralizado y/o con personalidad propia para asegurar su permanencia a largo plazo.
- Se pueda trabajar a través de fideicomisos y/o subsidios gubernamentales.
- Se cuente con equipo humano completo, autonomía en estructura y operatividad desde el inicio de actividades.
- La puesta en marcha del observatorio deberán cuidar algunos aspectos tales como: el desarrollo de una metodología adecuada (con base en los objetivos

e indicadores que se definan), la integración de un equipo de trabajo multidisciplinario, la supervisión del trabajo de campo, la capacitación del equipo y la comunicación constante entre los actores involucrados.

En etapas subsiguientes:

- Es importante la inclusión de un organismo de información y transparencia de datos para manejar información certera y respaldada.
- Será necesario enfocar parte de los esfuerzos al mantenimiento y a la constante actualización de la página web, principal medio de divulgación que utilizará el OTY, también será indispensable contar con los requerimientos técnicos que permitan su funcionalidad y la generación de la información.

3.2. Modelo para la organización, administración y operación del OTY

El Observatorio Turístico de Yucatán se concibe como:

- Un organismo de inteligencia compuesto por un observatorio turístico generador y condensador de información y por una herramienta de gestión del conocimiento e información generados y/o condensados, de manera digital, accesible, ágil y actual.
- Un organismo de carácter técnico, de apoyo a la gestión, que requiere de competencias y metodologías de alta especialización por parte de los profesionales que las desarrollen.
- Una entidad que perdure en el tiempo pues la información estadística adquiere mayor relevancia y utilidad para orientar un desarrollo turístico sustentable, si puede dar cuenta de una evolución de los procesos y de su dinámica en el largo plazo.
- Un Proyecto Piloto de manera inicial, con tiempos definidos para evaluar su gestión, resultados y perspectivas a fin de decidir la validez de su permanencia como un instrumento de apoyo al desarrollo turístico regional, pero siempre con la perspectiva del desarrollo de estrategias que permitan su funcionamiento permanente y sustentable en el largo plazo.
- Un Organismo independiente que considere las voluntades de todos los sectores interesados en el desarrollo turístico regional, tanto públicos como privados y sociales, la integración de las diferentes visiones, perspectivas e intereses turísticos de la región aseguran la autonomía y con ello la credibilidad del organismo. Por otro lado, su dependencia, al menos hasta su consolidación total, será de carácter público-privado, es decir podría asegurar parte importante de su financiamiento a través de fondos públicos, sin perjuicio de incrementar sus recursos ya sea con fondos privados, fondos concursables o venta de productos de elaboración propia.

3.2.1. Misión. Monitorear, generar, concentrar, procesar y difundir información pertinente, confiable, actualizada y continua, acerca del turismo en el Estado de Yucatán, para apoyar la gestión turística, el diseño de estrategias y la toma de decisiones efectivas que posibiliten una mayor competitividad en los destinos de la entidad.

3.2.2. Visión. Ser reconocido como el centro de referencia e inteligencia en materia turística en el Estado de Yucatán, impulsando la competitividad del sector y contribuyendo así al desarrollo regional, logrando la internacionalización y reconocimiento de la Organización Mundial del Turismo en un plazo deseable no mayor a cinco años.

3.2.3. Objetivo. El Observatorio Turístico del Estado de Yucatán tiene como objetivo la generación e integración de información relevante que permita el seguimiento y análisis constante de indicadores turísticos confiables, ciertos, pertinentes y actualizados, para el desarrollo de estrategias que contribuyan a mejorar la competitividad de los destinos del Estado de Yucatán y coadyuven a la toma de decisiones tanto en el sector público como en el privado. Este objetivo se pretende alcanzar con la participación de los sectores público, privado, académico y social.

3.2.4. Alcance geográfico. Incluye a los 106 municipios del Estado de Yucatán, de manera especial a los 35 municipios detectados con mayor potencial turístico del Estado, por parte de la Secretaría de Fomento Turístico estatal (Sefotur).

3.2.5. Circunstancia legal. El OTY podrá funcionar con base en una estructura jurídica sencilla y fácil de implementar, que le permita establecer contratos y recibir recursos de diverso origen, incluido la venta de productos que se deriven de su ejercicio declarado oficialmente. Con base en los criterios mencionados, se puede considerar al OTY como un Proyecto Piloto, organizado como una unidad especializada, al interior de la Sefotur, con fondos asignados específicamente para el Observatorio y siendo parte de este organismo para cualquier efecto legal, pero respondiendo a los lineamientos de una instancia de coordinación público-privada operativa en la región.

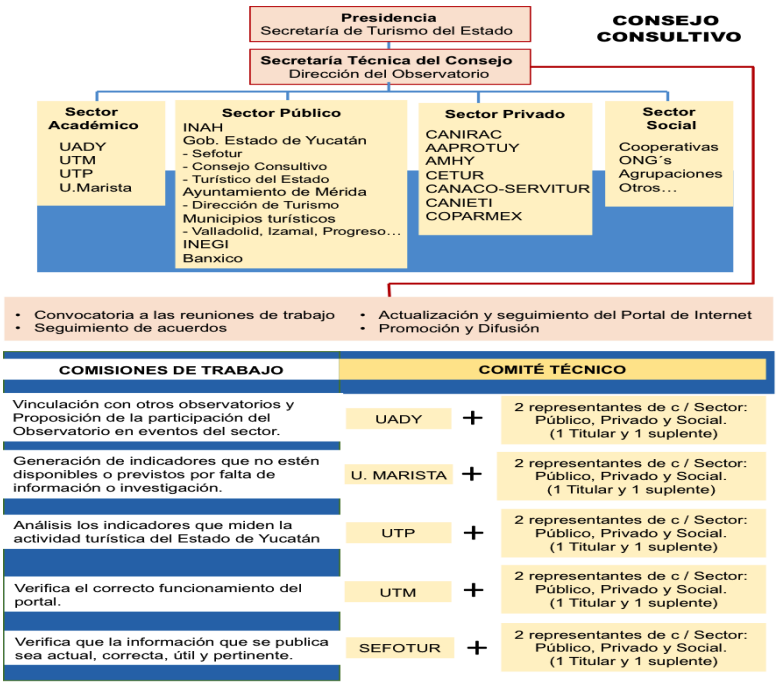
3.2.6. Donde se instalará y operará el Observatorio. Se propone que la implementación del Observatorio Turístico de Yucatán sea una entidad independiente que pudiera albergarse físicamente en sus inicios, en el seno de las universidades locales, en específico en la Universidad Autónoma de Yucatán, universidad pública líder en este proyecto y con amplia trayectoria en el ámbito de la investigación, también se considera que en este ámbito académico se pueden propiciar la continuidad en el tiempo sin depender de los cambios en los gobiernos y organismos públicos. Es importante considerar que el espacio físico para albergar al Observatorio no se tiene actualmente y habría que realizar las gestiones necesarias con las autoridades universitarias para se pudiera asignar algún espacio para dicho fin. Lo deseable es que se pudiera contar con un espacio propio construido o rentado para el caso y

que brinde definitividad al organismo, dado que, para la Universidad, el tema del espacio tiende a ser un reto de gestión constante.

3.3. Estructura Operativa del Observatorio

Para su adecuado funcionamiento el Observatorio requiere una estructura organizacional que esté de acuerdo con los objetivos y estrategias declaradas, para efectos de optimizar su gestión, se deberá conformar un Consejo consultivo o de toma de decisiones, un Comité técnico que asuma las diferentes comisiones de trabajo y un Grupo de producción y difusión o cuerpo de investigación de alto nivel, así como diversos auxiliares tanto para la generación, el diseño, la presentación y la difusión de la información. En la Imagen 1, se señalan los integrantes del Consejo y a los del Comité técnico con sus respectivas comisiones de trabajo. La estructura podrá actualizarse y contará con un reglamento interno. En la Imagen 2, se presenta el organigrama derivado de esta estructura.

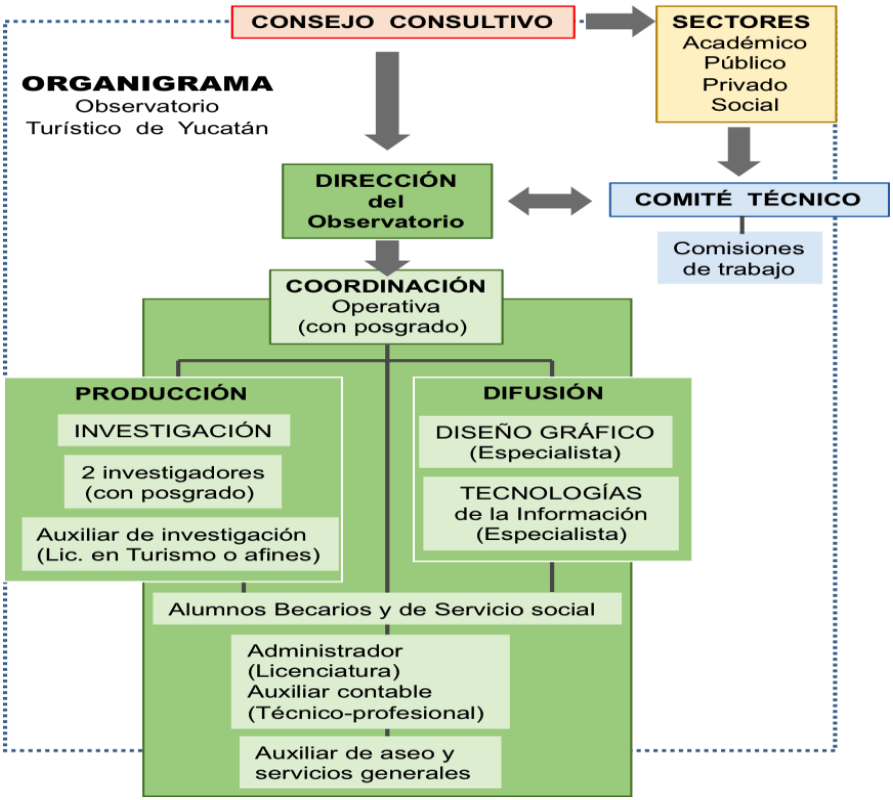
Imagen 1. Estructura operativa del Observatorio Turístico de Yucatán



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Se propone que el Observatorio turístico de Yucatán pueda implementarse en dos etapas de consolidación, una inicial a manera de "prueba piloto" con duración máxima de 36 meses, u otra posterior, de mayor consolidación e independencia por tiempo indefinido de acuerdo con los recursos con que se cuente y a las necesidades que de él se tenga, por lo tanto, el recurso humano requerido se irá consolidando también. En la Imagen 2, se presenta el organigrama derivado de la estructura previa, en el se observan los vínculos entre los participantes del OTY.

Imagen 2. Organigrama del Observatorio Turístico de Yucatán.



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Para que el OTY pueda funcionar adecuadamente requiere de espacios físicos para oficinas y el debido mobiliario, equipo e infraestructura que permita el desarrollo de las actividades propias del mismo para el logro de los objetivos, por lo que la propuesta incluye el desglose de estos elementos. Idealmente el Observatorio debe disponer también de un vehículo para trabajo de campo en zonas apartadas del Estado.

3.4. Planes de Actuación

Los procedimientos con los que se pretende el logro de los objetivos en el Observatorio Turístico de Yucatán responderán a una secuencia de acciones:

Se parte de una necesidad de información detectada o solicitada por alguno o varios de los actores de los sectores involucrados en la actividad turística, sean estos del ámbito público, del sector privado; del medio académico e investigativo o de los medios de comunicación que requieren información para sus noticias al respecto. La solicitud de información será requerida y consensada con las comisiones y con quien esté a cargo de la dirección del observatorio, quién a su vez, sesionará con el grupo investigador para definir los procedimientos, acciones, participantes y determinar los montos de las actividades de manera general. Con esta información general del proyecto solicitado, la dirección podrá convocar al Consejo y sus comisiones, para su evaluación y posible aprobación para la puesta en marcha de su proyección y realización. Acciones 1, 2 y 3 en la Imagen 3.

Una vez aprobado el proyecto de investigación y el acopio de información, el grupo investigador y realizador, definirán con más precisión todos procedimientos, factores, montos y tiempos que influirán en las actividades para obtener un programa de trabajo. Las actividades incluirán según sea el caso, tanto generación de información propia mediante levantamientos de datos en campo, como recopilación y análisis de datos de fuentes externas. Toda la información será preparada para la elaboración del informe final y su integración al sistema en línea del Observatorio, con lo que se dará respuesta a la necesidad inicial. Acciones 4, 5, 6 y 7 en la Imagen 3.

Imagen 3. Secuencia de acciones y participantes en el Observatorio Turístico de Yucatán

Fuente, Elaboración propia, con base en la información y acuerdos de los talleres y reuniones de trabajo con los integrantes de la Red de apoyo al Observatorio. 2017.

Se consideran procedimientos de seguimiento, evaluación y retroalimentación, para un cercano seguimiento de lo publicado, para mejorar las estrategias de la agencia y propiciar el compromiso de los demás actores con las mismas, a la vez de mantener activos los canales de comunicación, para ello, el observatorio podrá solicitar continuamente la opinión de los diferentes actores de la industria.

Los productos de información generados en el observatorio, podrán ser tener diferentes modalidades de presentación, contenido y temporalidad, pudiendo ser: gacetas informativas, reportes de periodos vacacionales y/o puentes; infografías temáticas, estudios de temas específicos, encuestas dirigidas a tópicos especiales, análisis de coyuntura, informes periódicos, monitoreo regional y otros, siempre de acuerdo con las necesidades del sector y con diferentes temporalidades y formas de accedes a ellos. Se determinó la factibilidad y etapas para su generación con más detalle en las tablas contenidas en el documento original del plan estratégico.

3.4. Demanda de información e Indicadores seleccionados por el sector

Con el fin de definir los temas de interés principales de sector turístico, se realizó un ejercicio de definición de indicadores que pudiera abarcar la gran variedad de aspectos que influyen e impactan en la actividad turística, para ello se revisaron los utilizados en gran parte de los observatorios nacionales e internacionales que formaron parte del análisis de repertorio de este proyecto y con otros en formación, pudiéndose definir un listado y que se utilizó para trabajar con representantes locales del sector (hoteleros, restauranteros, agencia de viajes, touroperadoras) así como con la parte usuaria de este proyecto. A continuación, las tablas síntesis (2 y 3) con las opiniones recabadas acerca de la importancia de los indicadores que se requieren abordar e investigar en el OTY.

Tabla 2. Elección de Indicadores generales por parte del sector y la parte usuaria

No.	Indicadores Generales	Sitio de importancia asignado y %	
		Parte Usuaria	Representantes del Sector
1	**Demanda** Número de llegadas de viajeros. Gasto. Medio de transporte utilizado Grado de satisfacción y valoración del destino Industria de congresos y convenciones. Turismo de negocios.	1º	1º
2	**Oferta Turística** No. de establecimientos y cuartos disponibles de hospedaje comercial por tipo y categoría. Recintos para reuniones. Atractivos turísticos.	2º	2º
3	**Promoción** Imagen y marca Participación en ferias. Visitantes a sitio web. Publicidad. Otras actividades (Fam's, V. de inspección)	3º	4º
4	**Resultados de desempeño** Personal empleado en el sector turístico Beneficios económicos Pib turístico Impacto económico. Inversión	4º	3º
5	**Otros** 1. Indicadores genéricos. 2. competitividad de los negocios y destinos turísticos.	5º	5º
	Coincidencias de la importancia asignada entre la parte usuaria y los representantes del sector		

Tabla 3. Elección de Indicadores específicos para Yucatán por parte del sector y la parte usuaria

No.	Indicadores Específicos en el Estado	Sitio de importancia asignado y Porcentaje				
		Parte Usuaria	Representantes del Sector			
1	Creación de circuitos y rutas	1º	1º - 40	3º - 60	---	---
2	Control de actividades turísticas	2º	2º - 80	6º - 20	---	---
3	Manejo de grandes eventos	3º	1º - 40	3º - 40	7º - 20	---
4	Cruceros	4º	5º - 20	6º - 40	7º - 40	---
5	Estado de playas	5º	7º - 20	8º - 40	12º-40	---
6	Efectos en las comunidades	6º	4º - 20	5º - 50	9º - 20	---
7	Calidad del agua de mar	7º	10º - 40	11º - 40	13º - 20	---
8	Conservación del Patrim. Arquitec.	8º	4º - 20	5º - 20	6º-40	9º - 20
9	Ecosistemas frágiles	9º	8º - 20	9º - 20	10º - 40	12º - 20
10	Acceso a los bienes locales	10º	4º - 20	8º - 40	9º - 40	---
11	Mitigación del cambio climático	11º	10º - 20	11º - 40	13º - 40	---
12	Satisfacción local con el turismo	12º	1º - 20	2º - 20	4º - 40	---
13	Contaminación del aire	13º	11º - 20	12º - 40	13º - 40	---

5º - 20, debe entenderse como: 5º lugar de importancia y 20 % de los representantes del sector lo consideraron asi

Coincidencias de la importancia asignada entre la parte usuaria y los representantes del sector

Fuente ambas tablas: Elaboración propia, con base en las opiniones de representantes turísticos locales. Oct. 2017.

3.5. Membresías, Convenios, Alianzas

Es importante considerar la membresía del Observatorio en diversas revistas y organizaciones internacionales relacionadas con el turismo, a partir de las cuales se obtiene acceso a datos del sector, reportes internacionales y la posibilidad de adoptar metodologías internacionales.

Se contempla el establecimiento de convenios con otros actores y organismos públicos y privados (otros observatorios, universidades, municipios del estado, el Aeropuerto Internacional de Mérida, la Asociación de Hoteles y restaurantes, entre otros), con los que se puede compartir el costo de proyectos específicos, optimizando procesos de obtención de datos y reduciendo los gastos de operación.

3.6. Sistema de Información Turística del OTY

El sistema que contendrá y difundirá la información generada es una plataforma en línea, es decir, es un sistema de internet con una arquitectura modular basada principalmente en 2 componentes:

Sistema de Información Turística. Por medio de éste todos los actores del observatorio podrán registrar la información recabada en las encuestas de campo para que posteriormente el sistema genere los resultados propios del análisis estadístico de los indicadores definidos para cada estudio.

Portal web del Observatorio Turístico. Este componente tiene la finalidad de publicar los resultados generados por los trabajos de campo, así como cualquier

información que el comité del observatorio turístico considere pertinente para la publicación al público en general.

Las tecnologías utilizadas para la conformación de la plataforma son de código abierto, esto con el objetivo de eliminar los costos de licenciamiento de software, otro beneficio que se adquiere al utilizar estas tecnologías es facilitar la transferencia de la plataforma al cliente final del proyecto.

3.7. Estrategias de financiamiento

Un aspecto de gran importancia para la permanencia en funciones del Observatorio, es poder contar con financiamiento constante y seguro para sus gastos de operación. Se ha considerado que dado que la información es utilizada por todos los sectores involucrados en el turismo, sería congruente que todos ellos aporten para su mantenimiento, sin embargo un sondeo general con el sector privado indica que este no tienen la capacidad ni la disposición para financiar o cofinanciar de manera significativa una iniciativa como ésta. La estrategia de financiamiento para los primeros 36 meses del Observatorio, debe centrarse por tanto, en un financiamiento con recursos públicos, pudiendo ser autosustentable en recursos de manera paulatina. Los recursos provendrían de varias fuentes: Sector público; desarrollo de fuentes alternativas de financiamiento como la venta de productos y servicios y fondos concursables nacionales e internacionales y posibles aportaciones de Cámaras y Asociación de Hoteles y Restaurantes, vía pago por elaboración de proyectos específicos.

3.8. Seguimiento

De todos los procesos que se desarrollen al interior del observatorio, este rubro presenta una doble actividad: por un lado en necesario considerar el seguimiento a la adecuada operatividad y al buen funcionamiento del Observatorio, para lo cual se cuenta con el órgano de Consejo como monitor interno, en este sentido también se propone implementar encuestas del desempeño y de la calidad del servicio prestado en línea dentro del sistema; por otro lado es importante el cercano seguimiento de los productos publicados y difundidos, para lo que se sugiere diseñar un instrumento cuyo fin sea manifestar el nivel de aceptación de dichos productos. Esta herramienta debe ser accesible a los usuarios del Observatorio para que estos puedan externar su opinión al respecto.

3.9. Evaluación

Ambas esferas de seguimiento mencionadas, son indispensables y sirven de base para la evaluación de todo el sistema del Observatorio. La evaluación podrá ser

realizada tanto de manera externa y en línea por parte de los usuarios que pueden expresar sus puntos de vista acerca de la calidad del servicio, como en forma interna por parte de los participantes en la generación de la información y en la gestión del observatorio, mediante el análisis de sus procesos, de sus productos y sus servicios. Se propone por tanto, el diseño de las herramientas de evaluación interna y externa, cuyas características principales sean la claridad y la accesibilidad para su uso eficiente.

Tanto el seguimiento como la evaluación de los procesos al interior del Observatorio son acciones que requerirán dar respuestas a manera de retroalimentación en la operatividad del mismo, con lo cual se considera que la mejora del sistema debe ser permanente y completamente integrado en todos los aspectos.

4. CONCLUSIONES

El Observatorio Turístico del Estado de Yucatán tiene como objetivo la generación e integración de información relevante que permita el seguimiento y análisis constante de indicadores turísticos confiables, ciertos, pertinentes y actualizados, para el desarrollo de estrategias que contribuyan a mejorar la competitividad del destino (Estado) y coadyuven a la toma de decisiones tanto en el sector público como en el privado. Su alcance será estatal, con el desarrollo de un plan estratégico del observatorio apegado a la realidad, se están considerando las necesidades y oportunidades en el Estado.

Este objetivo se pretende alcanzar con la participación y representación del sector público, privado, académico y social, con una estructura que contemple independencia en su gestión pero con un cuerpo de apoyo en la toma de decisiones (Consejo consultivo) y una asignación presupuestaria suficiente y segura que le permita operar y tener continuidad en el tiempo, independiente de los períodos políticos y administrativos de las partes financiadoras, las cuales se proponen que de manera convenida oficialmente, aporten los recursos necesarios.

El impacto potencial de un observatorio se puede dimensionar de una gran proporción para el sector y para los destinos, si se considera la profundidad de una frase adoptada por Earth Check, la mayor fuente de información para la investigación del turismo sustentable en el mundo, la cual señala que “no podemos gestionar destinos si no sabemos, cantidades, cifras, situaciones” fidedignas, actualizadas, pertinentes. Esto nos indica, que la falta de información o la información desagregada con la que se cuenta actualmente en muchos estados puede estar siendo una limitante para su adecuada gestión turística, lo cual impacta de manera negativa en amplios sectores sociales vinculados a la actividad. Lo cual se confirma con lo mencionado por Claudia Avalos Betancourt en el taller que impartió acerca del OTEG (2017), “Sin información no es posible la toma de decisiones asertivas.”

Es claro que no se puede planear sin datos, y que es necesario cambiar la percepción de la utilidad de la información para la toma de decisiones. La información no sólo funcionará para tener un monitoreo permanente de la actividad turística en el estado, sino que también incrementará la posibilidad de inversión y la competitividad de las empresas y el sector, de ahí la gran importancia de que el Estado de Yucatán cuente con su observatorio turístico el cual permitiría al sector turístico sustentar mejor sus acciones, crear y orientar mejor sus productos, mejorar la competitividad de sus destinos, prever el rumbo de crecimiento de toda la industria turística estatal.

BIBLIOGRAFIA

Castañeda, C. (2013) Acerca de los Observatorios turísticos en México, SECTUR/OLAC, Recuperado en: http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/dde64-411Mesa2_CesarCastaneda_1erENIOTGto.pdf

CONACYT-UADY, 2017, Talleres de consulta para definir el modelo de operación el plan estratégico y el establecimiento de la red de trabajo para el Observatorio Turístico de Yucatán, Mérida, S/Ed.

DATATUR, (2016) Programa de Monitoreo Hotelero, Recuperado en: http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadHotelera.aspx

DOF, (2013) Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, Recuperado en: http://www.sectur.gob.mx/PDF/PlaneacionTuristica/Prosectur_2013_2018.pdf

FIDEGOG-CESTUR, (2013) Desarrollo de la metodología para la implementación de observatorios turísticos en destinos en México, SECTUR, 142 P.

2. RED DE TRABAJO INSTITUCIONAL E INTERDISCIPLINARIA PARA EL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE YUCATÁN

Bolio Rosado María Isabel
Lara Navarrete Ileana Beatriz

RESUMEN

La Red de Trabajo del Observatorio Turístico de Yucatán (OTY) surge del proyecto "Diseño del Observatorio Turístico e implementación del sistema de información turística del Estado Yucatán", en el marco de la convocatoria emitida el Fondo Mixto (Fomix) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) el primero de abril del año 2016. En respuesta a la convocatoria, se establece una red de trabajo que incorpore a los representantes de los sectores público, privado, académico y social relacionados con la actividad turística del Estado, a través de la cual se incube el modelo antes mencionado como una herramienta para ofrecer a diferentes instancias, el suministro de datos e interpretaciones de los mismos que permitan conocer aspectos relevantes del desempeño de las actividades turísticas.

De manera particular el sector turístico en el Estado de Yucatán, requiere fuentes de información que cumplan estas características que permitan el desarrollo e implementación de políticas públicas óptimas y que faciliten el desarrollo de estrategias empresariales que generen un impacto positivo.Para tal efecto es necesaria la conformación de una red de trabajo que genere este modelo, la cual implica un compromiso colaborativo de dos o más actores que interactúan para lograr este objetivo común.

En el presente trabajo se exponen los objetivos, la misión y la visión con los que operará la Red de Trabajo institucional e inter-disciplinaria para el Observatorio Turístico de Yucatán, la metodología a seguir para el logro de sus objetivos, así como

la identidad de la red, la estructura de trabajo, los componentes de la red y los atributos de la misma, concluyendo con su formación y listado de participantes

Palabras claves: *Red de Trabajo, Observatorio turístico, Conformación, compromiso colaborativo*

Abstract

Work Network for the Yucatan Tourist Observatory (OTY) arises as part of the project "Design of the Tourist Observatory and Implementation of the Tourist Information System from the State of Yucatan" within the framework of the call issued by the Mixed Fund (Fomix) and the National Council of Science and Technology (Conacyt), on April 1st, 2016. In response to the abovementioned call, we proceed to establish a work network that incorporates the representatives from the public and private, academic and social sectors related to the tourist activity in the State of Yucatan, through which incubate the Tourism Observatory model as a tool to offer to different instances, the supply of data as well as its interpretation that will allow to know relevant aspects of the performance from tourist activities.

In a very particular way the touristic sector in the State of Yucatan requires information sources that meet the characteristics that allow the development and implementation of optimal public policies and that facilitate the development of business strategies which will impact in a positive way. For this purpose, it is necessary to create a work network that generates this model, which implies a collaborative commitment from two or more actors who interact to achieve this common goal.

The Objectives, the Mission and Vison, with which the Institutional and interdisciplinary Work Network for the Yucatan Tourist Observatory will operate, are hereby exposed as well as the methodology to follow for the achievement to its objectives, as well as the identity of the work network, the performance structure, the components of the network itself and its attributes. Concluding with its formation and a list of participants

Key words: *Work Network, Touristic Observatory, Conformation, commitment, collaborative.*

INTRODUCCIÓN

De acuerdo al Consejo de Promoción Turística de México en su artículo Panorama del Sector Turístico (2018), el turismo es uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos en el mundo actual, tanto por su nivel de inversión, participación

en el empleo, aportación de divisas, como por la contribución al desarrollo regional. Contribuye directamente con el 10% del PIB mundial y genera uno de cada diez empleos. Además, la Organización Mundial del Turismo estima que para el año 2030 se alcanzará la cifra de mil 800 millones de turistas internacionales en el mundo.

La importancia del turismo para la economía mexicana es indudable, sus beneficios no solo se reflejan en ser una industria que genera empleos y en ser un detonador del desarrollo local y regional, sino que además es factor de difusión de atractivos culturales y naturales.

A continuación, se muestran los resultados de flujo del turismo internacional que ingresó al país al cierre de 2017 y en enero de 2018 (CPTM 2018):4

Imagen 1. Resultados de la actividad Turística al cierre de enero 2018.

Fuente: CPTM

[4] Consejo de Promoción Turística de México

Debido a lo anterior, es fundamental conocer los elementos que afectan la actividad turística y tener información de ellos, (preferencias de los turistas, destinos más demandados, gasto promedio, porcentaje de ocupación hotelera, motivo del viaje, pernocta promedio, etc…) El aprovechamiento de esta información se podría traducir en oportunidades de mejora en las políticas empresariales, en las políticas públicas y en la toma de decisiones para la competitividad y desarrollo de una empresa en particular, de un sector y del destino mismo.

La información representa la base fundamental para la toma de decisiones en cualquier sector y es necesario que las fuentes de información proporcionen datos fidedignos y confiables para que estas se consideren realmente útiles en el desarrollo de un plan estratégico o en el surgimiento de nuevas oportunidades de desarrollo económico.

Diferentes instancias reconocen la falta de información turística actualizada, así como la ausencia de metodologías consistentes para recabar datos y generar información comparable y confiable del sector, para una eficiente toma de decisiones, a pesar de la existencia de importantes fuentes de información a nivel nacional, tal como refiere el Centro de Estudios Superiores de Turismo en el documento que describe el Desarrollo de la metodología para la implementación de los Observatorios Turísticos en México (CESTUR, 2013) .

A través de un trabajo de investigación colaborativo que facilite el intercambio de saberes y experiencias, y con el fin de desarrollar y enriquecer el objetivo del proyecto en referencia, la Red de Trabajo del OTY basa su estructura y conformación a partir de una investigación analítica de la normatividad registrada en la Ley de Ciencia y Tecnología al respecto, así como en los Lineamientos para la Formación de Redes Temáticas del Comité Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y tomando como ejemplo otros modelos nacionales e internacionales de Observatorios Turísticos (OT), adaptando su estructura y funcionalidad a características y exigencias propias del entorno y creando para la misma un comité técnico académico (CTA) cuya función, en este caso, recae sobre los investigadores representantes de la Universidad Autónoma de Yucatán, quienes se encargan de establecer los lineamientos para que la integración de este equipo sea eficiente.

OBJETIVO GENERAL DE LA RED DE TRABAJO DEL OTY

El propósito de la Red de Trabajo del OTY consiste en asesorar de manera interinstitucional e interdisciplinaria en el diseño y operación del Observatorio Turístico del Estado de Yucatán.

MISIÓN

Asesorar en el diseño e implementación de un modelo de Observatorio Turístico adaptado a las necesidades de acopio y análisis de información unificada y confiable para el uso de la industria turística del Estado de Yucatán, los investigadores de turismo y autoridades públicas.

Validar la medición, verificación y difusión de la información generada a partir de la actividad turística registrada en el Estado, a través de la plataforma del Observatorio Turístico de Yucatán.

VISIÓN

Ser reconocidos como un ente responsable de la elección, el análisis, la evaluación y validación de los productos generados por el Observatorio Turístico en el Estado de Yucatán, posibilitando la formulación de diagnósticos relevantes para los actores vinculados al sector y ser un referente de prestigio en la difusión de información unificada y confiable a nivel internacional.

METODOLOGÍA PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS DE LA RED

Para asesorar de manera interinstitucional e interdisciplinaria en el diseño y operación del Observatorio Turístico del Estado de Yucatán, se implementó la metodología que se detalla a continuación de manera general:

- Recopilación de información pertinente que permita la elaboración de un modelo adecuado para el establecimiento de la red de acuerdo con la realidad y las necesidades del sector turístico en el Estado de Yucatán, mediante la revisión de un repertorio de redes de investigación turística a nivel nacional e internacional.
- Revisión de la estructura y lineamientos mediante los que operan redes existentes, como la Red Temática de Estudios Multidisciplinarios de Turismo (REMTUR) entre otras.
- Análisis y revisión del modelo en que operan las Redes de expertos en ciencia, tecnología y sociedad
- Obtención de información pertinente de todos los actores que intervienen en el desarrollo del sector turístico del estado, que cuenten con el expertise para asesorar el diseño y operación del Observatorio Turístico del Estado de Yucatán, considerando para ello, el registro oficial que se tiene de los representantes y directivos de las principales cámaras y asociaciones relacionadas con el sector Turístico. Dicho registro es el directorio con el que trabaja la Secretaria de Fomento Turístico del Estado (Sefotur).

- Contar con los integrantes de manera interinstitucional e interdisciplinaria, cuyo compromiso de participación real en las actividades, reuniones, juntas de trabajo, y evaluaciones sea manifestado por escrito.
- Establecimiento formal del compromiso e interés por cada uno de los actores determinados y validados por la Secretaria de Fomento Turístico del estado.

Una vez puesta en operación la red, se han realizado las acciones siguientes:

- Contar con información detallada y actual sobre la actividad turística del estado y con propuestas estructuradas del sector para su revisión, análisis y evaluación. Por lo que se preparó con anticipación los documentos y/o presentaciones a exponer ante el pleno durante las reuniones periódicas de la misma red.
- Convocar y realizar reuniones de trabajo con objetivos específicos, listas de asistencia, minutas, orden del día, fotos grupales y otras evidencias que dejen en manifiesto el trabajo realizado por la red.
- Conciliar acuerdos en reuniones con votación abierta por parte de cada uno de los integrantes de la red.
- Validar informaciones y propuestas mediante la firma de la mayoría (50% +1) de los miembros titulares de la red.

IDENTIDAD DE LA RED DE TRABAJO OTY

La Red de Trabajo del OTY se encuentra conformada por investigadores representantes de diversas instituciones educativas de nivel superior y la Secretaría de Turismo, que desarrollan e implementan una plataforma de información unificada y confiable para el uso de la industria turística local, los investigadores de turismo y autoridades públicas. De igual manera se encuentra integrada por representantes de las cámaras que constituyen la inversión privada, sin embargo, por la etapa de desarrollo en la que el presente proyecto se encuentra, la integración de todos los miembros aún se encuentra en proceso.

La intervención de las instancias participantes será sin duda importante en tanto formador de recursos humanos para la investigación del más alto nivel y la premisa de perseguir la sustentabilidad ambiental, económica y social del turismo donde los diferentes sectores, público, privado y social, estén informados y sean capaces de unir esfuerzos para preservar la base de la riqueza material e inmaterial de nuestra región.

ESTRUCTURA DE LA RED DE TRABAJO OTY

Para la conformación de la red partimos de la demanda específica presentada por la Sefotur a través de la convocatoria mencionada al inicio de este documento, sustentada por el apoyo de Conacyt para presentar un proyecto que proporcione una solución específica a las necesidades de información expuestas anteriormente.

Es la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY) quien toma el liderazgo de este proyecto e integra a la red con representantes de instituciones educativas del Estado que se encuentran interesadas en el objetivo que este proyecto persigue, además de ser altamente calificadas por estar directamente relacionadas con el sector turístico y las áreas del conocimiento que se requieren para fortalecer el equipo y lograr óptimos resultados del esfuerzo colaborativo. De igual manera la UADY en esfuerzos coordinados con Sefotur convoca la participación de otros actores relacionados con el sector turístico que resultarían beneficiados con los resultados que se pretenden alcanzar al implementar el observatorio.

El consejo técnico representado por la UADY convocó a miembros de la red activos y potenciales colaboradores representantes de diversas cámaras del sector productivo y representantes de turismo municipales, a participar en los talleres del Observatorio Turístico de Yucatán que se llevaron a cabo, en los cuales se contó con la presentación y asesoría de la Dra. Nora L. Bringas, presidenta de la Academia Mexicana de Investigación Turística y Coordinadora General del Observatorio Turístico de Baja California, y de la Maestra Claudia Avalalos Betancour, Directora de información y análisis de la Secretaría de Turismo del Estado de Guanajuato, experta en el desarrollo y puesta de en marcha de Observatorios Turísticos quienes, compartieron la experiencia de la conformación, metodología y resultados obtenidos tras la implementación de los observatorios de Baja California y Guanauato. Esta actividad permitió despertar el interés de los miembros potenciales y facilitar el camino para su integración a la red, al identificar la importancia y el impacto positivo que los resultados aportarán a los intereses estratégicos de cada uno de ellos.

A las instituciones educativas de nivel superior que participan en la conformación de la red se les han asignado tareas específicas que al integrarse dan como resultado la propuesta del modelo de observatorio que se persigue. Cada uno de los integrantes de la red pertenece a un grupo de trabajo que representa un actor específico en su conjunto y se reconocen como nodos que interactúan intercambiando y complementando los resultados de la investigación y actividades propias para la obtención de los resultados esperados.

Cada nodo correspondiente a las instituciones educativas de nivel superior se encuentra integrado al menos por tres investigadores responsables de desarrollar actividades específicas relacionadas con su área de “expertise”, quienes deberán

compartir los resultados del trabajo asignado en los periodos establecidos para la integración de la información que servirá para nutrir el proyecto.

Las instituciones educativas que tienen presencia activa en el presente proyecto a través de los nodos que colaboran en la red de trabajo son: la Universidad Autónoma De Yucatán, Universidad Tecnológica Metropolitana de la ciudad de Mérida, Universidad Tecnológica del Poniente y la Universidad Marista. A su vez, cada uno de estos nodos cuenta con la colaboración de jóvenes universitarios que debido a su formación profesional aportan una valiosa contribución al desarrollo de actividades de campo específicas y necesarias. Cada nodo académico, de manera independiente asigna estas actividades a los becarios, de acuerdo a los requerimientos de los resultados deseables en cada una de las etapas del proyecto.

COMPONENTES DE LA RED Y TRABAJO ESPECÍFICO

Las actividades y responsabilidades asignadas a cada nodo académico se detallan a continuación:

Universidad Autónoma de Yucatán (UADY)

- Dentro de la Red fungirá como la institución líder que organiza las actividades y los vínculos entre los participantes, para el logro de los objetivos del proyecto.
- Diseñar el modelo de organización del Observatorio Turístico de Yucatán.
- Desarrollar el Plan Estratégico del Observatorio turístico de Yucatán, para su establecimiento y operación de manera que permita el desarrollo y la sustentabilidad del presente proyecto en diferentes plazos de tiempo.
- Establecer la red de trabajo con la participación de la iniciativa privada del sector turístico, de las instituciones públicas y académicas, con la finalidad de que asesore en el diseño y operación de dicho observatorio y su aspecto operativo.

Universidad Tecnológica Metropolitana (UTM)

- Diseñar e implementar el Sistema de Información Turística de Yucatán mediante una plataforma turística digital amigable que reúna la información necesaria de los indicadores de la actividad de este sector de la economía y que coadyuve a mejorar la toma de decisiones de las empresas de este mismo sector.

Universidad Tecnológica del Poniente (UTP)

- Elaborar el estudio: Perfil y Grado de Satisfacción del Visitante en Yucatán, mediante el cual se generará información estratégica sobre el perfil socioeconómico y tendencia de gasto de los visitantes del Estado.

Universidad Marista de Mérida (UMM)

- Elaborar el estudio: Segmento de Turismo de Reuniones, que proporcione una aproximación sobre los hábitos, la derrama que origina y el perfil de consumo del visitante por reuniones, viajes de incentivos, congresos, convenciones y/o exposiciones que se realizan actualmente en el Estado.

La Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)

- Acompañar a cada uno de los equipos de trabajo integrados en la red como asesor y guía en el diseño, validación e implementación de herramientas, en función a las necesidades que presenta como usuario principal.

Dirección Municipal de Turismo del Ayuntamiento de Mérida

Cámaras y organizaciones invitadas

- Dentro de la Red tendrán la encomienda de analizar y validar la información y propuestas generadas en el seno del Observatorio Turístico de Yucatán. Se ha contado con la participación y el interés en el taller, integrándose en los primeros ejercicios relacionados con el desarrollo del proyecto y aportando sus conocimientos y experiencias, a través de sus representantes.

ATRIBUTOS DE LA RED

Con la finalidad de adoptar la identidad que caracteriza a este equipo de trabajo, cada miembro manifiesta su conocimiento y compromiso ante los atributos de la red que se proponen para mantener una relación productiva durante la colaboración interinstitucional. Estos atributos (resumidos a partir de Neffa 2000) son:

Construcción de confianza entre los miembros, Reciprocidad, Rechazo al aislamiento, Actitudes favorables de apertura hacia otros, Deseo de aprender e informarse; Establecer Reglas claras con respecto a la toma de decisiones y uso adecuado de los recursos disponibles, Socialización de datos y difusión de resultados y Cumplimiento de los plazos establecidos para cada actividad programada, evitando entorpecer el proceso articulado con otros miembros.

MIEMBROS DE LA RED

- **Cámara Nacional de Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados. CANIRAC**, representada por su presidente en funciones, Lic. Carlos Campos Achach (24 abril 2017)
- **Cámara Mexicana de Hoteles en Yucatán A.C. CAMHY**, representada por su presidente en funciones Lic. Héctor Navarrete Medina (24 abril 2017)

- **Consejo Empresarial Turístico. CETUR**, representada por su presidente en funciones, TH. Jorge Escalante Bolio (25 abril 2017)
- **Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo. CANACO SERVYTUR**, representada por su presidente en funciones, L.A. Juan José Abraham Daguer (24 abril 2017)
- **AYUNTAMIENTO DE MERIDA**. Dirección de Turismo y Promoción Económica. representada por su director en funciones, C.P. Carolina Cárdenas Sosa (24 abril 2017)
- **Universidad Tecnológica Metropolitana. UTM** representada por su rector, Ing. David Alpizar Carrillo. (28 abril 2017)
- **Universidad Tecnológica del Poniente. UTP** representada por su Director de Turismo y Administración, Dr. Manuel Alejandro Kantúm Ramírez (26 abril 2017)
- **Universidad Marista. UM,** representada por su Director de Turismo Ing. Alberto Reyes Carrillo. (26 abril 2017)
- **Universidad Autónoma de Yucatán. UADY** representada por la directora de la Facultad de Ciencias Antropológicas Dra. Celia Esperanza Rosado Avilés. (26 abril 2017)
- **Cámara Nacional de la industria electrónica de telecomunicaciones y tecnologías de la información (CANIETI)** Representada por su presidente en funciones, Dr. Luis Alberto Muñoz Ubando. (12 julio 2017)
- **Asociación de agencias promotoras de turismo de Yucatán (AAPROTUY)** representada por su presidente en funciones, Sr. Armando Casares Espinosa (12 julio 2017)
- **Ayuntamiento de Valladolid Yucatán**, representado por la jefa del Departamento de Turismo en funciones, Lic. Silvia Lolbé Carrillo Jiménez.
- **Ayuntamiento de Progreso Yucatán,** representado por la Directora de Turismo, Lic. Cintia Guadalupe Sosa Gómez. (12 julio 2017)
- **Ayuntamiento de Izamal Yucatán**, representado por el Director de Turismo, Lic. Alex Córdova Can. (12 julio 2017)
- **Ayuntamiento de Tizimín Yucatán**, representado por la Directora de Turismo, Lic. Neydi Patricia Cardeña López. (12 julio 2017)

CONCLUSIONES

En el presente trabajo se expusieron, como se mención en el resumen, los objetivos, la misión y la visión con los que operará la Red de Trabajo institucional e inter-disciplinaria para El Observatorio Turístico de Yucatán, la metodología a seguir para el

logro de sus objetivos, así como la identidad de la red, la estructura de trabajo, los componentes de la red y los atributos de la misma. Concluyendo con su formación y listado de participantes

Para la formación de la la Red de trabajo inter-institucional e inter-disciplinaria fue indispensable la participación de los integrantes a los talleres de consulta que se llevaron a cabo con expertos en la creación y puesta en marcha de los observatorios de Baja California y del estado de Guanajuato ya que permito y propicio un análisis profundo de la propuesta preliminar del modelo de realización del Observatorio Turístico de Yucatán tomando en cuenta las características propias del estado donde se pretende instalar el Observatorio Turístico y la importancia de que exista un grupo de trabajo multidisciplinario relacionado de manera directa con el sector, que le de validez a los estudios e información que se va a proporcionar por medio de OT, ya que al ser partes interesadas que tienen un impacto directo o se ven afectadas por la actividad turística, su compromiso es mayor con la red.

La red actualmente se encuentra en proceso de consolidación ya que, a pesar de contar con la participación activa de los nodos académicos e instancias gubernamentales involucradas, se sigue incrementando el número de miembros participantes en la misma, instituciones, cámaras y asociaciones del sector o relacionados con la actividad Turística, que pueden a aportar a la red sus conocimiento y experiencia dado que la finalidad de esta es validar la medición, verificación y difusión de la información generada a partir de la actividad turística registrada en el Estado, a través de la plataforma del Observatorio Turístico de Yucatán.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANUIES(2012)Lineamientos para la integración de comisiones y redes de colaboración de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. Recuperado de: http://crcs.anuies.mx/wp-content/uploads/2012/09/4.1.-LINEAMIENTOS-REDES-COMISIONES-.pdf

Centro de Estudios Turísticos (2013) Desarrollo de la metodología para la implementación de observatorios turísticos en México. Recuperado de: http://ictur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/estudiosfondosectorial/documentocompleto.pdf

CESTUR (2012). La investigación aplicada al desarrollo competitivo de los destinos turísticos. Recuperado de: http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/3_La_investigacion_aplicada_al_desarrollo.pdf

CONACYT. (2008) Lineamientos para la Formación y Consolidación de Redes Temáticas CONACYT. 4 de Septiembre 2008. Recuperado de: http://www.conacyt.mx/index.php/el-conacyt/desarrollo-cientifico/redes-tematicas-de-investigacion

Consejo de Promoción Turística de México. Panorama del Sector Turístico 13 marzo 2018. Recuperadode:http://www.cptm.com.mx/panorama-del-sector-turistico?language =es#main-content

Ley de Ciencia y Tecnología. Diario Oficial de la Federación. Estados Unidos Mexicanos. 5 de Junio 2002. Última reforma DOF 08-12-2015

Ley Orgánica del Consejo de Ciencia y Tecnología. Diario Oficial de la Federación. Estados Unidos Mexicanos. 5 de Junio 2002. Última reforma DOF 20-05-2014

Neffa, J.C. (2000). Las innovaciones científicas y tecnológicas. Una introducción a su economía política. Buenos Aires, Argentina: Asociación Trabajo y Sociedad, CEIL-PIETTE-CONICET, Lumen.

Observatorio Turístico de Baja California. OTBC (2013).Sentando las bases para fomentar la competitividad turística local. Recuperado de: http://www.datatur.beta.sectur.gob.mx/Reunion%20Nacional%20de%20Estadisticas%20Economicas/Observatorio%20Tur%C3%ADstico%20de%20Baja%20California.pdf

Observatorio turístico del estado de Guanajuato (2017). Recuperado de: http://www.observatorioturistico.org/

Rubio, F (2009) La estructura organizacional en centros de investigación, desarrollo e innovación: una aproximación a la experiencia internacional.

Sistema nacional de la información estadística del sector turismo de México – DATATUR. Compendio estadístico 2016. Recuperado de: http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx

Ubieto,J. (2007). Modelos de trabajo en red.. 6 abril 2017, de Raco/Educación Social Sitio web: http://www.raco.cat/index.php/EducacioSocial/issue/view/12915

3. ÁREAS DE OPORTUNIDAD DE ALINEACIÓN Y VINCULACIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE Y EL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE YUCATÁN

Rodríguez Rivero Katherinne
Kumul López Graciella
Lara Navarrete Ileana

RESUMEN

La presente investigación realizada en el marco del proyecto del Fondo Mixto CONACYT "Diseño del Observatorio Turístico de Yucatán e Implementación del Sistema de Información Turística de Yucatán" de enero del 2017 a mayo del 2018, tiene como objetivo identificar áreas de oportunidad para vincular y alinear los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con el Observatorio Turístico de Yucatán. Como parte de este proceso se llevó a cabo un análisis de información documental que comprendió temas como: la relación de los ODS con el turismo según la Organización Mundial de Turismo (OMT), las acciones y actores involucrados en el proceso para la puesta en marcha de la Agenda 2030 en México, los retos y acciones sobre la implementación nacional de la Agenda 2030 y los objetivos y estrategias de los Observatorios Turísticos de país (Guanajuato y Baja California). Dentro de los principales hallazgos se plantea que el OTY, red de impacto colectiva, podría contribuir en la implementación nacional de la Agenda 2030 mediante la medición y monitoreo, generación de reportes y difusión de ODS del estado relevantes para el turismo.

Palabras clave: *Objetivos de Desarrollo Sostenible, Observatorio Turístico, Agenda 2030, Áreas de oportunidad.*

Abstract

The present research carried out within the CONACYT Mixed Fund project "Design of the Yucatan Tourist Observatory and Implementation of the Tourist Information System of Yucatan" from january 2017 to may 2018 aims to identify opportuniy areas to link and align the Sustainable Development Goals (SDG) and the Tourist Observatory of Yucatán. As part of this process, an analysis of documentary information was carried out that included topics such as: the SDG relations with the turism, according with the World Tourism Organization (UNWTO), the actions and actors involved in the 2030 Agenda start up process in México and the country Turism Observatories objectives and strategies of the country (Guanajuato and Baja California). Among the main findings it is posed that

the OTY, collective impact network, could contribute with the national implementation of the 2030 Agenda through the measurement and monitoring, generation of reports and dissemination of SDG state relevant to tourism.

Keywords: *Sustainable Development Goals, Tourism Observatory, Agenda 2030, Opportunity areas.*

1. INTRODUCCIÓN

En un país donde 43.9 millones de personas viven en pobreza moderada y 11.4 millones viven en pobreza extrema (según datos de 2014 de CONEVAL), uno de los retos más grandes es garantizar la inclusión social y una participación activa tanto en el diseño e implementación de la estrategia para la Agenda 2030, como en el disfrute de los beneficios del desarrollo. Para cumplir la Agenda es necesario la movilización de recursos y la participación de todos los órdenes y niveles de gobierno, así como de los actores de la sociedad y los organismos internacionales en su totalidad. En ese sentido, el país enfrenta grandes retos: acelerar el crecimiento económico, reducir las desigualdades sociales y asegurar los recursos para la puesta en marcha de la Agenda en un entorno de austeridad, fortalecer el marco de derechos humanos, y lograr una mayor cooperación, innovación y eficiencias en el quehacer de la política pública (Idesol,2017).

La Organización Mundial del Turismo (OMT), ofrece "liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas como parte de su compromiso por alcanzar los ODS y en este sentido contribuir al crecimiento económico, desarrollo incluyente y sostenibilidad ambiental" (OMT s.f.). Ante la posibilidad de recoger la vasta experiencia de actores gubernamentales, empresariales, académicos y sociedad civil, el diseño del Observatorio Turístico de Yucatán e Implementación del Sistema de Información Turística de Yucatán, que contempla

la necesidad de un plan estratégico, plantea desde la alineación con los ODS y la gestión socialmente responsable, la oportunidad de generar alianzas, procesos y dinámicas que promuevan un desarrollo turístico con una visión de responsabilidad ambiental y social.

En el presente trabajo se abordan los datos identificados de ODS vinculados con el turismo registrados en Yucatán a través de la plataforma agenda2030.mx y áreas de oportunidad de alineación de los ODS con el OTY a partir del Plan Nacional de Desarrollo (PND) y Plan Estatal de Desarrollo (PED), retos y acciones sobre la implementación nacional de la Agenda 2030, entre otros.

2. ANTECEDENTES

Como antecedentes en el tema, se transcriben a continuación las consideraciónes que la OMT ha declarado respecto a sus objetivos, metas, manera de conformación y vinculaciones con las cuales surge.

> El Turismo Sostenible tiene en cuenta los impactos sociales, ambientales y económicos a corto y largo plazo para satisfacer las necesidades de comunidades, visitantes, entorno e industria, lo que implica el respeto de la autenticidad sociocultural, conservación de los recursos naturales y beneficios socio-económicos distribuidos equilibradamente para contribuir a entender la interculturalidad, preservar la diversidad biológica y reducir la pobreza (OMT, s.f.).

> En el marco de la Cumbre Milenio, en septiembre del 2000, se reunieron los líderes mundiales en la Organización de las Naciones Unidas (ONU) con la intención de encontrar la forma de combatir la pobreza en sus múltiples dimensiones a partir de la adopción de una visión amplia, la cual fue traducida en los ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y se mantuvo vigente hasta el 2015. La necesidad de contar con datos de calidad, que sean a su vez utilizados en la formulación y monitoreo de las políticas públicas fue uno de los principales retos que se reconocieron para realizar la implementación de intervenciones dirigidas adecuadamente, el seguimiento del desempeño y mejora de rendición de cuentas (SHCP,2017)

> La Agenda de Desarrollo Post-2015, que se aprueba en septiembre de 2015 por los 193 países integrantes de la ONU, contiene 17 ODS, que se pueden observar en la imagen 1, y 169 metas específicas. El cumplimiento de los ODS, vigentes del primero de enero de 2016 hasta el año 2030, es relevante como instrumento de decisión pública y de políticas para México y América Latina, ya que entre otros aspectos buscara articular la discusión global y definir la agenda internacional del desarrollo en el futuro. (Senado de la República, 2017)

Imagen 1. Objetivos de Desarrollo Sostenible

Fuente: Liu Innovation, (junio, 2018).

3. METODOLOGÍA

Para la elaboración de este estudio, se llevó a cabo un análisis de información documental que comprendió los siguientes aspectos:

a) los reportes correspondientes a los dos talleres sobre el Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato (OTEG) y el Observatorio Turístico de Baja California (OBTC) donde se abordan los datos más relevantes en relación a sus antecedentes, modalidad, estrategias, operatividad, antigüedad, metodología, financiamiento, indicadores y productos; b) la relación de los ODS con el turismo según la OMT, c) las acciones y actores involucrados en el proceso para la puesta en marcha de la Agenda 2030 en México y d) los retos y acciones sobre la implementación nacional de la Agenda 2030. Dentro de los documentos consultados se encuentran: Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, el Reporte Nacional para la revisión voluntaria de México en el marco del Foro Político de Alto Nivel sobre Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible en México y

América Latina: Retos comunes para una agenda compartida, aprendiendo del pasado, preparándonos para el futuro; así como la información registrada sobre ODS en Yucatán, relevantes para el turismo según la OMT por medio de la plataforma en Código Abierto para el monitoreo y seguimiento de los ODS agenda 2030.mx. Por último, se analizó e integró la información para la propuesta de áreas de oportunidad de alineación y vinculación de los ODS y el OTY.

3. RESULTADOS

Se considera que "Es responsabilidad del Estado y los actores sociales que acompañan la puesta en marcha, implementación, seguimiento, monitoreo, revisión, financiamiento y difusión de la Agenda 2030 comprometerse en la coordinación a través de sus valores compartidos para contribuir exitosamente a su enfoque en las personas, planeta, prosperidad, paz y alianzas de forma incluyente" (Idesol, 2017).

Es preciso considerar que dentro de las prioridades de la OMT (s.f.) se encuentran: a) maximizar la contribución del turismo a la reducción de la pobreza y el logro de los ODS, b) Apoyar políticas y prácticas de turismo sostenible y c) Asociarse con el sector privado, organizaciones regionales y locales de turismo, instituciones docentes e investigadoras, sociedad civil y con el sistema de las Naciones unidas para construir un sector turístico más sostenible, responsable y competitivo.

En este sentido se considera que para desarrollar un destino competitivo de talla internacional sería oportuno contar con información disponible del Estado de Yucatán sobre ODS relevantes para el turismo, sin embargo, como se puede observar en la Tabla 1 los ODS metas e indicadores registrados en la plataforma agenda2030.mx son limitados. Cabe mencionar que no se incluyó el ODS 9 "Construir una infraestructura resiliente, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación" debido a que, si bien se puede consultar la meta 9.c Aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a Internet en los países menos adelantados para 2020", no hay información disponible del indicador 9.c.1 "Proporción de población cubierta por una red móvil, por tecnología", el cual según la OMT (2018) es relevante para el turismo.

Tabla 1. Lista de ODS relevantes para el turismo según la OMT registrados de Yucatán en la plataforma agenda2030.mx

Objetivos	Metas	Indicadores
1. **Terminar con la pobreza en todas sus formas en todas partes.**	1.2 Para 2030, reducir al menos a la mitad la proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza en todas sus dimensiones de acuerdo con las definiciones nacionales.	1.2.1 Proporción de la población que vive por debajo del umbral nacional de pobreza, por sexo y edad.
		1.2.2 Proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza en todas sus dimensiones según las definiciones nacionales.
8. **Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.**	8.7 Tomar medidas inmediatas y efectivas para erradicar el trabajo forzoso, terminar con la esclavitud moderna y la trata de personas y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluido el reclutamiento y uso de niños soldados, y para el año 2025 poner fin al trabajo infantil en todas sus formas.	8.7.1 Proporción y número de niños de 5 a 17 años que realizan trabajo infantil, por sexo y edad.

Fuente: Elaboración propia (2018) con base en OMT (2018) y Plataforma agenda2030.mx (junio, 2018).

Respecto a los ODS en los que figura especialmente el turismo según la OMT, en la plataforma agenda 2030.mx no se encontró ningún registro sobre los ODS 12 y 14 de Yucatán y como se puede observar en la Tabla 1, del ODS 8 en referencia al estado, únicamente se identificó una meta e indicador relevantes para el turismo. A partir de estos hallazgos se plantea como área de oportunidad de vinculación que el OTY contribuya a medir y monitorear ODS relevantes para el turismo en Yucatán para obtener mayores alcances al apoyar la planificación del turismo, a nivel empresarial y de destinos turísticos, brindar información estratégica para la toma de decisiones y el diseño de políticas públicas, promover la colaboración entre los distintos actores y empresas del sistema turístico y diseñar indicadores e índices del sector turístico.

La OMT trabaja con gobiernos, socios públicos y privados, bancos de desarrollo, instituciones financieras internacionales y regionales, entre otros para alcanzar los ODS, y especialmente los objetivos 8, 12 y 14, en los que figura el turismo (OMT, s.f.), que si bien puede contribuir a los 17 ODS según esta organización internacio-

nal, en este primer acercamiento se plasma en la Tabla 2 una lista de ODS en los que figura especialmente el turismo según la OMT sin información registrada de Yucatán en la plataforma agenda2030.mx como parte de las áreas de oportunidad de alineación y vinculación de los ODS y el OTY se hace énfasis en estos tres.

Tabla 2. Lista de ODS en los que figura especialmente el turismo según la OMT sin información registrada de Yucatán en la plataforma agenda 2030.mx

Objetivos	Metas	Indicadores
8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que respalden las actividades productivas, la creación de trabajo decente, el espíritu empresarial, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a los servicios financieros.	
	8.4 Mejorar progresivamente, hasta 2030, la eficiencia de los recursos mundiales en el consumo y la producción y esforzarse por separar el crecimiento económico de la degradación ambiental, de conformidad con el Marco de Programas de 10 años sobre Consumo y Producción Sostenibles, con los países desarrollados a la cabeza.	8.4.1 Huella material, huella material per cápita y huella material por PIB.
	8.6 Para 2020, reducir sustancialmente la proporción de jóvenes que no están en el empleo, la educación o la capacitación.	8.1.6 Proporción de jóvenes (entre 15 y 24 años de edad) sin educación, empleo o capacitación.
	8.9 Para 2030, idear e implementar políticas para promover el turismo sostenible que genere empleos y promueva la cultura y los productos locales.	8.9.1 PIB directo del turismo como proporción del PIB total y tasa de crecimiento.
		[8]9.2 Número de empleos en las industrias turísticas como proporción del empleo total y tasa de crecimiento del empleo, por sexo.
	8.a Aumentar la ayuda para el comercio para los países en desarrollo, en particular los menos adelantados, incluso a través del Marco Integrado mejorado para la asistencia técnica relacionada con el comercio para los países menos adelantados.	
	8.b Para 2020, desarrollar y poner en práctica una estrategia global para el empleo juvenil e implementar el Pacto Mundial para el Empleo de la Organización Internacional del Trabajo.	

12. Garantizar patrones de consumo y producción sostenibles	12.1 Implementar el Marco de Programas de 10 Años sobre Consumo Sostenible y Patrones de Producción, todos los países tomando medidas, con los países desarrollados liderando, teniendo en cuenta el desarrollo y las capacidades de los países en desarrollo	12.1.1 Número de países con planes de acción nacionales para el consumo y la producción sostenibles (CPS) o CPS integrados como una prioridad o un objetivo en las políticas nacionales.
	12.3 Para 2030, reduzca a la mitad el desperdicio mundial de alimentos per cápita en los niveles minorista y de consumo y reduzcan las pérdidas de alimentos a lo largo de la producción y las cadenas de suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.	
	12.5 Para el año 2030, reduzca sustancialmente la generación de desechos a través de la prevención, reducción, reciclaje y reutilización.	
	12.8 Para el año 2030, asegúrese de que las personas de todo el mundo tengan la información relevante y la conciencia sobre el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.	12.8.1 Grado en que (i) la educación para la ciudadanía global y (ii) la educación para el desarrollo sostenible (incluida la educación sobre cambio climático) se integran en (a) las políticas educativas nacionales; (b) currículo; (c) formación de docentes; y (d) evaluación del estudiante.
	12.a Apoyar a los países en desarrollo para fortalecer su capacidad científica y tecnológica para avanzar hacia patrones de consumo y producción más sostenibles.	
	12.b Desarrollar e implementar herramientas para monitorear los impactos del desarrollo sostenible para el turismo sostenible que crea empleos y promueve la cultura local y los productos.	12.b.1 Número de estrategias o políticas de turismo sostenible y planes de acción implementados con herramientas de monitoreo y evaluación acordadas.

14. Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible	14.2 Para 2020, administrar y proteger de forma sostenible los ecosistemas marinos y costeros para evitar impactos adversos significativos, incluso mediante el fortalecimiento de su resiliencia, y tomar medidas para su restauración a fin de lograr océanos sanos y productivos.	
	14.5 Para 2020, conservar al menos el 10% de las áreas costeras y marinas, en consonancia con la legislación nacional e internacional y sobre la base de la mejor información científica disponible.	
	14.7 Para 2030, aumentar los beneficios económicos para los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados del uso sostenible de los recursos marinos, incluida la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.	
	14.b Brindar acceso a los pescadores artesanales de pequeña escala a los recursos y mercados marinos.	

Fuente: Elaboración propia (2018) con base en OMT (2018) y Plataforma agenda2030.mx (junio, 2018)

Según la OMT (2018) "el turismo a puede contribuir al ODS 8 ofreciendo oportunidades de trabajo decente en el sector turístico, al ODS 12 mediante la adopción de prácticas de consumo y producción sostenibles y al ODS 14 como parte de una ordenación integrada de las zonas costeras que contribuyan a la conservación de ecosistemas frágiles".

Cabe mencionar que con el propósito de identificar las asignaciones presupuestarias vinculadas a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, formulada por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), se vincularon los programas presupuestarios de la Sectur con los ODS ocho, 12, 16 y 17 (SHCP, 2018). Ante la vinculación de programas presupuestarios de la Sectur con los ODS, ocho y 12, en los que figura especialmente el turismo según la OMT, sin información registrada sobre los mismos de Yucatán en la plataforma agenda2030.mx., se plantea un área de oportunidad de vinculación y alineación con el OTY, como sistema de información confiable, actualizada y periódica sobre el sector turístico que podría contribuir a generar y difundir información relevante para este sector, que refleje la situación del estado en comparación a otros estados del país y a nivel global.

4. DISCUSIÓN

En el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND) se establece como objetivo para el sector turístico "Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país", con lo que se busca obtener el mayor beneficio del sector para incidir en el crecimiento económico, y cumplir con las metas establecidas. En las estrategias del PND se incluyen las cuatro directrices de la

Política Nacional Turística: Ordenamiento y Transformación Sectorial; Innovación y Competitividad; Fomento y Promoción; Sustentabilidad y Beneficio Social. Derivado de estas estrategias, el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 (Prosectur) considera las estrategias y líneas de acción específicas que se deberán llevar a cabo para impulsar el desarrollo sustentable del turismo, considerando los aspectos sociales, económicos y ambientales, a fin de impulsar un crecimiento equitativo en las regiones y comunidades (SHCP, 2018). En la Tabla 3 se plantea una propuesta de alineación del PND, PED, Objetivos del OTY y los ODS con la intención de fomentar sinergias entre los actores involucrados.

Tabla 3. Matriz de Alineación de Objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (PDN)-Plan Estatal de Desarrollo (PED)-Objetivos OTY y ODS

Meta-Objetivo PND 2013-2018		Eje-Objetivo	Objetivos PEFT 2013-2018	Objetivos OTY	ODS
Meta: México Prospero Objetivo Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.	Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.	Yucatán Competitivo: Incrementar el valor agregado de las actividades turísticas.	Fomento Turístico: Incrementar la oferta de servicios turísticos en el estado.	La generación e integración de información relevante que permita el seguimiento y análisis constante de indicadores turísticos confiables, ciertos, pertinentes y actualizados, para el desarrollo de estrategias que contribuyan a mejorar la competitividad de los destinos del Estado de Yucatán y coadyuven a la toma de decisiones tanto en el sector público como en el privado. Este objetivo se pretende alcanzar con la participación de los sectores público, privado, académico y social.	

Fuente: Elaboración propia (2018) con base a la Matriz de Alineación de Objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (PND) – Plan Estatal de Desarrollo (PED) y Programa Especial de Fomento Turístico (PEFT) del Programa de Fomento Turístico 2013-2018 de la Sefotur (2017)

De acuerdo con Cejudo y Zabaleta (2010), "los gobiernos estatales mexicanos se han transformado radicalmente en los últimos años. En la actualidad, tienen más y diversas obligaciones y responsabilidades, en gran medida porque gozan de mayor autonomía que antes a consecuencia del proceso de descentralización que se ha impulsado en México, lo que, además, les brinda nuevas oportunidades de coordinación y un mayor margen para tomar decisiones que atañen a su territorio y población" (como se cita en Cejudo, 2017). Sin embargo, pese a que todos los estados tienen esas responsabilidades, sus condiciones para llevarlas a cabo son muy diferentes financieramente y organizacionalmente, desigualdad institucional que podría ser un impedimento para el cumplimiento de los ODS, como lo ha sido para el desarrollo de ciertas regiones, por lo que es preciso que se atienda. (Cejudo, 2017).

Según el Senado de la Republica (2017), "la Agenda 2030 es un esfuerzo que deberá cumplirse en todos los niveles, contemplando las diferentes dimensiones del desarrollo sostenible y abarcando el ámbito estatal y municipal. Por lo que están considerando involucrar a todos los gobernadores del país, incluyendo a las nuevas administraciones que están por comenzar sus mandatos, para que adopten la perspectiva de los ODS en sus planes de trabajo desde el inicio de sus respectivas gestiones".

Cabe mencionar que algunas entidades ya han incorporado los ODS en su Plan de Desarrollo, como Chihuahua, Colima, Hidalgo, Nuevo León, Puebla y Sinaloa Agenda 2030 (2018). En este sentido se esta considerando como una de las estrategia que el OTY genere reportes con base a los registros de los indicadores de ODS vinculados al turismo para que lo contemple el estado en sus Planes de Desarrollo.

5. CONCLUSIONES

Se considera que para desarrollar un destino competitivo de talla internacional sería oportuno contar con información disponible del Estado de Yucatán sobre ODS relevantes para el turismo, sin embargo, los ODS metas e indicadores registrados en la plataforma agenda2030.mx hasta ahora son limitados. A partir de estos hallazgos se plantea como área de oportunidad de vinculación que el OTY contribuya a medir y monitorear ODS relevantes para el turismo en Yucatán para obtener mayores alcances al apoyar la planificación del turismo, a nivel empresarial y de destinos turísticos, brindar información estratégica para la toma de decisiones y el diseño de políticas públicas, promover la colaboración entre los distintos actores y empresas del sistema turístico y diseñar indicadores e índices del sector turístico.

Ante la consideración del Senado de la republica (2017) en involucrar a todos los gobernadores del país, para que adopten la perspectiva de los ODS en sus planes de trabajo desde el inicio de sus respectivas gestiones, se plantea como una posible

estrategia que el OTY genere reportes con base a los registros de los indicadores de ODS vinculados al turismo para que lo contemple el estado en sus Planes de Desarrollo. Por otra parte, se hace una propuesta de Alineación de Objetivos del Plan Nacional de Desarrollo (PDN)-Plan Estatal de Desarrollo(PED)-Objetivos OTY y ODS con la intención de fomentar sinergias entre los actores involucrados que potencien procesos y dinámicas que promuevan un desarrollo turístico con una visión de responsabilidad ambiental y social, aprovechando el potencial turístico del estado, para generar una mayor derrama económica en el país con un enfoque desde lo local hacia lo global.

BIBLIOGRAFIA

Agenda 2030. (2018). Avances y retos en la implementación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible en México [comunicado]. Recuperado de https://www.gob.mx/agenda2030/prensa/avances-y-retos-en-la-implementacion-de-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible-en-mexico?state=published

Cejudo, G. (2017). Capacidades institucionales: Hacia los objetivos de desarrollo sostenible. En Senado de la República. Los objetivos de desarrollo sostenible en México y América Latina: retos comunes para una agenda compartida. Aprendiendo del pasado, preparándonos para el futuro. Recuperado de http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/3789/ODS%20v6.0%20web%20pxp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

OMT. (2018). Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. Recuperado de https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419401

OMT. (2018). Tourism and the Sustainable Development Goals. Recuperado de: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284417254

- (s.f.a). Definición de turismo sostenible. Recuperado de http://sdt.unwto.org/es/content/definicion

- (s.f.b). Objetivos de desarrollo sostenible. Recuperado de http://www.onu.org.mx/agenda-2030/objetivos-del-desarrollo-sostenible/

OMT - (s.f.c). Prioridades de la OMT.Recuperado de http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt

- (s.f.d). Acerca de la OMT. Recuperado de http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt

- (s.f.e). El turismo y los ODS. Recuperado de http://www2.unwto.org/es/content/el-turismo-y-los-ods

Presidencia del Comité Técnico Especializado de los ODS (2017). Resumen Ejecutivo del Reporte de la Revisión Nacional del Cumplimiento de la Agenda 2030 en México. En Senado de la República. Los objetivos de desarrollo sostenible en México y

América Latina: retos comunes para una agenda compartida. Aprendiendo del pasado, preparándonos para el futuro. Recuperado de http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/3789/ODS%20v6.0%20web%20pxp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Secretaría de Hacienda y Crédito Público [SHCP]. (2018). Presupuesto de egresos de la federación 2018, Estrategia programática. Recuperado de http://www.pef.hacienda.gob.mx/work/models/PEF2018/docs/21/r21_ep.pdf

Secretaría de Hacienda y Crédito Público [SHCP] (2017). Vinculación del presupuesto a los Objetivos del Desarrollo Sostenible. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/231527/Lineamientos_p_y_p_2018_Anexo_2_Vinculacion_ODs.pdf

Senado de la República. (2017). Introducción. En Los objetivos de desarrollo sostenible en México y América Latina: retos comunes para una agenda compartida. Aprendiendo del pasado, preparándonos para el futuro. Recuperado de http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/3789/ODS%20v6.0%20web%20pxp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

http://www2.unwto.org/es/content/el-turismo-y-los-ods

4. SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO DE YUCATÁN

Jorge Elías Marrufo Muñoz
Yeni Morales Carbajal
Mario José Martín Ruiz

RESUMEN

El siguiente trabajo tiene la finalidad de presentar los hallazgos y resultados que se generaron durante el desarrollo del sistema de información turística, para esto fue necesario realizar un estudio acerca de las características de la información del sector turístico sus principales indicadores así como analizar los procesos de recopilación de información del trabajo en campo. De este estudio se plantea una propuesta técnica de implementación y se describen sus componentes. A continuación se presentan los resultados generados por el estudio para su posterior discusión dando derivando una propuesta de un modelo de datos para los reactivos de las encuestas de campo, también se mencionan los retos y dificultades a las cuales se enfrentaron. Finalmente se expresan las conclusiones derivadas de los resultados obtenidos.

Palabras claves: *Sistema de Información Turística, Observatorio Turístico, Aplicaciones Web.*

Abstract

This chapter is intended to present the findings and results that were generated during the development of the system of tourist information for this it was neces-

sary to carry out a study on the characteristics of the information in the tourism sector as well as its main indicators to analyze the processes of collection of information of the work in the field. This study raises a technical proposal of implementation and describes its components. It also presents the results generated by the study for further discussion giving by deriving a proposal for a data model for the reagents of field surveys, also mentioned the challenges and difficulties which they faced. Finally express the conclusions derived from the results obtained.

Keywords: *Touristic Information System, Touristic Observatory, Web applications.*

1. INTRODUCCIÓN

Podemos definir a un Sistema de Información (Rainer y Cegielski, 2011) como un conjunto de elementos que interactúan con el objetivo de agilizar los procesos claves de una empresa o negocio. Dentro de dichos elementos podemos mencionar al equipo de cómputo (hardware) con los dispositivos necesarios para que el sistema opere, el software que son el conjunto de instrucciones entendidas por el equipo de cómputo que establecen las reglas de negocios que el sistema va a controlar y finalmente el recurso humano que interactúa con el sistema de información para capturar datos o analizar la información reportada por el sistema.

Para el caso específico de este proyecto se trató con la información turística con una enfoque de conversión de datos a información para el cual se tomaron las recomendaciones del marco de referencia RIET 2008 (Organización de las Naciones Unidas, 208) la cual destaca la utilidad y la interpretación de la información concerniente a los siguientes aspectos:

- Información de la Oferta: Consiste en la descripción y clasificación de todos los servicios con los que cuenta un destino turístico que representan en una derrama económica.
- Información del comportamiento de la demanda: Consiste en la descripción de aquellas variables que afectan la experiencia del turista que pudieran influir en un comportamiento esperado por las empresas y entidades de gobierno (regresar al destino, consumir ciertos productos y/o servicios).
- Indicadores de la oferta: Información que ilustra el desempeño de los prestadores de servicio turístico, tal como capacidad total y la ocupación media de cada tipo de oferta, nivel de ocupación de los establecimientos.
- Promoción y divulgación de los destinos turísticos. Esta información tiene la finalidad de atraer a los turistas hacia ciertos productos y/o servicios muchas

veces la temporalidad y el mercado objetivo están definidas por el procesamiento de los tipos de información anteriormente mencionados.

De lo anterior definimos a un Sistema de Información Turística como un proceso sistemático de recopilación, tratamiento, resguardo y análisis de la información turística con el objetivo de elaborar la planeación y acción de políticas que influyan de manera positiva a todos los factores que afectan a la actividad turística. Para esto es necesario que todos los actores implicados (academia, sector público, sector privado, comunidad).

En materia de procesamiento de información la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal ha realizado los siguientes esfuerzos que han sido considerados para los trabajos de este proyecto:

- Desarrollo del sistema de información DataTur el cual se enfoca a la recopilación de la información de la oferta así como sus principales indicadores, este sistema consiste en componentes de software en línea que brindan los medios para que los prestadores de servicio capturen ciertos reactivos en forma de un cuestionario en línea. Una vez hecho esto DataTur cuenta con un sistema de consulta y reportes accesible para el público en general.
- Publicación de la Metodología del estudio de perfil y satisfacción del turista. El cual es un documento que expone la estructura y la forma de la información que se recaba en un estudio de perfil del turista. Puntualmente expone los tipos de reactivos que puede incluir la encuesta, la estructura de una base de datos, así como el software de procesamiento para la generación de reportes.

Otro esfuerzo a considerar consiste en el desarrollo de Observatorios Turísticos realizados por los gobiernos de los estados de la república señalando particularmente el Observatorio Turístico de Baja California Norte que tiene un extenso estudio del catálogo de servicios turísticos con información de geoposicionamiento, así como estudios del comportamiento del turista de la frontera norte con Estados Unidos. También destacamos el Observatorio Turístico del estado de Guanajuato el cual procesa la información recabada por DataTur bajo el marco de un conjunto de políticas del estado de Guanajuato para la conformación de reportes y gráficas que resultan atractivas para el visitante del sitio.

Para los fines del Observatorio Turístico de Yucatán, considerando que se trata de un esfuerzo inicial éste no cuenta con un Sistema de Información que controle, registre y procese la información turística en particular la generada por los estudios que conforman este proyecto los cuales son Estudio del perfil y grado de satisfacción del turista nacional y extranjero en los principales destinos del estado de Yucatán y Estudio de Visitantes de congresos y convenciones 2017.

Para la problemática anteriormente planteada se trazaron los siguientes objetivos:

- Diseñar una metodología que agilice el registro y publicación de los resultados obtenidos en estudios posteriores al proyecto planteado.
- Desarrollar una plataforma tecnológica desde la cual sea posible registrar los datos obtenidos en las encuestas de campo de todos los estudios que conformen el observatorio turístico.

La intención del diseño de la metodología es generar un modelo genérico de datos que conforme un estándar para los estudios futuros del observatorio que agilizaría el procesamiento y divulgación de la información arrojada por los. Para este componente se tomará como referencia la estructura de la información planteada en la Metodología del estudio de perfil y satisfacción del turista así como se realizará un estudio de arquitectura de la información de los Observatorios Turísticos de Guanajuato y Baja California Norte.

Derivado del desarrollo de la plataforma tecnológica se generará el Portal Web del Observatorio Turístico de Yucatán, así como el Sistema de Información Turística que tendrá la función de ser un medio central de procesamiento, registro y análisis de la información generada por los estudios que se realizarán en dicho proyecto.

En la sección de Metodología se expone el enfoque de desarrollo de software empleado para la programación del sistema de información turística, en la sección de propuesta técnica es exponen los componentes que conforman el sistema de información turística, derivado de las actividades de desarrollo se presentarán los resultados obtenidos. En la sección de Discusión se expondrán los resultados obtenidos contrastándolos con los objetivos trazados para que finalmente en la sección de conclusiones y comentarios mencionar las mejoras y trabajos futuros que le den continuidad al proyecto.

2. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de los componentes de la propuesta técnica se empleará la metodología de desarrollo ágil Scrum, a continuación se describen sus características.

2.1 Metodología Scrum

Según lo expuesto por. (Demmer, P. y Benefield, G, 2010) la metodología Scrum es un miembro de la familia de metodologías ágiles el cual consiste en un marco de trabajo iterativo para el desarrollo de productos y proyectos. El trabajo se organiza en ciclos de trabajo denominados Sprints los cuales tienen las siguientes características:

- Son iteraciones de una a cuatro semanas y van sucediendo una detrás de otra la metodología sugiere que la duración de las iteraciones es fija para todo el proyecto.
- Para cada iteración el equipo de trabajo establece compromisos de entrega. Una de las reglas primordiales de la metodología es que estos compromisos no se modifican una vez iniciada la iteración.
- Para cada iteración se lleva a cabo una reunión de planeación en la que se establecen los tiempos de desarrollo de cada compromiso adquirido.
- El marco de trabajo está conformado por Ceremonias, Artefactos, Roles, Conceptos clave.

2.2 Roles

Product Owner. Persona responsable de maximizar el valor del proyecto. Responsable de articular los requerimientos del cliente y asegurarse que estos se cumplan. Representa la Voz del Cliente.

Scrum Master. Facilitador del proceso Scrum ya que guía, enseña a todo el equipo la metodología. Resuelve los impedimentos del Scrum Team y asegura que se cumplan los principios del Scrum.No es un jefe y no es recomendable que asuma esa posición.

Scrum Team. Es un grupo de personas que son responsables de cumplir con los requerimientos del cliente especificados por el Product Owner, estimar las historias de Usuario y la creación de los entregables.

2.3 Ceremonias

Planeación de Sprint. Reunión de trabajo en donde se definen las características del Sprint actual de trabajo.

Scrum Daily. Reunión diaria cuyo objetivo es darle seguimiento al proyecto.

Sprint Review. Reunión de trabajo que pretende revisar puntos fuertes y débiles del proyecto y del equipo de trabajo.

2.4 Artefactos

Product Backlog. Una lista de todo el trabajo por realizar en el proyecto.

Sprint Backlog. Una lista detallada de todas las tareas necesarias para cumplir una historia.

Burning Chart. Gráfica en donde se ilustra el comportamiento del equipo a travéz del Sprint.

2.5 Historias de Usuario

Para el proyecto se definieron las siguientes historias de usuario:

- Yo como administrador del sistema quiero poder configurar a los supervisores de campo así como a los encuestadores para implementar mecanismos de control sobre el trabajo de campo.
- Yo como administrador del sistema quiero poder configurar los instrumentos propios de los estudios realizados por el cuerpo de investigación del observatorio para agilizar el trabajo en campo y sentar las bases para el análisis de resultados.
- Yo como administrador del sistema deseo configurar para cada instrumento las preguntas que conformarán los instrumentos para que éstos sean flexibles y a su vez apoyar al análisis posterior de la información.
- Yo como supervisor de campo deseo poder capturar las encuestas realizadas en una hoja de Excel para que posteriormente se suba ésta y se registre toda la información capturada en campo.
- Yo como encuestador deseo poder realizar las encuestas a través de una aplicación móvil instalada en una tableta para evitar tener en mi resguardo los documentos físicos de las encuestas y me apoye en el registro de la información recabada.

3. PROPUESTA TÉCNICA

Para cumplir con los objetivos del proyecto se estableció una propuesta técnica conformada por los siguientes componentes.

Portal Web del Observatorio Turístico. Este componente tendrá la función de difundir la información primaria con la que cuenta la SEFOTUR (Secretaria de Fomento Turístico). La información publicada en este sitio será alimentada por el componente denominado Sistema de Información Turística brindándole la característica de sitio web autoadministrable.

Sistema de Información Turística. Desde la cual el usuario final podrá alimentar información que será publicada por el Portal Web del Observatorio Turístico.

Aplicación Móvil Android. Este componente tiene el fin de agilizar la captura de la información recopilada en las encuestas de campo ya que los encuestadores contestarán los reactivos del instrumento en la aplicación y ésta se encargará de enviar dicha información al Sistema de Información Turística conectándose al Módulo Web service.

Servidor dedicado en la Nube. Infraestructura de cómputo compuesta por un equipo servidor dedicado alojado en Internet en donde resida la base de datos así como el portal.

4. RESULTADOS

En esta sección se presentan el estado de los componentes de la propuesta técnica expresados en la sección anterior.

4.1 Aplicación Móvil Android

En las primeras etapas del proyecto se sostuvieron reuniones con los equipos de investigación encargados del trabajo en campo y como resultado de éstas se considera que la aplicación móvil debe de cumplir con los siguientes requisitos:

- La aplicación deberá de contener un módulo donde el encuestador pueda aplicar los instrumentos de los estudios que forman parte del observatorio turístico. Se definió que cualquier aplicador que forme parte del proyecto tenga la capacidad de aplicar cualquier estudio del Observatorio.
- La aplicación debe de registrar en la memoria interna del dispositivo las encuestas realizadas en campo y posteriormente cuando el dispositivo tenga conectividad a Internet la aplicación sincronice esta información con el Sistema de información turística.
- Es necesario que se identifique al momento de realizar una encuesta la identidad del aplicador en campo, así como la fecha y hora de inicio de la aplicación así como la posición geográfica del mismo.

En atención a los requerimientos anteriores la aplicación está conformada por las siguientes secciones:

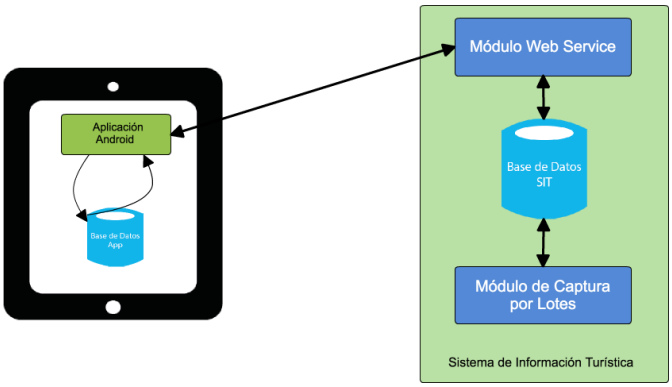
1. Aplicar estudio. En esta pantalla el usuario podrá aplicar un estudio en campo.
2. Descargar estudio. En esta pantalla el usuario podrá descargar un instrumento de evaluación para su posterior aplicación en campo. Este paso solo es necesario realizar la primera vez que se vaya aplicar dicho estudio en el dispositivo móvil.
3. Sincronizar aplicaciones. En esta pantalla el usuario podrá pedirle a la aplicación que ésta sincronice toda la información de las aplicaciones realizadas al Sistema de información turística.
4. Aplicadores. En esta pantalla el usuario podrá tener un control de los aplicadores que han realizado trabajo en campo en el dispositivo móvil.

4.2 Sistema de Información Turística

Una de las restricciones que el trabajo en campo presenta es que la conexión a internet es escasa o nula de tal forma que para minimizar la necesidad de conectividad los dispositivos móviles fue necesario diseñar la aplicación móvil para que toda la información recopilada en las encuestas de campo se registre en el dispositivo utilizando un motor de base de datos especializado para dispositivos móviles. Una vez que la aplicación móvil detecte que existe una conexión a internet procederá a sincronizar la información registrada en la base de datos con el Sistema de información turística. Esta sincronización se da a través de la comunicación entre el módulo de sincronización de la aplicación móvil y el módulo servicio web del sistema de información turística del cual se hablará más adelante.

En la imagen 1 se ilustra la arquitectura de este mecanismo de sincronización.

Imagen 1. Arquitectura de componentes encargado de la sincronización de la información registrada en aplicación móvil y el Sistema de información turística



Fuente:Propia

4.3 Desarrollo del módulo Web Service

Este componente es el encargado de recibir la información enviada por la aplicación móvil Android y consolidarla con la base de datos del Sistema de información turística.

Para llevar a cabo con esta tarea se empleó la tecnología Rest la cual según (Richardson, 2007) consiste en un mecanismo de comunicación entre aplicaciones de internet que emplea las reglas del protocolo http para realizar peticiones de

ejecución de rutinas entre ambas entidades, envío de los datos necesarios para la ejecución así como recibir respuesta de dicha petición. Dentro de la especificación se consideran dos tipos de mensaje: El mensaje tipo Post que es utilizado para peticiones que requieran escribir información en los sistemas y el mensaje tipo Get para aquellas peticiones de lectura de información.

Para que tanto la aplicación móvil Android como el sistema de información turística se puedan comunicar y por lo tanto sincronizar su información es necesario diseñar el servicio web que permita: descargar en los dispositivos móviles la base del cuestionario por aplicar en los trabajos en campo, registrar el personal que va aplicar los cuestionarios con el fin de que el sistema ofrezca reportes del trabajo realizado por los mismos, registrar de manera automática toda la información de las encuestas contestadas en el sistema de información turística para su posterior procesamiento.

Por mencionar un ejemplo de cómo sucede esta comunicación podemos plantear el siguiente escenario:

Cuando el usuario de la aplicación móvil registre un aplicador en el dispositivo una vez capturada su información el módulo cliente de web service realizará un mensaje Post a la url (Unified resource location) /aplicador enviando los datos nombre, email, password al Sistema de información turística de tal forma que el módulo servidor web service recibe la petición descrita y a continuación ejecuta los procesos necesario para registrar un aplicador al terminar enviará una respuesta al módulo cliente el cual le informará al usuario de la aplicación el resultado de la operación.

4.4 Desarrollo de los catálogos de información

En este componente del proyecto se trabajó con el desarrollo de los módulos de captura de los parámetros de configuración de los procesos de la operación del observatorio turístico.

El primer paso de dicha configuración consiste en la creación y diseño de un instrumento (encuesta) que posteriormente será descargado por la aplicación móvil Android para los trabajos de encuestas en campo.

El diseño del instrumento consiste en la creación de los reactivos para ello fue necesario que la plataforma contara con un módulo de captura de reactivos diseñado para definir diferentes opciones y tipos de reactivos, para ello se determinó que éstos pudieran ser tipo tabla, opción múltiple, lista de opciones, párrafo, fecha etc, basándonos en algunas metodologías utilizadas por los equipos de trabajo encargados de realizar los instrumentos así como en el documento Metodología del estudio de perfil y satisfacción del turista publicado por la Secretaría de Turismo del

gobierno federal. En la imagen 2 se presenta una captura de pantalla del diseñador de instrumentos del sistema de información turística.

Imagen 2. Captura de pantalla del módulo. Diseñador de instrumentos

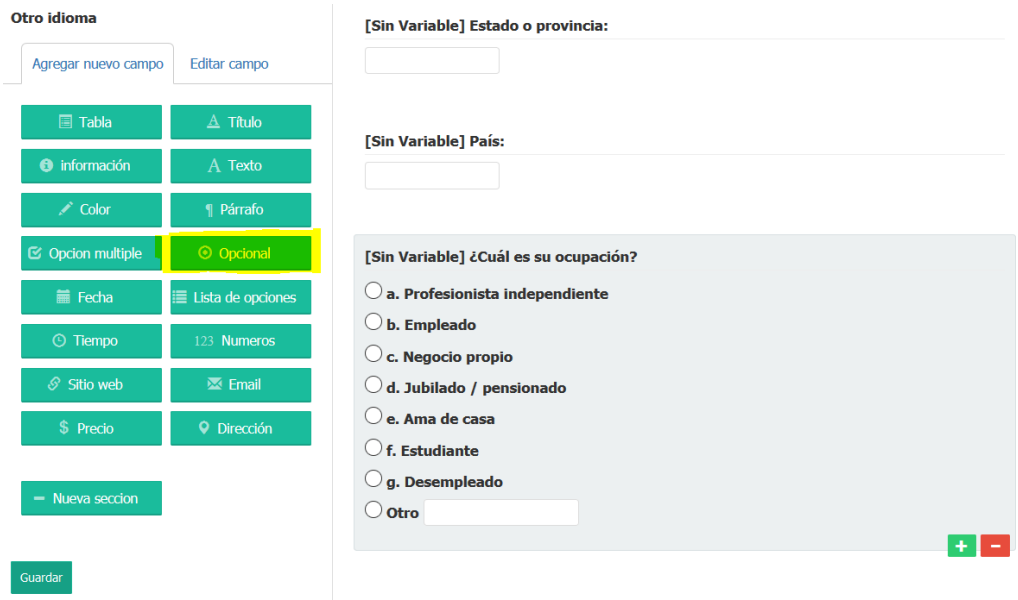


Imagen propia

Como parte de las variables que se pueden configurar del proceso de trabajo en campo se pueden mencionar: los aplicadores en campo, los dispositivos móviles que se van a emplear, las variables de análisis de los estudios, las noticias a publicar en el portal del observatorio turístico.

4.5 Definición del modelo de datos de los estudios turísticos

Se pretende con este componente sentar las bases para una estandarización de toda la información generada por los estudios del observatorio turístico. Con esto se pretende obtener los siguientes beneficios:

- Agilización en los procesos de diseño de los instrumentos ya que este proceso estará restringido con las reglas comprendidas en el modelo de datos.
- Automatización en la generación de reportes, gráficas y mapas interactivos ya que para la generación de estos se utilizarán la información recabada en

campo así como las reglas de evaluación de la información. Y con esto no será necesaria la intervención humana para la generación.

- Agilización en el proceso de evaluación de la información ya que es sencillo por medios informáticos obtener medidas de tendencia central estadística las cuales son las principales herramientas para el análisis y evaluación de la información.

La metodología incremental descrita en el apartado de Metodología permite que este modelo de datos tenga una evolución incremental conforme se detallen los requerimientos y se corrija en las sesiones de pruebas. Derivado de este estándar se generó la base de datos del sistema de información turística, en la imagen 3 se presenta el diagrama relacional de esta base de datos.

Imagen 3. Diagrama relacional de la base de datos del sistema de información turística.

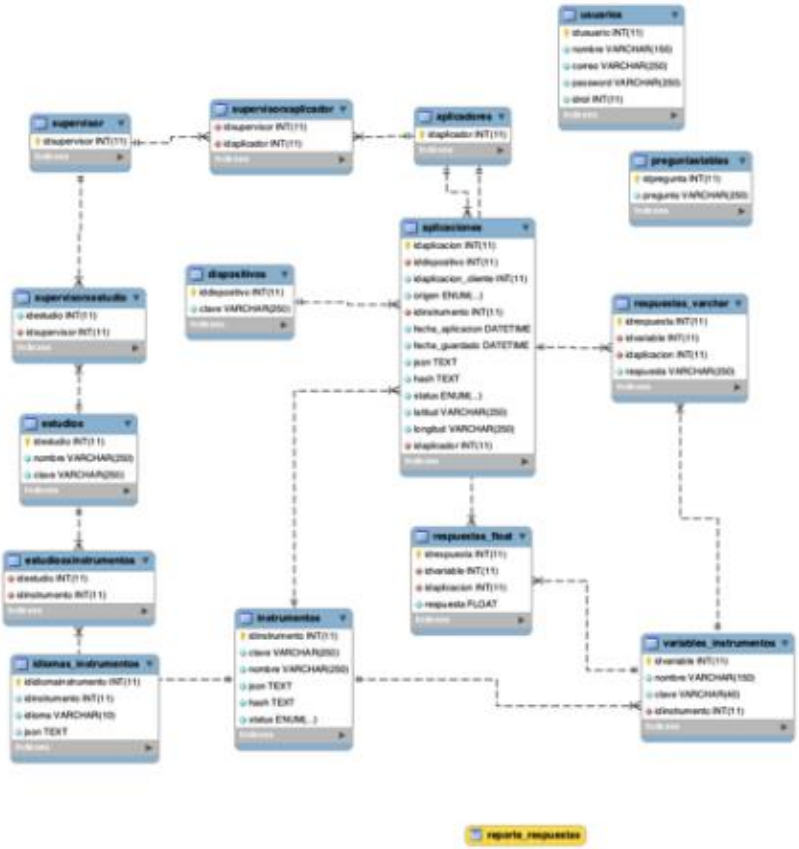


Imagen propia

4.5 Portal web del Observatorio Turístico de Yucatán

Este componente consiste en un portal web desde el cual el público en general pueda consultar los resultados de los estudios, las noticias más relevantes de las actividades del organismo, eventos principales.

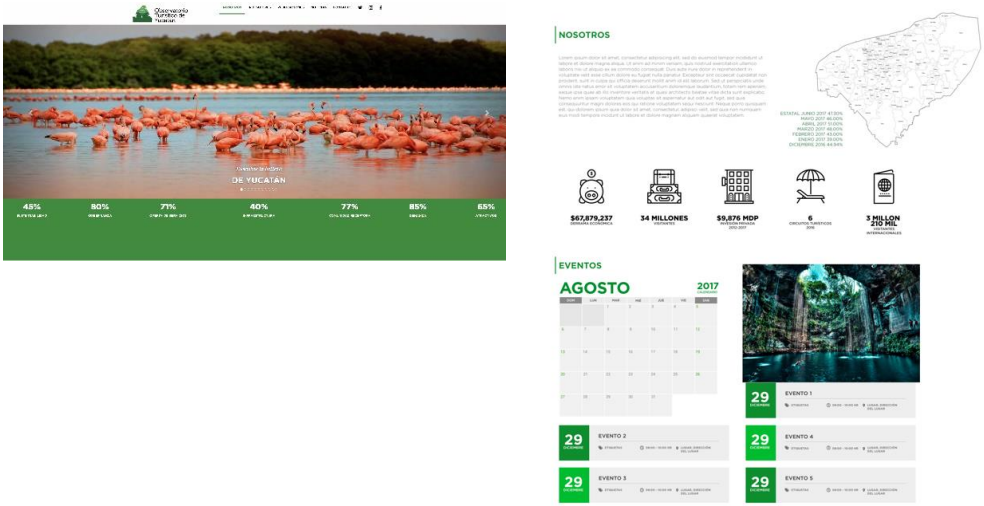
Para comenzar con el diseño del sitio uno de los primeros pasos que se realizaron fue documentarnos en sitios similares de observatorios para establecer patrones que pudieran ayudar a realizar un mejor diseño, después de revisar varios observatorios turísticos tomamos como referencia el sitio web del Observatorio Turístico de Guanajuato y definimos los elementos que consideramos nuestro modelo debería contener.

Derivado de este análisis se considera que la página principal tenga al menos los elementos mencionados en la tabla 1.

Tabla 1. Componentes de la página principal del Sitio del Observatorio Turístico

#	Nombre	Descripción	Propuesta
1	Menú de navegación	Navegación principal del sitio presente en todas las páginas	Las secciones que contendrá en un inicio: • Acerca de • Indicadores • Publicaciones • Contacto • Noticias Es necesario que además de las etiquetas de las secciones se tengan íconos.
2	Slider inicial	Imágenes con rotación animada	Además de las imágenes, que tenga un texto (caption)
3	Tablero de control	Componente gráfico que reporta las cifras principales que genera el sitio	Este se encuentra en la página inicial es llamativo pero minimalista. Este componente en las demás páginas del sitio se encuentra en la parte superior del mismo a manera de cintilla.
4	Enlace a redes sociales	Enlace a las redes Sociales	Consideramos que debe de ir en la parte superior del sitio junto al tablero de control pero debe de existir una distinción entre ambos componentes
5	Mapa interactivo	Mapa con la información de los datos recabados en los estudios	Se cuenta con el mapa de la península para acomodarlo y poder mostrar información de resultados de estudios realizados y sea más interactivo el sitio
6	Noticias	Lista de las noticias más recientes	Se Tiene una sección de noticias donde la principal función es dar a conocer las noticias más relevantes con respecto al observatorio turístico.
7	Calendario de eventos		Se cuenta con un calendario de eventos de actividades.
8	Mapa de sitio		Se debe contar con un mapa del sitio para que los usuarios tengan una idea general de toda la información que podrán encontrar en el portal.

De lo anterior se generó la propuesta del portal el cual se puede ver en la imagen 4
Imagen 4. Diseño del Portal Web del Observatorio Turístico.



5. DISCUSIÓN

De acuerdo a los objetivos planteados los esfuerzos de investigación y desarrollo se orientaron a las siguientes directrices

Análisis de la estructura y características de los reactivos de las encuestas de los estudios de campo para la generación de un modelo de datos que permita procesar la información recabada por los trabajos de campo por un sistema de información y así agilizar los procesos de análisis de los equipos de trabajo.

Generar una estandarización de los procesos operativos de los estudios de investigación que involucran al diseño de los instrumentos, actividades del trabajo de campo de tal forma que estos procesos sean implementados en el sistema de información y así el personal involucrado tendría un sistema que los ayude a organizarse.

Desarrollo e implementación de un Sistema de información para la recaba de la información de las encuestas a través de una aplicación móvil Android y un sistema web que registre dicha información y posteriormente la procese.

Con respecto al análisis de los reactivos de los instrumentos fue posible generar un modelo de datos, para este se concluyó que los reactivos obedecen a la siguiente clasificación:

Preguntas de respuesta abierta. Este tipo de reactivo el aplicador puede escribir un texto sin ninguna restricción, estos reactivos fueron utilizados para preguntas donde se le invitaba al encuestado a externar su opinión sobre cierto tema.

Preguntas de opción múltiple. Este tipo de reactivo el aplicador le pide al encuestado que seleccione una de varias opciones que se le plantean. Estos reactivos se utilizaron en su mayoría en preguntas de análisis de rangos ya sean de ingresos o de gastos, o que califique cierta variable. De la implementación de dichos reactivos se obtuvo el beneficio de mejorar el análisis de variables clave tal y como gasto promedio de los visitantes ya que de otra forma se le tenía que solicitar al encuestado una cantidad exacta y los encuestados no siempre eran precisos al proporcionar esta información. Un trabajo futuro a realizar solicitado por los equipos de investigación es que se desarrolle un reactivo en donde se agrupen todos los reactivos de preguntas de rango de ingresos o gastos en un formato tabular, esto ayudaría al encuestador en la obtención de la información, otro beneficio es que se pudiera calcular un total de todas las variables agrupadas.

Preguntas tabulares. Este tipo de reactivo lo que se busca es evaluar un conjunto de variables con una escala en común, para un procesamiento grupal. De la implementación de dichos reactivos se obtuvo el beneficio de una agilización de la captura de la información por parte del aplicador.

Un ajuste futuro que solicitaron los equipos de investigación fue implementar una lógica de captura de reactivos que permita condicionar la solicitud de respuesta de un reactivo dependiendo de la respuesta de un reactivo anterior.

Los resultados que consisten en las capturas de pantallas de la aplicación móvil y el diagrama relacional de la base de datos muestran que si fue posible implementar una estandarización del diseño de los instrumentos aunque se concluyó que es necesario definir los requerimientos puntuales al proceso de diseño del instrumento antes del trabajo en campo ya que una modificación en el instrumento pudiera comprometer el funcionamiento de la aplicación móvil, además se tendrían encuestas con estructura heterogénea para el mismo estudio lo que dificultaría su posterior procesamiento por parte del sistema de información turística.

Con respecto a la estandarización de los procesos operativos se analizaron los procesos que forman parte de las actividades del trabajo en campo, de esto se generaron en el sistema de información turística los módulos en donde se pueden registrar: los estudios que forman parte del proyecto, los reactivos que forman parte de los instrumentos, los aplicadores que se encargarán de recopilar la información. Derivado de esto se concluye que un trabajo futuro es definir en el sistema de información sesiones de aplicación de tal forma que se pueda segmentar el aná-

lisis de información de acuerdo a los períodos. Esto ayudaría a estudios que tengan un comportamiento de recopilación de información por eventos a segmentar los reportes y análisis de dicha información.

Con respecto al desarrollo del sistema de información un punto crucial es el proceso de sincronización que registra la información de las encuestas recabadas en el dispositivo móvil en la aplicación web alojada en la nube. Durante el proyecto se tuvieron problemas con este proceso ya que fue afectado por las siguientes situaciones: Actualización del sistema operativo de las tabletas ya que el personal encuestador actualizó los dispositivos móviles y esto en ciertas situaciones afectaba al proceso interrumpiendo el proceso de sincronización. Para esto fue necesario desarrollar un procesamiento alternativo en el sistema de información turística para que con el apoyo de un proceso de respaldo de la información de los dispositivo se proceda a cargar al sistema dicho respaldo. Este proceso tiene el inconveniente de que se requiere de personal técnico para realizarse además de que el tiempo de actualización de la información en el sistema lleva requiere de más de un día de trabajo.

Por esto como un trabajo futuro se establece la necesidad de la elaboración de políticas de utilización de dispositivos para hacer conciencia al personal de trabajo de campo sobre estas situaciones y así se consideren en las planeaciones y los usos de los dispositivos.

6. CONCLUSIONES

De lo anterior se concluye:

1. Definir las políticas de utilización de los dispositivos móviles para así afectar lo menos posible el proceso de sincronización de la información de campo.
2. Implementar el registro de períodos de trabajo en campo para los proyectos de investigación que tengan un comportamiento de recopilación de datos eventual.
3. Se logra cimentar una infraestructura de base tecnológica para desarrollar nuevos estudios y publicaciones de temas relacionados al turismo.
4. Se recomienda dotar de independencia al observatorio que permita desarrollar nuevas herramientas y funcionalidades.
5. Es adecuado considerar la integración de un cuerpo colegiado con los participantes actuales del proyecto, con miras a continuar las futuras etapas del proyecto.

REFERENCIAS

Demmer, P. y Benefield, G. (2010). Sitio Web Scrum Primmer. Recuperado de http://scrum-primer.org/

Rainer, Kelly. , Cegielski, Casey, (2010). Introduction to Information Systems: Enabling and Transforming Business, 3rd Edition . Wiley. Auburn United States.

Richardson, L. y Ruby, S. (Eds.). (2007). RESTful Web Services Web services for the real world (pp 52-54).

Organización de las Naciones Unidas (2008). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. Naciones Unidas. Recuperado de https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf

5. METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO DEL SEGMENTO DE TURISMO DE REUNIONES EN YUCATÁN

Alvaro Quiñones Aguilar
Gina Centeno Henriquez

RESUMEN

El artículo presenta la metodología utilizada para el estudio del segmento de turismo de reuniones en el Estado de Yucatán, mediante la recopilación de información por medio encuestas, la cual se realiza al visitante que permanece al menos una noche en el Estado y que su motivo de visita sea específicamente un evento relacionado con el turismo de reuniones. La información de la encuesta brinda respuestas acerca de los gustos, hábitos, gasto promedio, etc. de los visitantes, esto es para la mejora de las necesidades de este segmento turístico.

Palabras claves: *turismo de reuniones, congresos, convenciones, incentivos, exposiciones, turismo, metodología, investigación, segmento, Yucatán.*

ABSTRACT

This article explains the metholody used for the meetings, incentives, conventions and exhibitions industry in the state of Yucatan, through the application of a survey, which is done to the visitor who stays at least one night in the state and whose reason for visiting is specifically an event related to this industry. The information collected from the survey will provide us with answers regarding preferences, habits, average spending, etc. This information will be used for the improvement of the needs of this tourist segment.

Keywords: *meetings, incentives, conventions, exhibition, tourism, methodology, investigation, segment, Yucatan.*

INTRODUCCIÓN

Las actividades de la industria de reuniones cobran una importancia cada vez mayor para el futuro crecimiento de la economía mundial como factor clave para mejorar el entendimiento y las relaciones entre distintas regiones y culturas (Organización Mundial del Turismo, 2014).

En ese sentido, para el segmento de Turismo de Reuniones, México ocupa el sitio 21 en Turismo de congresos y convenciones en cuanto a número de eventos organizados, y el lugar 18 en número de participantes, de acuerdo con la International Congress and Convention Association (ICCA, 2014). En el Ranking de esta asociación, México captó poco más de 2% de los 7,500 eventos de todo el mundo que registró el organismo. Mientras que el mercado mundial está dominado por Estados Unidos, Alemania y España (Mérida, 2015).

Los congresos y convenciones llevados a cabo en el Estado de Yucatán, en el periodo acumulado de enero a mayo durante el 2014 fueron 18; en ese mismo periodo, en el 2015, fueron 20 las reuniones de este segmento y en este periodo quinquemestral del 2016, 13 son las actividades reportadas de este sector (Secretaría de Fomento Turístico, 2016).

Para el caso de los participantes de los congresos y convenciones, las cifras que la Secretaría de Fomento Turístico (2016) reporta son las acumuladas durante el periodo enero-mayo y que se observan de la siguiente manera: para el año 2014 asistieron 3,702; durante el 2015 la asistencia se incrementó a 5,373 y para el 2016, los participantes que tuvieron presencia en este tipo de eventos relacionados con los congresos y convenciones fueron 3,578.

Con los datos anteriores se puede observar que la cantidad de reuniones y el número de participantes que arriban al Estado de Yucatán con fines de asistencia a congresos y convenciones es un dato relevante que hay que considerar dentro de la actividad turística de Yucatán.

El turismo de reuniones no se limita únicamente a reuniones de expertos en distintas áreas, sino que trae consigo el impulso de empleos para los prestadores de servicios turísticos.

Los congresos y convenciones a su vez mejoran la ocupación hotelera en temporadas bajas, así como la afluencia a los diversos lugares de consumo. El transporte también se ve beneficiado durante las fechas en que ocurren estos eventos.

Por todo lo anterior se requiere incrementar la competitividad y visibilidad del producto turístico mexicano para congresos, convenciones, incentivos y exposicio-

nes. Estudios como el presente coadyuvaría al logro de esta necesidad al posibilitar información completa, clara y fidedigna, acerca de los hábitos, la derrama que origina y el perfil de consumo del visitante por reuniones, viajes de incentivos, congresos, convenciones y/o exposiciones que se realizan actualmente en el Estado, como parte importante de las actividades turísticas de Yucatán.

El siguiente artículo consiste en la descripción de la metodología utilizada en un estudio para el segmento de turismo de reuniones en el Estado de Yucatán, específicamente en la recopilación de información aproximada sobre los hábitos, la derrama que origina y el perfil de consumo del visitante por reuniones, viajes de incentivos, congresos, convenciones y/o exposiciones que se realizan actualmente en el Estado con el objetivo de atender las necesidades de este segmento turístico.

En este estudio se registrará a través de un proceso sistemático información por parte de los actores involucrados en el sector (Autoridades, académicos, prestadores de servicios, operadores turísticos, entre otros) así como el perfil de consumo de los visitantes de congresos y convenciones a nuestro estado, (hospedaje, alimentación, lugares que visitan, etc.), la cantidad invertida en transporte para llegar a nuestro destino, cantidad invertida en transporte local, total de gasto realizado durante su estancia en el destino, número de noches de estancia así como su opinión acerca de la calidad de los servicios utilizados.

Todo lo anterior se describe a lo largo de las siguientes secciones:

- El turismo de reuniones México
- El turismo de reuniones Yucatán
- Mapa de necesidades de información de actores
- Marco conceptual
- Metodología de la investigación
- Conclusiones

Se presentará un breve contexto sobre el turismo de reuniones en México y más específicamente sobre el turismo de reuniones en el estado de Yucatán, en donde se podrán encontrar ciertas características y estadísticas necesarias para una mejor comprensión. Por otro lado, también se analizará y se presentará un mapa con las necesidades de información que los diversos actores involucrados requirieron durante el proceso. Finalmente se encontrará la sección de la metodología de la investigación en la que se encontrará toda la información necesaria para una comprensión total del sistema de recopilación de datos dentro del turismo de reuniones.

2. EL TURISMO DE REUNIONES EN MÉXICO

El segmento de turismo de reuniones en México, registra una dinámica acelerada; en los últimos años, el número de eventos ha crecido de manera exponencial. En la tabla 1 se puede verificar que de acuerdo a las cifras reportadas por el Consejo de Promoción turística de México (2016) en los dos últimos estudios sobre la relevancia económica del turismo de reuniones en México, en sus ediciones 2011 y 2016, el incremento en el número de eventos fue del orden de 34.8%, lo que significa que el promedio anual de crecimiento es de 7.8%, siendo las reuniones de corporativos la que mayor incidencia de eventos registra.

En ese mismo documento se mencionan todos los indicadores asociado al turismo de reuniones a los que se le da seguimiento presentado cifras de crecimiento acelerado; por ejemplo, la tasa media del crecimiento anual del empleo generado es de 3.3%, en asistentes 6.2% y en gasto es de 8.4%. Este último dato es por demás relevante ya que en términos absolutos se está hablando de niveles de gasto del orden de los 24 millones de dólares anuales, 38% adicional a lo reportado cuatro años antes. La cifra de asistentes a los eventos también da cuenta de la importancia del segmento, en 2016 por este concepto se registran más de 29 millones de personas.

Tabla 1. Indicadores económicos de turismo de reuniones en México.

	2011	2016	Variación porcentual %	Tasa media de crecimiento anual
Reuniones	197,400	266,117	34.8%	7.8%
Corporativos	131,000	182,300	39.2%	8.6%
Congresos y convenciones	28,000	33,800	20.7%	4.8%
Viajes de Incentivos	6,300	7,661	21.6%	5.0%
Ferias al consumidor	4,400	6,440	46.4%	10.0%
Otro tipo de eventos	27,700	35,916	29.7%	6.7%
Asistentes	23,000,000	29,300,000	27.4%	6.2%
Habitación noche de hotel	24,300,000	29,500,000	21.4%	5.0%
Gasto en las reuniones (millones de dólares)	18,100	24,970	38.0%	8.4%
Empleos generados	783,700	890,841	13.7%	3.3%

Fuente: Relevancia Económica de las reuniones en México. Ediciones 2011 y 2016. Secretaria de Turismo.

3. EL TURISMO DE REUNIONES EN YUCATÁN

En Yucatán, de acuerdo a los censos económicos 2009 y 2014 realizados por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), aunque moderados, el segmento registra crecimiento. La clase 561920 que se refiere a organizadores de convenciones y ferias comerciales e industriales, registra un aumento de cuatro unidades económicas especializadas en 2009 a ocho en 2014. El personal ocupado crece en un 86% y las cifras de ingresos, gastos y valor agregado mantienen estables sus ingresos en el orden de los 6 millones de pesos anuales. El valor agregado esta sobre los 4 millones y los gastos sobre 1.8 millones anuales.

Tabla 2: Principales Indicadores del segmento de organizadores de convenciones y ferias comerciales

561920 Organizadores de convenciones y ferias comerciales e industriales		
	2009	2014
Unidades económicas	4	8
Personal ocupado total	36	67
Valor agregado censal bruto (millones de pesos)	4.694	4.336
Total de gastos (millones de pesos)	1.414	1.863
Total de ingresos (millones de pesos)	6.102	6.066

Fuente: INEGI, Censos Económicos 2009 y 2014.

4. MAPA DE NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE ACTORES

Las entrevistas a profundidad son una técnica de recolección de información de corte cualitativo en el que previo acuerdo entre el entrevistado y el entrevistador, se abordan temas de interés común (turismo de reuniones) y con la ayuda de una guía de tópicos a tratar se desarrolla la entrevista. Esta técnica ayuda a ahondar sobre aspectos de interés que en otro tipo de técnicas se quedan sobre la superficie.

Con la finalidad de profundizar en el conocimiento del sector, así como de recibir por parte de los actores sus requerimientos en cuanto a información estadística útil y relevante se realizaron siete entrevistas a profundidad a diferentes actores claves de la industria del turismo de reuniones en Yucatán; abordando temas como su visión del segmento en Yucatán, así como sus necesidades de información.

Derivado de dichas entrevistas se pueden resumir tres aspectos relevantes: Las fortalezas del destino Yucatán, las expectativas en el sector de reuniones y las áreas de oportunidad.

Dentro de las fortalezas destaca la infraestructura turística y en general la infraestructura de soporte: Señalan el buen estado de las vías de comunicación, la conectividad y número de vuelos en el aeropuerto, el puerto de altura de Progreso y la oferta hotelera de Mérida. Otro aspecto relevante son los niveles de seguridad observados en la entidad, baja incidencia delictiva y la percepción de estar en un lugar seguro. Particularmente en Mérida, también destacan la amplia oferta cultural y un interesante calendario de eventos. La riqueza natural del interior del estado, como los cenotes, reservas ecológicas y playas también forma parte de las fortalezas señaladas por los entrevistados.

En cuanto a las expectativas, se espera un franco crecimiento, la construcción de un nuevo centro de convenciones y el crecimiento reciente de la infraestructura hotelera, permite tener perspectivas optimistas y prever altas tasas de crecimiento.

En cuanto a las áreas de oportunidad, para estar a la altura de estas expectativas, los entrevistados señalan tres aspectos básicos en donde se debe de hacer énfasis (Imagen 1): la profesionalización del personal en el sector, en este aspecto, el requerimiento se centra en que el estado provea de más posibilidades de capacitación. La diversificación del tipo de eventos, tanto por las temáticas de las convenciones y reuniones, como por el origen de las mismas, especialmente buscar mayor internacionalización. El nivel de los proveedores es otro de los requerimientos de mejora; en todos los ámbitos desde audio, iluminación, alimentos y bebidas, transportación y en general de todos los giros que gravitan en torno a esta industria.

Imagen 1. Necesidades de información de actores

Fuente: Elaboración propia.

Los temas de interés estadísticos detectados en las entrevistas, en el que hay consenso, y que se sugieren se incorporen en el presente estudio son:

- Lugar de residencia habitual del visitante.
- Características sociodemográficas y económicas del visitante.
- Hábitos de viaje.
- Evaluación del nivel satisfacción a destinos específicos.
- Evaluación del nivel de satisfacción del destino en general.
- Evaluación del evento.
- Características del gasto turístico.

5. MARCO CONCEPTUAL

Las oficinas de estadística (INEGI, 2010) han consensuado algunos criterios relevantes para el desarrollo de los marcos conceptuales, para proyectos de generación de información estadística. La finalidad es poder garantizar la calidad de los datos generados, por lo que recomiendan observar los siguientes aspectos en: relevancia, rigor conceptual, confiabilidad, oportunidad, accesibilidad, comparabilidad, suficiencia y facilidad de consulta.

Relevancia: Se refiere a su condición de utilidad de los datos para atender necesidades de los usuarios en un determinado campo del conocimiento.

Rigor conceptual: Se refiere a que las denominaciones de los conceptos y sus respectivas definiciones describan con claridad precisión y sin ambigüedad las ideas a las que se refieren.

Confiabilidad: Grado en que un dato o un conjunto de ellos, se aproxima a la veracidad sobre una magnitud dada determina exigencia de precisión.

Oportunidad: Se refiere al lapso mínimo que transcurre entre la presentación de resultados de un proyecto estadístico y la referencia temporal de los datos captados.

Accesibilidad: Facilidad para que los usuarios puedan establecer la existencia de la información estadística y la sencillez para acceder a ellos.

Comparabilidad: Grado en que son equivalentes las definiciones y clasificaciones de conceptos comunes de datos referentes a distintas fuentes, momento o unidad geográfica.

Suficiencia: Grado en que las estadísticas disponibles permite el conocimiento de un fenómeno en cuanto a su estructura, distribución, comportamiento temporal e interrelación.

Facilidad de consulta: Grado en que la presentación de los datos en cuadros, gráficas o cartogramas con los metadatos correspondientes permite a los usurarios su consulta e interpretación.

Para garantizar el cumplimiento de estos criterios en el presente proyecto se presentan un conjunto de conceptos, definiciones, categorías, variables y clasificaciones tomados de la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2014. p.10) que permiten enmarcar desde el punto de vista conceptual el desarrollo de la encuesta.

Turismo de reunión: El término reunión se refiere a una agrupación de diez o más participantes por un mínimo de cuatro horas, en una sede contratada con el propósito común de llevar una actividad concreta. Las reuniones pueden ser convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, eventos de incentivos, reuniones corporativas y de negocios, así como otras que cumplan con los criterios mencionados.

El turista de reuniones por tanto trata sobre aquellos visitantes que llegan exprofeso a un evento programado con anticipación, con una temática específica, en un recinto previamente definido en forma generalmente de convención, congreso, conferencia, reuniones corporativas y de incentivos.

En Yucatán generalmente estos eventos ocurren en el Centro de Convenciones Siglo XXI o en los hoteles sede que cuentan con la infraestructura suficiente para llevar a cabo sus actividades.

Siguiendo las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo y en concordancia con el estudio sobre la relevancia económica de las reuniones en México (2016), los tipos de reuniones se pueden clasificar de la siguiente manera:

- **Convenciones y reuniones corporativas o de negocios.** Son reuniones gremiales o empresariales normalmente patrocinadas por una corporación, en las cuales los participantes representan a la misma compañía, grupo corporativo o relaciones de cliente o proveedor. En ocasiones la participación es obligatoria, por lo cual, los gastos de viaje corren por cuenta de la corporación. Incluye a aquellas reuniones generales y formales de un cuerpo legislativo, social o económico, a fin de dar información, deliberar o establecer consenso o tratar políticas por parte de los participantes, así como tratar asuntos comerciales en torno a un mercado, producto o marca. Pueden contener un componente secundario de exposición.
- **Congresos de asociaciones.** Reuniones no orientadas a los negocios en las cuales se lleva a cabo el encuentro de amplios grupos de individuos, generalmente para discutir e intercambiar puntos de vista en torno a un tema de interés. (Profesional, cultural, deportivo, religioso, social, de gobierno o académico, entre otros) Suelen tener una duración de varios días y con sesiones simultáneas, así como una frecuencia multianual o anual predefinida.
- **Ferias y exposiciones comerciales.** Eventos comerciales o culturales que reúnen a miembros de un sector empresarial, profesional o social, orga-

nizado con el propósito de representar productos o servicios para realizar labores de relaciones públicas o comercialización en un área específica. La principal actividad de los asistentes es visitar el área de exposición.

- **Eventos de incentivo.** El viaje de incentivo es una estrategia moderna gerencial enfocada en reconocer a las personas que alcanzaron o excedieron objetivos comúnmente relacionados a las ventas o productividad dirigida a los participantes que demuestran un mejor desempeño en su trabajo con una experiencia de viaje extraordinaria.
- **Otras reuniones.** Un encuentro no descrito por los tipos de Reunión expuestos arriba, pero que cumple con los criterios en términos de duración (4 horas o más), número de personas (10 o más) y ubicación (sede contratada).

Generalmente en el lenguaje conceptual de la industria turística se utilizan un conjunto de definiciones generalizadas que vale la pena precisar para efecto del presente trabajo.

Destino: Es el lugar visitado. Es una unidad básica utilizada para elaboración de las estadísticas de turismo. Nos estaremos refiriendo en el presente proyecto como el destino Yucatán.

Lugar de residencia habitual: Es el lugar geográfico en que el visitante reside habitualmente y se define por la ubicación de vivienda habitual. Se trata de ubicar la procedencia u origen del visitante, preferentemente a nivel ciudad, región y país.

Características sociodemográficas: son los atributos biológicos, culturales, económicos y demográficos que permiten caracterizar a las personas según un contexto determinado. Las categorías a saber en este tema son: la edad, el ingreso, sexo, ocupación.

Hábitos de viaje: Se refiere a las actividades realizadas durante su estadía en el destino las categorías incluidas son: sitios visitados, estadía, compañía de viaje, tipo de hospedaje y de transporte utilizado, visitas anteriores al destino.

Nivel de satisfacción: Grado en el que un turista expresa su agrado o desagrado a cierto producto, servicio o lugar en el caso del turismo.

Gasto turístico: Total de gastos de consumo efectuados por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino. Hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.

La tabla 3, resume el conjunto de temas y categorías identificados y que se incorporarán al instrumento de captación de información.

Tabla 3. Temas y categorías a incorporar en la encuesta

Tema	Categoría
Lugar de residencia habitual	País Estado/región/provincia Ciudad
Características sociodemográficas	Edad Sexo Ocupación Ingreso
Nivel de satisfacción	Al destino A servicios A sitios Disposición a regresar Disposición a recomendar
Hábitos de viaje	Sitios visitados Estadía Compañía de viaje Tipo de hospedaje Transporte utilizado Visitas anteriores al destino.
Gasto turístico	Por categoría de gasto Personales y de acompañantes

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 4 especifica los indicadores a generar como resultado de la aplicación de la encuesta.

Tabla 4. Indicadores a generar

Indicador	Estimación
Visitantes a congresos y convenciones por ciudades de origen según país	Se refiere a la estimación del número de visitantes al destino del segmento de turismo de reuniones; considerando el origen del visitante. Se desplegarán las 10 ciudades más importantes (en cuanto al número de visitantes)

Visitantes a congresos y convenciones por grupos de edad, sexo e ingreso	Se refiere a la estimación del número de visitantes al destino del segmento de turismo de reuniones; considerando las edades, sexo e ingreso de los visitantes. Este indicador dará cuenta del perfil demográfico
Visitantes a congresos y convenciones según condición de visita (solo o acompañantes) y numero de acompañantes	Se estima el número y la proporción de visitantes que vienen solos y acompañados. Para el caso de los acompañados se reporta un desglose del número de acompañantes
Visitantes a congresos y convenciones según número de visitas previas a la ciudad	Con este indicador se estima el número de visitantes según número de visitas previas al destino
Visitantes a congresos y convenciones según tipo de evento	El indicador desglosa a los visitantes por tipo de evento: convenciones, conferencias, congresos, ferias comerciales y exposiciones, eventos de incentivos, reuniones corporativas y de negocios
Principales destinos visitados	De un listado de lugares, los de mayor afluencia se obtendrá un ranking de lugares visitados por este segmento
Calificación promedio por destino	De una escala de 5= Excelente, 4=bueno, 3=regular, 2=malo y 1=muy malo. Se obtendrá la valoración promedio de cada lugar visitado (solo se considera quienes visitaron el lugar)
Gasto promedio por visitante y categoría de gasto	Se estima el gasto promedio por visitante, con un desglose por edad, sexo, nivel de ingreso, tipo de evento, condición de visita. Así como una estimación por categorías de gasto (trasportación local, alimentos y bebidas, recreación, alojamiento)

Fuente: Elaboración propia.

6. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 Objetivos del estudio:

Realizar un estudio completo acerca del visitante de nuestro estado que pertenece al segmente de turismo de reuniones y generar información precisa y actualizada acerca del perfil del visitante del segmento de turismo de reuniones, así como la tendencia de gasto y la clasificación otorgada por el mismo visitante a los principales servicios que utiliza durante su estadía en la entidad.

6.2 Población objetivo

Turistas del segmento de reuniones que visitaron Yucatán con al menos un día de pernocta en el destino y que participaron en alguna reunión programada en el destino.

6.3 Objetivo general

Caracterizar al turista de reuniones en Yucatán de acuerdo a sus características sociodemográficas y de hábitos de viaje, y evaluar su satisfacción sobre servicios consumidos y destinos visitados.

6.4 Objetivos específicos

- Caracterizar a los turistas de reuniones con base a su perfil sociodemográfico.
- Conocer los hábitos de viaje y de consumo de algunos servicios clave en el destino.
- Generar indicadores de satisfacción de servicios claves consumidos en el destino.
- Generar indicadores de satisfacción de sitios visitados en el destino
- Conocer la recurrencia de visita.
- Medir la intención de regresar y nivel de recomendación del destino.

6.5 Diseño muestral

El muestreo será de tipo probabilístico y sistemático: Aleatorio porque es conocida la probabilidad de seleccionar a los que integraran la muestra y el método de selección se realizará al azar. De tipo sistemático porque el procedimiento de selección tendrá un arenque aleatorio – según estimó el miembro que integrará la muestra. Será seleccionado dentro de un intervalo fijo previamente establecido. La elección de este procedimiento responde al hecho de que los eventos están espaciados en el tiempo y cada evento tiene diferentes niveles de participantes.

6.6 Tamaño de muestra

Para la estimación del tamaño de muestra, se considera la fórmula para la estimación de proporciones con población finita; se considera el valor de p=.5, que es la máxima variabilidad requerida, y una precisión del 4% (margen de error).

$$n = \frac{N * p * q * Z_{\alpha}^{2}}{d^{2} * (N-1) + p * q * Z_{\alpha}^{2}}$$

Donde

N= Total de la población

Zα=1.96 (para un nivel de confianza del 95%

p= Proporción esperada

q= (1-p)

d= precisión (4% para el estudio)

Con estos datos se obtiene un tamaño de muestra de 560 para el periodo mayo-junio y 575 para septiembre-noviembre.

6.7 Puntos de levantamiento

Se realizarán en las sedes de los eventos programados en los últimos días de duración del evento; esto con el fin de dejar tiempo para que el visitante haya tenido la oportunidad de conocer el destino y visitar algunos sitios.

6.8 Prueba piloto

Se aplicará la prueba piloto en dos eventos en el mes de abril a fin de calibrar los instrumentos y prever situaciones de logística.

Se contemplan 15 encuestadores para aplicar instrumento evaluador de acuerdo a la distribución de la muestra.

6.9 Capacitación

Con la intención de guiar el desempeño de los encuestadores se propone un plan de entrenamiento integral, el cual abordará los siguientes temas:

- Relevancia e impacto de un observatorio turístico
- Características del segmento de turismo de reuniones
- Técnicas y procedimientos a considerar para la aplicación del cuestionario

El entrenamiento también contempla la revisión del cuestionario, la forma de aplicar cada una de las preguntas, el registro adecuado para las posibles respuestas y la sensibilización al encuestador con la responsabilidad que tiene en el manejo riguroso y objetivo de la información.

Además, pretende detectar errores comunes en los encuestadores: manejo del lenguaje corporal evitando hacer gestos en estar de acuerdo o en desacuerdo, llenar las respuestas antes de que el encuestado termine de hablar o entrar en debate con el encuestado.

Esta capacitación tiene la intención de unificar criterios con el fin de lograr la objetividad de la información a colectar del segmento meta, misma que servirá para preservar la autenticidad del resultado del estudio.

7. CONCLUSIONES

El segmento de turismo de reuniones se está convirtiendo en pieza clave en el desarrollo económico del país pues no se limita únicamente a reuniones de expertos en distintas áreas sino que trae consigo el impulso de empleos para los prestadores de servicios turísticos y la derrama económica para el Estado de Yucatán.

El presente documento sustenta un marco teórico y una metodología que permitirá sistematizar los procedimientos para la identificación, muestra del acopio, registro y análisis de la información requerida del estudio del segmento de turismo de reuniones para la comprensión del perfil del visitante, la valoración en cuanto a sus niveles de satisfacción con el destino y los sitios visitados y el gasto promedio por visitante y categoría de gasto con el fin de generar información valiosa para la toma de decisiones de los diferentes actores del sector.

Presenta también el diseño del cuestionario para aplicar a visitantes de turismo de reuniones al Estado de Yucatán, a partir de los eventos promovidos por la Oficina del Convenciones y Exposiciones de la Secretaría de Fomento Turístico del Estado (Sefotur).

La inclusión de fuentes primarias y secundarias en el diseño metodológico, de la encuesta de turismo de reuniones para el estado de Yucatán permitió, además de contar con una metodología técnicamente robusta; también se logró conjuntar las opiniones de los actores involucrados en el sector, que con sus aportaciones lograron ubicar los puntos focales a considerar en el cuestionario para poder generar información útil para un público heterogéneo con distintas necesidades.

REFERENCIAS

Consejo de Promoción Turística de México, México. (2016). La relevancia económica de las reuniones en México-2016. Disponible en red: http://www.siimt.com/work/models/siimt/Resource/41f9c173-1c38-49f2-bbcd-9aa3a43417ea/2016_REReuniones_EstudioFINAL.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2009). Censo Económico 2009. Disponible en red: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/default.asp?s=est&c=14220

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). Diseño conceptual. Documentos técnicos para la generación de estadística básica. Disponible en red: http://www.

inegi.org.mx/inegi/SPC/doc/INTERNET/23-%20Dise%F1o%20Conceptual,%20Generaci%F3n%20de%20Estad%EDstica%20B%E1sica.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014). Censo Económico 2014. Disponible en red: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/

Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (2010). Proceso estándar para encuestas por muestreo./Instituto Nacional de Estadística y Geografía-México: INEGI, c2010 . Disponible en red: http://www3.inegi.org.mx/sistemas/componentes/previsualizador/vista.aspx?arch=/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/metodologias/est/proc_estandar_encuestas.pdf&tipo=1

International Congress and Convention Association (2014). ICCA Statistics Report. Disponible en red: file:///C:/Users/gcenteno.MARISTA/Downloads/public%20abstract_2014.pdf

Mérida, M. (2015). Turismo de convenciones: México es el mejor anfitrión. Revista electrónica Mundoejecutivo. Negocios. México. Recuperado de: http://mundoejecutivo.com.mx/economia-negocios/2015/12/07/turismo-convenciones-mexico-mejor-anfitrion

Organización Mundial del Turismo (2014), Informe global sobre la industria de reuniones. AM Reports. Miembros Afiliados, Vol. 7. OMT, Madrid.

Organización Mundial del Turismo (2014). Informe global sobre la industria de reuniones. Disponible en red: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf

Secretaría de fomento Turístico. (2012-2018). Resultados de la actividad Turística de Yucatán. Mayo 2016. Recuperado de: http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/files-content/general/resultados_actividad_turistica/123b534cac382281291cca05e77d246b.pdf

Secretaría de Turismo, (2015). Turismo de reuniones. Consejo de promoción Turística. México. Recuperado de: http://www.cptm.com.mx/services/turismo-de-reuniones?language=es

6. EL TURISMO DE REUNIONES Y SU VINCULACIÓN CON LA DERRAMA ECONÓMICA

Emy Guadalupe Moo Estrella
Angelita Cruz Arceo

RESUMEN

Este artículo se redactó a partir de los resultados arrojados en la "Encuesta a turistas del segmento de reuniones, Yucatán mayo 2017 - abril 2018". El análisis se aboca esencialmente a identificar los perfiles y hábitos de consumo del visitante del Segmento de Turismo de Reuniones en el Estado de Yucatán, así como su vinculación con la derrama económica. A partir de los resultados, se observa una vinculación positiva entre el turismo de reuniones y la derrama económica, también se encontró que el mercado de estudiantes es el grupo con mayor porcentaje de presencia en este tipo de eventos y que los visitantes que corresponde al segmento de adultos mayores es un nicho que debería explotar el turismo en reuniones por el gasto promedio ponderado que este colectivo genera. Los resultados obtenidos pueden ser relevantes para potencializar esta rama del turismo en Yucatán, así como para implementar estrategias que contribuyan a un mayor desarrollo y crecimiento económico de la entidad.

Palabras claves: T*urismo de reuniones, Derrama económica y Segmento de visitantes.*

ABSTRACT

This article was written based on the results of the "Survey of tourists in the meetings, incentives, conventions and exhibitions segment, Yucatan, May 2017 - April 2018". The analysis focuses essentially on identifying the profiles and consumption habits of the visitor of the tourism segment of meetings, incentives, conventions and exhibitions in the State of Yucatan, as well as its connection with the economic flow. From the results, there is a positive link between this segment and the economic spill. It was also found that the student market is the group with the highest percentage of presence in this type of event and that the visitors corresponding to the segment of older adults is a niche that should exploit tourism in meetings by the weighted average expenditure that this group generates. The results obtained may be relevant to potentiate this branch of tourism in Yucatan, as well as to implement strategies that contribute to a greater development and economic growth of the entity.

Keywords: *Meetings, incentives, conventions and exhibitions, Economic spill and Visitor segment.*

1. INTRODUCCIÓN

El sector turístico para cualquier comunidad ya sea a nivel internacional, nacional o local es un apartado esencial para el desarrollo y crecimiento económico, es decir si se maneja de una manera positiva y estratégica puede generar en consecuencia una derrama económica.

El secretario Taleb Rifai en su prefacio escrito para el Informe global sobre la industria de reuniones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) comentó que "la industria de reuniones ha alcanzado su madurez, posicionándose en el núcleo del turismo como uno de los principales motores de desarrollo del sector y como un importante generador de ingresos, empleo e inversión" (Rifai, 2014 p. 4); en dicho informe se comentaron los puntos positivos del Turismo de Reuniones que se redactan a continuación (OMT 2014, p. 10):

- Las reuniones de por sí son un gran negocio y juegan un importante papel de apoyo a otros negocios.
- Las reuniones favorecen las inversiones, el comercio, las comunicaciones y las tecnologías.
- Las reuniones llevan formación y desarrollo profesional a las comunidades locales creando puestos de trabajo y reteniendo la mano de obra.
- Es una industria "limpia" que promueve la calidad ambiental.
- Las reuniones favorecen y respaldan otros sectores empresariales.

- Las reuniones representan la “gama alta” en cuanto a gastos de los viajeros.
- Las reuniones atraen a expertos mundiales.
- Las reuniones crean y difunden conocimientos en el mundo entero.
- Las reuniones perfilan las comunidades.
- Las reuniones contribuyen a la comprensión y la cooperación mundiales.

Los beneficios del turismo de reuniones son muchos y uno de esos es la derrama económica que puede generar, lo cual se puede ver claramente con los ingresos que reciben todas las empresas relacionadas con el turismo (hotelería, alimentos, servicios de hospedaje, etc), así como también puede traer inversiones futuras. (Yarto, 2015).

En este artículo se abordará la temática de derrama económica que se genera como consecuencia del turismo de reuniones.

Este artículo es el resultado del estudio del segmento del turismo de reuniones, el cual tiene como finalidad identificar los perfiles y hábitos de consumo del visitante del segmento turístico de reuniones para poder identificar su vinculación con la derrama económica, ya que esta información puede contribuir a establecer estrategias que potencialicen aún más esta rama del turismo en el Estado de Yucatán y de esa manera poder satisfacer las necesidades que el mercado requiere actualmente.

2. METODOLOGÍA

2.1 Objetivo del estudio

Realizar un estudio acerca del visitante de nuestro estado que pertenece al segmento de turismo de reuniones con la finalidad de generar información precisa y actualizada acerca del perfil del visitante del segmento de turismo de reuniones, así como la tendencia de gasto y la clasificación otorgada por el mismo visitante a los principales servicios que utiliza durante su estadía en la entidad.

2.2 Población objetivo

Turistas del segmento de reuniones que visitaron Yucatán con al menos un día de pernocta en el destino y que participaron en alguna reunión programada en el destino.

2.3 Objetivo general

Caracterizar al turista de reuniones en Yucatán de acuerdo a sus características sociodemográficas y de hábitos de viaje, y evaluar su satisfacción sobre servicios consumidos y destinos visitados.

2.4 Objetivos específicos

- Caracterizar a los turistas de reuniones con base a su perfil sociodemográfico.
- Conocer los hábitos de viaje y de consumo de algunos servicios clave en el destino.
- Generar indicadores de satisfacción de servicios claves consumidos en el destino.
- Generar indicadores de satisfacción de sitios visitados en el destino
- Conocer la recurrencia de visita.
- Medir la intención de regresar y nivel de recomendación del destino.

2.5 Diseño muestral

El muestreo será de tipo probabilístico y sistemático: Aleatorio, porque es conocida la probabilidad de seleccionar a quienes integraran la muestra y el método de selección se realizará al azar. De tipo sistemático, porque el procedimiento de selección tendrá un arenque aleatorio y el K -ésimo miembro que integre la muestra será seleccionado dentro de un intervalo fijo previamente establecido. La elección de este procedimiento responde al hecho de que los eventos están espaciados en el tiempo y cada evento tiene diferentes niveles de participantes. Tanto para el primero como para el segundo ejercicio el número de personas seleccionadas se presenta en las tablas siguientes.

Se plantean dos periodos de análisis, el que corresponde a los meses comprendidos entre mayo y julio y el segundo correspondiente entre septiembre y noviembre. El mes de agosto no se incorpora porque no se registra ningún evento a realizar. En el primer periodo se programaron 12 eventos con 7 mil 630 asistentes esperados, mientras que en el segundo periodo los eventos programados fueron 20 con 13 mil 570 asistentes. Por lo que se generaron dos muestras, una para cada periodo. El nivel de confianza es 95% y el margen de error de +- 4%.

2.6 Tamaño de muestra

Para la estimación del tamaño de muestra, se considera la fórmula para la estimación de proporciones con población finita; se considera el valor de p=.5, que es la máxima variabilidad requerida, y una precisión del 4% (margen de error).

$$n = \frac{N * p * q * Z_{\alpha}^{2}}{d^{2} * (N-1) + p * q * Z_{\alpha}^{2}}$$

Donde

N= Total de la población

Zα=1.96 (para un nivel de confianza del 95%

p= Proporción esperada

q= (1-p)

d= precisión (4% para el estudio)

En el periodo comprendido entre mayo del 2017 y abril de 2018, se obtuvo registro de un total de 57 eventos (tabla 1) del segmento de turismo de reuniones en Yucatán. Este registro, se consolidó con datos de la oficina de Convenciones de la Secretaria de Fomento Turístico (SEFOTUR), así como de un esfuerzo propio por captar los eventos organizados de manera privada por los hoteles y prestadores de servicios especializados. Del total de eventos, se tuvo acceso para realizar encuestas a 29 de ellos, lo que representa una cobertura de 51%. De los 57 eventos totales, 13 fueron eventos internacionales, pudiendo encuestarse en 9 de ellos, lo que representa una cobertura de 69%.

De igual manera, los 44 eventos restantes fueron nacionales, logrando encuestar en 20 de ellos, lo que representa una cobertura de 69%. Es importante señalar que se intentó aplicar encuestas en el 100% de los eventos realizados en el estado de Yucatán, sin embargo, no fue posible alcanzar la máxima cobertura por tratarse de organizaciones de carácter privado, por lo cual se negó el acceso a los eventos. No obstante, con la asistencia a los 29 eventos se logró consolidar una muestra de tamaño de un mil 086 asistentes, que para un universo de 31 mil 538 asistentes se alcanza un margen de error de 3% con un nivel de confianza de 95%.

Una vez que se validó y calibró el instrumento de captación de la información a través de una prueba piloto, se procedió a iniciar el trabajo de campo. Para el periodo comprendido entre los meses de mayo de 2017 a abril de 2018 se aplicaron un total de un mil 086 entrevistas efectivas.

Tabla 1. Eventos de turismo de reuniones en Yucatán

Mayo de 2017 - abril de 2018 Meses		
Mayo	4	1
Junio	5	1
Julio	3	2
Agosto	1	

Septiembre	8	5
Octubre	7	5
Noviembre	12	9
Diciembre	1	
Enero	3	
Febrero	6	3
Marzo	3	1
Abril	4	2
Total	**57**	**29**

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta a turistas del segmento de turismo de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

2.7 Puntos de levantamiento

Se realizaron en las sedes de los eventos programados en los últimos días de duración del evento; esto con el fin de dejar tiempo para que el visitante haya tenido la oportunidad de conocer el destino y visitar algunos sitios.

2.8 Prueba piloto

Se aplicó la prueba piloto en dos eventos en el mes de abril a fin de calibrar los instrumentos y prever situaciones de logística.

Se contemplaron 15 encuestadores para aplicar el instrumento evaluador de acuerdo a la distribución de la muestra.

2.9 Capacitación

Con la intención de guiar el desempeño de los encuestadores se trabajó con un plan de entrenamiento integral, el cual abordó los siguientes temas:

- Relevancia e impacto de un observatorio turístico.
- Características del segmento de turismo de reuniones.
- Técnicas y procedimientos a considerar para la aplicación del cuestionario.

El entrenamiento contempló la revisión del cuestionario, la forma de aplicar cada una de las preguntas, el registro adecuado para las posibles respuestas y la sensibilización al encuestador con la responsabilidad que tiene en el manejo riguroso y objetivo de la información, además, pretende detectar errores comunes en los encuestadores: manejo del lenguaje corporal evitando hacer gestos en estar de

acuerdo o en desacuerdo, llenar las respuestas antes de que el encuestado termine de hablar o entrar en debate con el encuestado.

Esta capacitación tuvo la intención de unificar criterios con el fin de lograr la objetividad de la información a colectar del segmento meta, misma que servirá para preservar la autenticidad del resultado del estudio.

2.10 Proyección de derrama económica

El impacto que tiene en la economía del Estado de Yucatán el segmento de turismo de reuniones es innegable. Este apartado nos permite valorar la magnitud de la participación de este tipo de turismo en el contexto estatal, considerando los 57 eventos realizados.

Durante el estudio se dio seguimiento a dos indicadores clave: el gasto promedio y la derrama económica. El gasto promedio se refiere a la media de erogaciones en el destino durante su estancia en el lugar de visita. Por su parte, la derrama económica se estima como consecuencia de multiplicar el gasto promedio ponderado por el número de visitantes. Es decir, el total de gasto realizado en el destino por el total de visitantes.

Es importante señalar que, el cálculo del promedio de gasto y la derrama económica, se estima tomando en consideración un factor de expansión; que se interpreta como la cantidad de personas en la población que representa una persona en la muestra.

La estimación de un total dado para una variable se obtiene, primero, ponderando el valor de la variable en cada persona por su factor de expansión y luego, sumando todas las personas de la muestra.

De acuerdo con el diseño de la muestra, corresponde aplicar este factor de expansión a cada persona seleccionada, lo que depende del número de asistentes al evento que asistieron y el número de personas muestreadas en el mismo. Los factores de expansión también incluyen un ajuste de población total, en este caso, la de visitantes totales a los eventos, para de esta manera aumentar la precisión de las estimaciones.

Por lo tanto, se concluye que los indicadores estimados de gasto promedio y derrama económica, no son promedios simples, ni simples sumas aritméticas; si no que primero se considera la participación (ponderación) de cada elemento integrante de la muestra y, posteriormente se calcula el promedio o se suma (expande) al total de la población. Es por eso que, si multiplicamos el número

de visitantes por gasto promedio, la cifra de derrama económica sufrirá una leve modificación.

3. ENFOQUE TEÓRICO

3.1 El impacto del turismo en el Producto Interno Bruto mundial y nacional

Para que un país tenga un crecimiento económico necesita poner a disposición todos sus recursos (humanos, naturales, materiales, financieros, etc.) con los cuales genere actividades económicas para obtener ingresos. Una forma de medir ese crecimiento económico es a partir del Producto Interno Bruto (PIB) que Banxico (2018) define como la suma del valor de todos los bienes, servicios e inversiones que se producen en el país durante un año. El PIB es un indicador macroeconómico de gran relevancia en cualquier análisis.

Dentro de la composición del PIB, el turismo tiene un gran peso en la economía mundial. Al respecto, Gloria Guevara (2018), Presidenta del World Travel & Tourism Council (WTTC), plantea que el 2017 fue uno de los años de crecimiento más robusto del PIB turístico mundial en una década.

En los últimos años el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, por lo que se ha convertido en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El sector de Viajes y Turismo es uno de los mayores sectores económicos del mundo, crea empleos, impulsa las exportaciones y genera prosperidad en todo el mundo. Este sector representó el 10,4 % del PIB mundial y 313 millones de puestos de trabajo, o 9,9 % del empleo total, en 2017 (Guevara 2018).

México no es la excepción, pues el turismo en el país es una actividad de enorme importancia para el crecimiento económico ya que contribuye en gran medida en un alto porcentaje en lo que respecta al PIB.

En México, el sector que más aporta al producto interno bruto es el turismo. De acuerdo con un estudio realizado por el Consejo mundial de viajes y turismo, (World Travel & Tourism Council, WTTC por sus siglas en inglés) México posiciona al turismo como su sector más grande (Parcerisa, 2017).

El informe Estudio del Impacto Económico de México 2018, en el sector de viajes y turismo, señaló que la contribución del turismo al PIB nacional es de 16 por ciento, por lo que el turismo emplea a 8.6 millones de personas equivalentes al 16 por ciento del total, y se calcula la apertura de 2.4 millones de puestos laborales en los próximos 10 años (Guevara, 2018).

En relación al número de visitantes, México recibió en 2017 a 39.3 millones de turistas, un récord histórico, que dejaron ingresos por 21,300 millones de dólares. La cifra de visitantes fue superior en 4.2 millones de personas, o 12%, a los 35.1 millones que se registraron en 2016, agregó la dependencia en una presentación (Secretaría de Turismo 2017).

3.2 Derrama económica que genera el turismo en México y en el Estado de Yucatán

El turismo en México es un factor que ha adquirido gran relevancia e importancia dentro de la economía del país, es decir, representa un factor clave dentro del desarrollo económico.

Como ya se ha dicho, para la economía mexicana, el turismo es una actividad relevante; sus beneficios se reflejan como un generador de empleo y desarrollo regional integral, al mismo tiempo que se convierte en un factor de difusión de atractivos culturales y naturales del país.

La promoción de los destinos, productos y servicios turísticos, es un instrumento fundamental para consolidar a México como una potencia mundial, desarrollando mayor interés por conocer y visitar los atractivos turísticos, no solo de sol y playa, sino de nuestras culturas ancestrales, gastronomía, costumbres y sobre todo, de la tradicional hospitalidad de los mexicanos (Consejo de promoción turística 2018).

México ofrece distintos recursos para albergar visitantes de todo el mundo y también visitantes nacionales que se desplazan a diferentes ciudades dentro del país por distintos motivos, por ello es que la oferta turística está ampliamente segmentada; en ese sentido México da cuenta de escenarios variados según los requerimientos de distintos tipos de perfiles y el área temática de interés de los turistas que entre otros, pueden ser: turismo cultural, turismo recreativo, turismo de reuniones, etc. un tipo de turismo no excluye a otro, por el contrario uno a otro puede ser complementario entre sí, aunque la realidad es que las personas visitantes tiene prioridades al momento de llegar a su ciudad de destino.

Continuado con las áreas temáticas para cada gusto o necesidad turística, el Turismo de Reuniones es una de las categorías de mayor dinamismo del sector turismo en México (Kido, Domínguez, Juárez y Sánchez, 2016). La organización de congresos en México aumentó durante 2016 y se prevé que la industria del turismo de reuniones se establezca como una actividad económica de relevancia. Por ello el ranking de la International Congress and Convention Association (ICCA) posicionó al país en el lugar 21 entre las naciones donde se organizan más eventos de esta naturaleza.

El sector turismo de reuniones generó una derrama económica para el país de 24.97 mdd, lo que equivale a una contribución total de 1.50% del PIB nacional. A nivel nacional, el turista de reuniones gasta hasta 53% más que un turista de placer, lo que posiciona a esta actividad como relevante para la economía turística (Navarro, 2017).

Para el caso de Yucatán, se cuenta con la estimación de la derrama económica generada, en promedio, por los visitantes nacionales e internacionales con pernocta que arribaron al Estado de Yucatán, durante el primer trimestre de 2018 (periodo enero-marzo), siendo ésta de 2 mil, 706 millones, 705 mil 895 (Secretaría de Fomento Turístico, 2018). Estos datos se reflejan de manera general a partir de diferentes segmentos turísticos.

El turismo de reuniones atrae visitantes que realizan diversas actividades adicionales al interés original por el cual llegan al Estado, que conducen a una derrama económica a otros sectores por los vínculos de la cadena productiva de bienes y servicios turísticos que se generan entre sí.

Por tal motivo, para el segmento turismo de reuniones cobra relevancia contar de manera más específica, con información relacionada con la derrama económica que genera este tipo de visitantes turísticos con la finalidad de dimensionar el impacto de este segmento y su desarrollo e importancia dentro de la actividad turística.

4. RESULTADOS

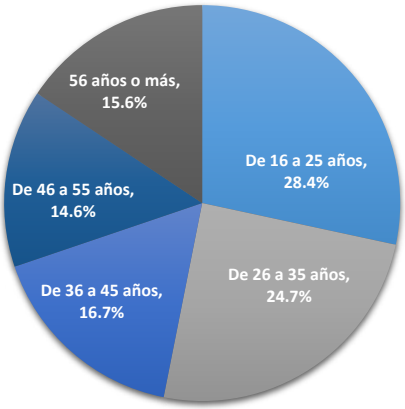
En este apartado se presenta los resultados que se obtuvieron en la investigación relativos a los datos demográficos de la población, el perfil y hábitos del visitante en relación al Turismo de Reuniones, así como también los resultados vinculados a la derrama económica.

4.1 Datos demográficos

Los datos demográficos ayudan a entender y a construir el perfil del visitante; las variables sexo, edad y nivel de ingreso, fueron las captadas para identificar la conformación de la estructura demográfica de los encuestados.

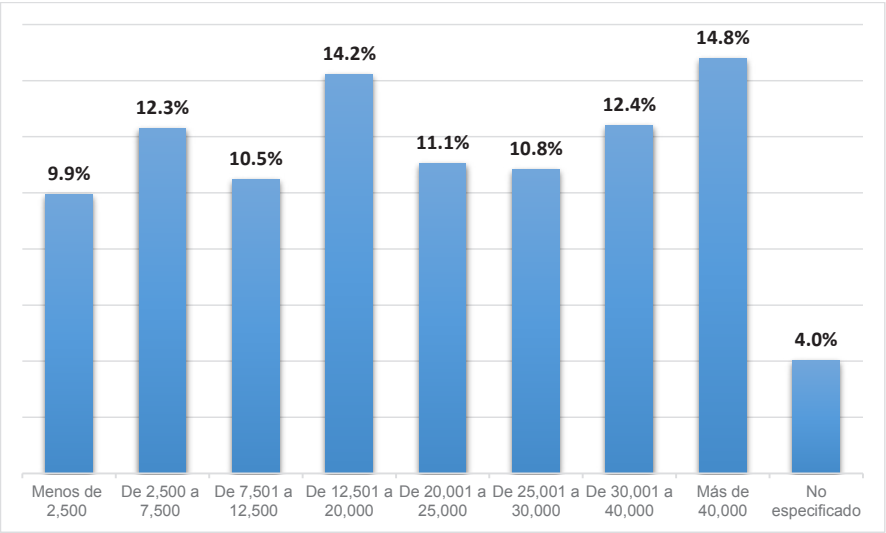
La imagen 1. Edad de los visitantes, muestra que 53.6% son mujeres y 46.4% hombres; por grupos de edad, el segmento de 16 a 25 años es el más numeroso con 28.4% del total, le sigue el rango de 26 a 35 años con 24.7% visitantes que sumados ambos rangos representan el 53.1% del total; lo que significa que el grueso de la población visitante es una población joven.

Imagen 1. Edad de los visitantes



Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

Imagen 2. Gráfica de ingresos mensuales en moneda nacional



Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

En la imagen 2. Gráfica de ingresos mensuales en moneda nacional, se observa que, en los rangos que corresponden a los ingresos más altos, arriba de 30,000.00 pesos al mes, se ubica 27.2% de los visitantes.

En el rango medio alto, comprendido entre 20,000.00 y 25,000.00 pesos al mes, se ubica 21.9% de los visitantes.

En el rango medio bajo, comprendido entre 7,501.00 y 20,000.00 pesos al mes, se ubica el 24.7% de los visitantes.

Los visitantes comprendidos en el nivel más bajo de ingresos, menor a 7,500, representan 22.2%.

Este dato tiene relación con 29% de visitantes que asisten a congresos estudiantiles, cuyo nivel de ingresos es bajo, pero que la gran mayoría viaja con el apoyo familiar, que se puede ver reflejado en la derrama económica.

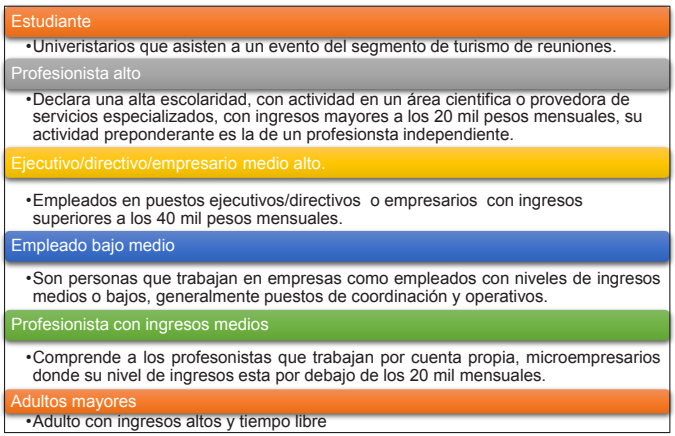
4% de los visitantes no respondió este cuestionamiento.

4.2 Perfil del visitante

29.5% de los visitantes se cataloga en la tipología de estudiante; 27.8% es profesionista alto y 19.4 % es ejecutivo/directivo/empresario, empleado bajo/medio representa 12.4% del total; los profesionistas y microempresarios de nivel bajo representa 5.5%, jubilados 3% y otros 2.4%.

85.7% de los visitantes son de origen nacional y 14.3% restante es extranjero, los principales lugares de donde provienen en el caso de los nacionales son de la Ciudad de México, Baja California, Estado de México y Puebla. En el caso de los extranjeros Colombia, Estados Unidos y Argentina son los países con mayor incidencia de llegada de visitantes, como se define en la imagen 3. Perfil del visitante:

Imagen 3. Perfil del visitante



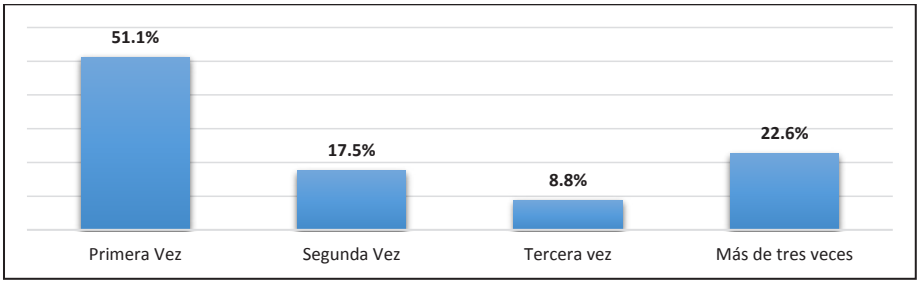
Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018.

4.3 Hábitos del viaje

4.3.1 Recurrencia en la visita

Variable por demás importante es la recurrencia de visita; ya que se puede considerar como una variable de satisfacción el que el visitante repita su estancia en el destino; a mayor satisfacción mayor recurrencia. La imagen 4. Gráfica de recurrencia en la visita, muestra poco más de la mitad (51.1%) manifiesta ser la primera vez que visita el estado; no obstante, 22.6% manifiesta que más de tres veces ha visitado el estado.

Imagen 4. Gráfica de recurrencia en la visita

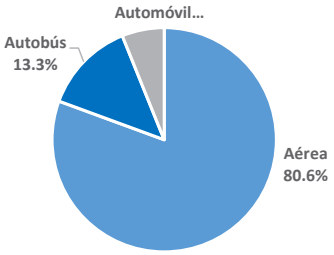


Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018

4.3.2 Vía de acceso

Detectar cuales son las principales formas de llegar al destino resulta crucial para orientar los esfuerzos de difusión y promoción, ya que permite conocer dónde se cruzarán la mayoría de los visitantes, facilitando proporcionarles información relevante y de interés. En la imagen 5. Gráfica distribución porcentual de visitantes de reuniones en Yucatán por vía de llegada, se observa que la vía aérea es la principal fuente de arribo al estado con 80.6% de incidencia, le sigue el autobús con 13.3% y en automóvil 7%.

Imagen 5. Gráfica distribución porcentual de visitantes de reuniones en Yucatán por vía de llegada

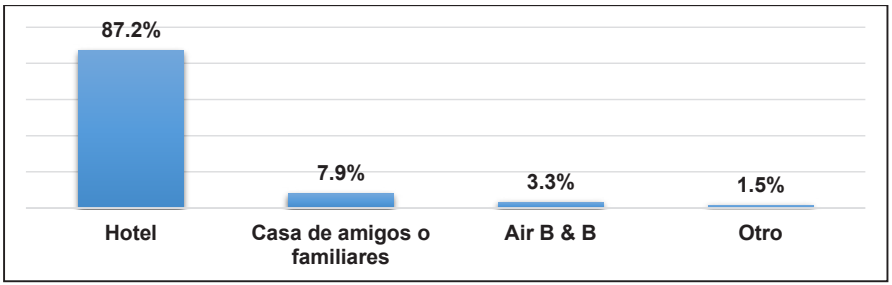


Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018

4.3.3 Lugar de hospedaje

En la imagen 6. Gráfica distribución porcentual de visitantes de reuniones en Yucatán por lugar de hospedaje, se visualiza el dato de la distribución de los visitantes por tipo de lugar para hospedarse es relevante para toda la industria turística, especialmente la hotelera, porque permite a partir de esta información, la planificación de eventos, promociones y posibles expansiones de la oferta a futuro.

Imagen 6. Distribución porcentual de visitantes de reuniones en Yucatán por lugar de hospedaje



Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018

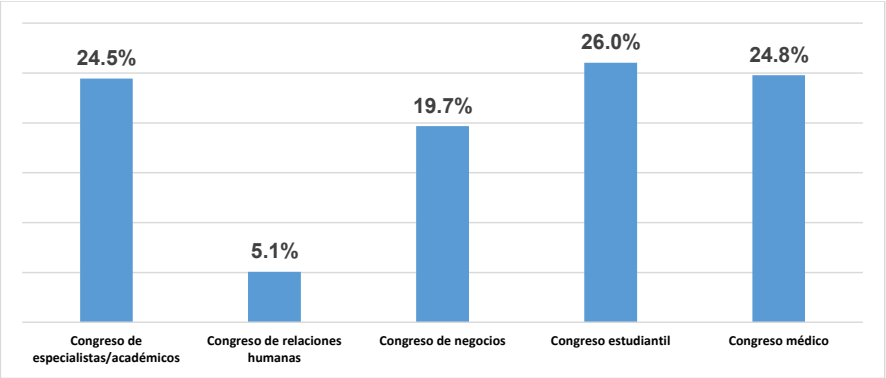
En cuanto al lugar de hospedaje los hoteles son la principal opción de alojamiento con un 87.2%; aunque todavía con incidencia baja se ubican las plataformas digitales (Air B&B) con un 3.3% del total, por debajo del 7.9% registrado por la categoría de amigos y familiares.

4.3.4 Tipo de eventos

Durante el análisis, se consideró muy importante establecer una tipología de los eventos que fueron objeto del estudio; para poder hacer más significativa la información obtenida y, más adelante, contemplar esta variable para el diseño de una estrategia adecuada a cada segmento.

Se establecieron cinco tipos de eventos (Imagen 11) para interpretar los resultados del estudio: i) congresos estudiantiles, en el que participaron 26% de los visitantes entrevistados; ii) congresos de especialistas o académicos, con 24.5% de los visitantes; iii) congresos de negocios, con 19.7%; iv) congresos médicos, con 24.8% y; v) Congresos de relaciones humanas, con 5.1% de los visitantes encuestados, a continuación, se observa en la imagen 7. Gráfica tipología de eventos.

Imagen 7. Gráfica tipología de eventos



Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018

4.4 Derrama económica

El impacto que tiene en la economía el segmento de turismo de reuniones en el estado de Yucatán es innegable; este apartado nos permite valorar la magnitud de la participación de este tipo de turismo en el contexto estatal. Damos seguimiento a dos indicadores claves; el gasto promedio y la derrama económica. El gasto promedio se refiere a la media de erogaciones en el destino durante su estancia en el lugar de visita. Por su parte, la derrama económica se estima como consecuencia de multiplicar el gasto promedio por el número de visitantes como se observa en la siguiente Tabla 2 visitantes de reuniones, gasto promedio en moneda nacional y derrama económica por segmentos específicos:

Tabla 2. Visitantes de reuniones, gasto promedio en M.N. y derrama económica por segmentos

		Visitante	Gasto promedio	Derrama económica
	TOTAL	31,538	$ 15,247	$ 465,075,209
Procedencia	Nacional	27,013	$ 14,792	$ 387,650,140
	Extranjero	4,525	$ 18,027	$ 77,425,069
Condición de acompañamiento	Solo	22,949	$ 12,062	$ 267,999,705
	Acompañado	8,589	$ 23,787	$ 197,075,504

Vía de llegada	Autobús	4,236	$ 7,409	$ 31,046,905
	Automóvil	2,058	$ 9,078	$ 18,205,161
	Aérea.	25,194	$ 17,103	$ 414,861,800
Veces que visitó	Primera Vez	16,109	$ 15,531	$ 239,924,286
	Segunda Vez	5,512	$ 13,827	$ 73,404,874
	Tercera vez	2,773	$ 16,975	$ 45,793,727
	Más de tres veces	7,116	$ 15,078	$ 105,847,343
Lugar de hospedaje	Hotel	27,445	$ 16,141	$ 426,626,854
	Casa de amigos o familiares	2,491	$ 7,212	$ 17,965,600
	Airbnb	1,048	$ 10,619	$ 11,124,836
	Otro	486	$ 14,716	$ 6,816,260
Sexo	Hombre	14,634	$ 15,920	$ 226,488,750
	Mujer	16,904	$ 14,659	$ 238,586,460
Edad	De 16 a 25 años	8,950	$ 7,968	$ 69,468,550
	De 26 a 35 años	7,803	$ 14,670	$ 108,797,591
	De 36 a 45 años	5,259	$ 19,148	$ 98,302,154
	De 46 a 55 años	4,592	$ 19,225	$ 85,472,255
	56 años o más	4,935	$ 21,517	$ 103,034,659

*En las categorías no se consideran las respuestas omitidas.

Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018

El gasto promedio ponderado por persona es de 15 mil 257 pesos, con una derrama económica de 465 millones 075 mil 209 pesos en el periodo analizado. Si consideramos la derrama económica de 465 millones 075 mil 209 pesos y la dividimos entre los 31 mil 538 visitantes considerados, obtenemos un valor promedio de gasto por visitantes de 14 mil 746 pesos.

La tabla 3. Visitantes de reuniones, gasto promedio en moneda nacional y derrama económica por segmentos específicos, muestra que la derrama económica 83% proviene del visitante nacional y 17% restante del visitante extranjero. Es importante señalar que el gasto promedio crece 97% cuando el visitante viene con acompañantes, es decir, casi se duplica el gasto promedio, pasando de 12 mil 062 pesos si el visitante viene solo a 23 mil 787 pesos en caso de venir con acompañante.

Tabla 3. Visitantes de reuniones, gasto promedio en moneda nacional y derrama económica por segmentos específicos.

	Visitante	Gasto promedio	Derrama económica	% gasto	% visitante
Ejecutivo/Directivo Empresario. Medio Alto	6,103	$ 19,576	$116,561,773	25%	19%
Empleado. Bajo Medio	3,908	$ 11,681	$42,626,251	9%	12%
Estudiante	9,304	$ 8,588	$77,496,869	17%	29%
Adulto Mayor	940	$ 31,847	$28,268,248	6%	3%
Otro	771	$ 27,903	$21,521,076	5%	2%
Profesionista bajo y medio Profesionistas con ingresos medios	1,729	$ 14,591	$24,530,380	5%	5%
Profesionistas Alto	8,783	$ 18,053	$154,070,614	33%	28%
TOTAL	31,538	$ 15,247	$465,075,209	100%	100%

Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018

Por tipología del visitante, el adulto mayor es quien registra un mayor gasto promedio con cerca de 31 mil 847 pesos, lo que representa 2 veces más que el promedio general, esto hace que, a pesar de representar apenas el 3% de los visitantes, tenga una aportación a la derrama económica del 6%. En contraparte se encuentra el segmento de estudiantes, el cual registra el gasto promedio más bajo con 8 mil 588 pesos como lo muestra la tabla 4. Visitante de reuniones, gasto promedio y derrama económica según tipo de evento:

Tabla 4. Visitante de reuniones, gasto promedio y derrama económica según tipo de evento

	Visitante	Gasto promedio	Derrama económica
Eventos de Especialistas/académicos	7,712	$15,090.89	$112,402,064.06
Eventos de relaciones humanas	1,599	$29,756.16	$ 46,746,794.82
Eventos de negocios	6,204	$20,167.92	$120,785,766.95
Eventos estudiantiles	8,207	$ 8,251.69	$ 66,015,431.73
Eventos médicos	7,818	$15,896.28	$119,125,151.70
TOTAL	31,538	$15,247.13	$465,075,209.27

Fuente: Cálculos propios con base en la encuesta de turistas de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018

Los congresos de relaciones humanas y de negocios son los eventos que aportan una mayor derrama económica, ya que en promedio los visitantes a este tipo de eventos registran gastos del orden de los 29 mil 756 y 20 mil ciento sesenta y siete pesos respectivamente.

4.5 Calificación de sitios

Los lugares de visita por excelencia del visitante del turismo de reuniones son: Paseo de Montejo y el centro histórico de la ciudad de Mérida, con 64.6% y 57.1% de incidencia respectivamente. A su vez la zona arqueológica de Chichen Itzá reporta 28% y el puerto de Progreso 26.3%.

En cuanto a la satisfacción con los sitios visitados, las zonas arqueológicas Chichen Itzá y Uxmal son las que obtienen la calificación más alta con 4.7 puntos para ambas (de una escala del 1 al 5), le sigue la zona arqueológica de Dzibilchaltún, con 4.6 puntos. Esta información se detalla en la tabla 5. Número y porcentaje de visitantes nacionales y promedio de calificación según lugar visitado:

Tabla 5. Número y porcentaje de visitantes nacionales y promedio de calificación según lugar visitado

	Visitantes	% del total	Calificación
Gran Museo del Mundo Maya	6,553	20.8%	4.3
Paseo de Montejo	20,372	64.6%	4.6
Museo de la Ciudad de Mérida	2,100	6.7%	4.3
Museo Regional de Antropología Palacio Cantón	1,396	4.4%	4.4
Museo Fernando García Ponce (MACAY)	967	3.1%	4.2
Zona Arqueológica de Chichen Itzá	9,106	28.9%	4.7
Pueblo mágico de Izamal	4,052	12.8%	4.7
Celestún	2,852	9.0%	4.4
Progreso	8,287	26.3%	4.3
Zona Arqueológica de Uxmal	4,095	13.0%	4.6
Pueblo mágico de Valladolid	4,304	13.6%	4.4
Centro histórico de la Ciudad de Mérida	17,996	57.1%	4.6
Algún cenote de Yucatán	7,661	24.3%	4.6
Zona Arqueológica de Dzibilchaltún	2,296	7.3%	4.6
Ruta Puuc	995	3.2%	4.0

5. DISCUSIÓN

A partir de los resultados arrojados en la "Encuesta del segmento turismo de reuniones (Yucatán mayo 2017- junio 2018)" como parte del estudio del segmento del mismo nombre, se realizan las siguientes consideraciones relacionadas con la derrama económica que esos eventos generan:

El turismo de reuniones es un segmento que debe tener mayor exposición hacia dentro y fuera del país, este segmento ha mostrado, a partir de diferentes estudios nacionales como en este caso, a través del estudio realizado para el Estado de Yucatán, ser un potencial que atrae a personas o colectivos de personas de distintos niveles socioeconómicos y de diferente preparación cultural.

Yucatán ha demostrado ser un Estado con riqueza patrimonial natural, cultural, arquitectónica y arqueológica por lo que se vuelve un favorito para posicionarse como un lugar atractivo para turistas e inversionistas. Por todas las bondades que el Estado ofrece también se vuelve un lugar propicio para tener más convenciones, es decir mayor exposición para tener más eventos del segmento turismo de reuniones.

Es claro que para que lo anterior suceda se tiene que trabajar en desarrollar más y mejores servicios que satisfagan las expectativas de los usuarios participantes de las diferentes convenciones, siempre y cuando se cuenten con los recursos (materiales, humano, económicos) y la infraestructura física necesarios para ello. Se requiere de los esfuerzos de todos los actores turísticos: la iniciativa privada, los gobiernos estatal y municipal, hoteleros, agencias de viajes, empresarios, prestadores de servicio, etc. comprometidos con una visión a futuro del turismo para hacer una sinergia y así posicionar a la ciudad de Mérida, capital del Estado, como un referente para el turismo de reuniones.

El turismo de reuniones es un mercado muy competitivo, es decir, realizar congresos y convenciones tanto nacionales como mundiales en una ciudad, cualquiera que ésta fuera, trae diferentes beneficios, entre otros, la derrama económica que éstos generan como consecuencia de los gastos que realizan los visitantes, razón por la que diversos agentes turísticos pertenecientes al segmento de reuniones ponen de manifiesto todos los recursos disponibles con los que cuenta su ciudad para lograr que ésta sea un lugar destino para la realización de diversos convenciones y congresos; esas circunstancias vuelven al mercado de turismo de reuniones muy competitivo pues la realización de los eventos también impulsa la promoción, comercialización de productos, servicios y destinos turísticos para los estados y ciudades de México. En ese sentido a Mérida, en la arena de las reuniones, le toca competir con otras ciudades y países.

El mercado de las reuniones, congresos y convenciones además de ser competitivo también es rotativo, pues los eventos se van alternando entre las distintas

ciudades o países donde el lugar destino "vendió" de mejor manera sus atractivos culturales y de infraestructura para la realización de ellos. En este sentido, será importante la presencia del estado de Yucatán, así como de la ciudad de Mérida en los tianguis turísticos nacionales e internacionales con la intención de mostrar sus productos, la oferta y la diversidad que en materia de turismo ofrece al mundo, para ello se requieren estrategias con la intención de captar eventos para lograr incluirse dentro del "top ten" de destinos turísticos dentro del país y ubicarse a nivel mundial dentro de un ranking razonable de sitios más atractivos para el segmento turismo de reuniones.

Es claro que la derrama económica que estos eventos generan trae consigo beneficios para la ciudad receptora, como se puede observar en las imágenes 5 y 6 del apartado de resultados, esos beneficios permiten incrementar los flujos de visitantes provenientes de los mercados nacional e internacional, logra la pernocta de más de una noche al ser los congresos de dos o más días, dinamiza la economía a partir de los diferentes servicios que se requieren como traslados terrestres, banqueteros, etc. lo cual produce empleos directos e indirectos; pero el principal beneficio que el turismo de reuniones genera es el gasto promedio que un asistente de congreso o convención y su acompañante, en su caso, realizan durante su estadía en el lugar destino.

Los resultados de la "Encuesta a turistas del segmento de turismo de reuniones. Yucatán mayo 2017-abril 2018" arrojaron que casi 27.2% por ciento de los asistentes viene acompañado, y que 22.6 % manifestó que más de tres veces ha visitado el estado lo que tiene repercusión en el tipo y la diversidad de consumo; si bien las cifras de acompañantes y la recurrencia de visitas no es nada despreciable, lo cierto es que hay que conjuntar mayores esfuerzos para el aumento de la promoción de eventos para hacer más atractivo venir acompañado que solo, así como lograr el regreso de los visitantes al Estado.

Por todo lo anterior, fue importante a partir de los resultados obtenidos de dicha encuesta realizar un segmento de visitantes; conocer el perfil de ellos proporciona conocimiento de sus expectativas y con éstas se pueden otorgar los productos y servicios que le causen mayor satisfacción. A partir de los resultados de los diferentes segmentos de asistentes, se puede observar que cada uno tiene sus potencialidades para la derrama económica según sus ingresos económicos, las veces que llegan al estado y el número de asistentes a cada convención, por ejemplo:

El mercado de estudiantes, fue el grupo con mayor porcentaje de presencia que tuvo entre los que asistieron a las reuniones, pues de 100% de la población total, 29.5% resulta ser el de los universitarios quienes se encuentran en un rango de edad entre 16 y 25 años; al cruzarse esta información con los ingresos que este colectivo abarca, resulta que son quienes tienen el ingreso mensual más bajo (7 mil

500 pesos) entre toda la población participante en esas reuniones y en ese periodo encuestado que representa 22.2%. Estos estudiantes viajan con el apoyo familiar, que se puede ver reflejado en la derrama económica.

Es claro que esta población no deja una gran derrama económica, eso no quiere decir que no sea un grupo importante en cuanto a su aportación directa a la economía turística, pues al ser el colectivo más grande que asistió a las reuniones entre toda la población de participantes, sí aporta a la derrama económica indirecta; un grupo grande genera ocupación, transportación, conocimiento y posicionamiento de marca de ciudad y estado, por lo que el grupo de estudiantes es de vital relevancia para la dinamización económica del Estado.

El mercado de los profesionistas se encuentra en segundo lugar, es 27.8% entre la población más grande que llega a los eventos de turismo de reuniones éstos declaran una alta escolaridad, con actividad en un área científica o proveedora de servicios especializados, su ingreso se encuentra en un rango medio alto, comprendido entre 20 mil 001 y 30 mil 000 pesos al mes, según declararon.

Incrementar la participación de este colectivo de turistas es crucial, pues el gasto promedio ponderado que éstos generan es de 18 mil 053 pesos y su derrama económica se encuentra en 154 millones 070 mil, 614 pesos lo que hace que su aportación a la derrama económica sea 33%.

El mercado de profesionistas, en este estudio realizado, abarca a los médicos y otros especialistas del área de la salud, entre otros colegios de profesionales y por la cantidad de reuniones que se sabe que este colectivo hace al año, será importante realizar estrategias encaminadas a que la ciudad de Mérida se vuelva sede de más eventos de reuniones de profesionistas de alta escolaridad con la finalidad de posicionarse en el “top ten” de rotación dentro de este tipo de congresos y convenciones.

Siguiendo la lógica antes planteada en el análisis por tipología del visitante, el adulto mayor se encuentra dentro del porcentaje más bajo entre todos los visitantes encuestados siendo su población de 940 personas lo que representa 3% de la población total por lo que se encuentra muy por debajo del número de visitantes más alto que se registró (estudiantes: 9 mil 304).

Sin embargo, habrá que poner mayor foco pues aun siendo el colectivo menor representado son quienes registran un mayor gasto promedio ponderado de 31 mil 847 pesos por persona, lo que representa 2 veces más que el promedio general (15 mil 247 pesos) esto hace que, a pesar de representar apenas 3% de los visitantes, son quienes más gastan durante su estadía aunque por el momento tengan una aportación a la derrama económica de 6%; si se establecen estrategias específicas para este nicho de mercado y si se intensifica la promoción de eventos para ellos, en

un futuro podrían convertirse en una derrama económica con alto porcentaje para la ciudad sede de congresos y convenciones para este segmento de turistas.

6. CONCLUSIONES

Se confirma que el turismo en reuniones genera una derrama económica que impacta positivamente al Estado de Yucatán, sin embargo, podemos concluir que para potencializar esta área es necesario una sinergia entre los hoteleros, transportistas, el gobierno, empresarios y todos los que participan directa o indirectamente en este tipo de servicio.

Esta sinergia podrá dar la posibilidad de ofrecer más opciones y un mejor servicio para los visitantes.

Otro punto fundamental para incrementar la competitividad de este tipo de turismo, es conocer los perfiles y hábitos de los usuarios, los resultados de la Encuesta de Turismo de reuniones y convenciones de Yucatán (mayo 2014-abril 2018) nos permite contar con información valiosa que puede contribuir a planear e implementar estrategias de comercialización para cada segmento de los visitantes.

En este análisis se pudo observar que el mercado de estudiantes es el grupo con mayor porcentaje de presencia en este tipo de eventos, pero también podemos darnos cuenta que la población de adultos mayores es un nicho de oportunidad que se podría explotar si se ofrecieran más opciones, ya que a pesar de que son los que menos presencia tienen en este tipo de eventos son el segmento que tiene mayor gasto promedio por visitante.

Por último, si bien Yucatán cuenta con los recursos y la infraestructura necesaria para poder satisfacer las necesidades del Turismo en Reuniones y ahora más con el nuevo Centro Internacional del Congresos de Yucatán, es necesario enfatizar la prioridad de trabajar en las sinergias, así como en la planeación de actividades, estrategias y servicios que pueden ser de interés para los visitantes. De otra manera, se corre el riesgo de que esos recursos e infraestructura no se utilice de manera óptima.

BIBLIOGRAFÍA

Banxico. (2018). Producto interno bruto. Definición. Recuperado de: http://educa.banxico.org.mx/economia/crecimiento-pib.html

Consejo de promoción turística (2018). Panorama del sector turístico. Secretaría de Turismo Recuperado de: http: //www.cptm.com.mx/panorama - del-sector-turistico?language=es

Expansión. (2018). México registra cifra récord de 39.3 millones de turistas en 2017. Recuperado de: https://expansion.mx/economia/2018/02/22/mexico-ergistra-cifra-record-de-393-millones-de-turistas-en-2017?internal_source=PLAYLIST

Guevara G. (2018). Viajes y turismo. Impacto económico 2018 américa latina. Consejo mundial de viajes y turismo (WTTC).

Kido, A. Domínguez, J. Juárez, A. Sánchez, J.C. (2016). Impacto económico transversal del turismo en México. Secretaría de Turismo. Subsecretaría de Planeación y Política Turística Documentos de Investigación Estadística y Económica No. 2016-3. Recuperado de: http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/2016-3_

Navarro, M. (2017). México escala en ranking mundial de turismo de reuniones Forbes México. Recuperado de: https: //www.forbes.com.mx/aumenta - turismo-de-reuniones-en-mexico/

Organización Mundial del Turismo. (2014). Informe global sobre la industria de reuniones. Recuperado de: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf

Parcerisa, C. (2017). Turismo en México, el sector que más aporta al producto interno bruto. Recuperado de: https://www.forbes.com.mx/forbes-life/turismo-mexico-pib/

Rifai, R. (2014). Informe global sobre la industria de reuniones. Organización Mundial del Turismo. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am_8_meetings_esp-red.pdf

Secretaría de Fomento Turístico, (2018). Estimación de la Derrama Económica de los Visitantes con Pernocta al Estado de Yucatán. Programa de Monitoreo Turístico DataTur. Recuperado de: http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/files-content/general/derrama_economica/a701394ec2b75a0f646aa626f954cef8.pdf

Secretaría de Turismo (2018). En 2017 México captó 39.3 millones de turistas internacionales y una derrama de 21.3 Mmdd. Recuperado de: https://www.gob.mx/sectur/prensa/en-2017-mexico-capto-39-3-millones-de-turistas-internacionales-y-una-derrama-de-21-3-mmdd

Yarto, E. (2015). Destinos turísticos de reuniones. México: Trillas.

7. CALIDAD EN EL SERVICIO DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LOS PRINCIPALES DESTINOS DE YUCATÁN

Robleda Sánchez María G
Pérez Conde Enrique de J
Kántun Ramírez Manuel A

RESUMEN

El proyecto Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción del Turista de los Principales Destinos Turísticos de Yucatán tiene por objetivo: Caracterizar a los turistas nacionales y extranjeros en relación a sus atributos sociodemográficos y estructura de consumo de los servicios turísticos y no turísticos en los principales destinos de Yucatán así como evaluar la satisfacción del turista en relación a los servicios consumidos. Las dos metodologías utilizadas son: la propuesta por el Centro de Estudios Superiores en Turismo (Cestur) dividida en tres apartados: El perfil del turista, los hábitos de viaje y la satisfacción del turista. El SERVQUAL es un método utilizado para medir la calidad del servicio por medio del índice de satisfacción, calculada por la diferencia de las expectativas y las percepciones del cliente. El estudio presenta un análisis del grado de satisfacción de los productos turísticos consumidos durante la visita del turista al estado.

Palabras clave: *Calidad en el servicio, grado de satisfacción, turista*

ABSTRACT

The project Study of Profile and Degree of Tourist Satisfaction of the Main Tourist Destinations of Yucatan aims to: Characterize domestic and foreign tourists in rela-

tion to their sociodemographic attributes and consumption structure of tourist and non-tourist services in the main destinations of Yucatan as well as to evaluate the satisfaction of the tourist in relation to the services consumed. The two methodologies used are: the proposal by the Center for Advanced Studies in Tourism (Cestur) divided into three sections: The profile of the tourist, travel habits and satisfaction of the tourist and the SERVQUAL to measure the quality of service through the satisfaction index calculated by the difference in expectations and customer perceptions. The study presents an analysis of the degree of satisfaction of the tourist products consumed during the visit of the tourist to the state.

Keywords: *Quality in service, degree of satisfaction, tourist*

INTRODUCCIÓN

La medición de la calidad en la prestación del servicio se considera de naturaleza subjetiva, debido a que cada individuo la percibe de una manera diferente al momento de recibir el servicio y también porque depende de las expectativas que el mismo se ha fabricado por diversos factores como: la publicidad recibida del lugar, los comentarios de sus amigos, sus experiencias pasadas etc. Todo esto en combinación con un mercado cada día más exigente se vuelve para cualquier prestador de servicio un requisito importante. Es decir, realizar estudios sobre la calidad, la medición y aseguramiento de esta resulta primordial.

Uno de los principales indicadores del servicio es la satisfacción de los clientes, sin embargo conocer el escenario para cualquier negocio depende de la percepción de cada individuo y de las características de realización de cada servicio.

En Yucatán, específicamente el sector turístico, requiere de información sobre la demanda turística para la toma de decisiones que beneficie a los agentes privados y sociales que prestan un servicio, Para que de esta manera estos puedan hacer uso de la información en pos de la mejora. Esto con el fin de potenciar el desarrollo de bienes y servicios turísticos y no turísticos más acordes al perfil del turista. Lo cual proporcionaría información para desarrollar productos especializados, que satisfagan la demanda y consoliden la oferta turística y no turística y con esto generar empleos estables y mejor remunerados para beneficio de la población local. Para esto es necesario contar con indicadores de evaluación de los destinos turísticos, así como de herramientas para la planeación, fomento y desarrollo de políticas. Y es por estas razones que surge la necesidad de realizar la medición de la calidad del servicio en los principales destinos de Yucatán en donde se propone una serie de

variables que miden el índice de satisfacción del cliente con respecto a los servicios consumidos en el destino por los turistas nacionales e internacionales.

Por lo anterior en el estado se está realizando el Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción del Turista, el cual tiene como objetivo: Caracterizar a los turistas nacionales e internacionales en relación a sus atributos sociodemográficos y estructura de consumo de los servicios turísticos y no turísticos en los principales destinos, así como evaluar la satisfacción del turista en relación a los servicios consumidos. En este estudio se analizará únicamente la satisfacción del turista y se planteará la metodología para medir el grado de satisfacción hasta conocer el índice de la calidad en el servicio.

Planteamiento del problema

La investigación del Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción del Turista en los Principales Destinos del Estado de Yucatán, surge de la necesidad generar información estadística con el fin de orientarlo a las necesidades de los turistas y prestadores de servicios turísticos en los principales destinos turísticos de Yucatán por lo cual este proyecto se encuentra alineado con el Plan Estatal de Desarrollo (2012-2018) del Gobierno del Estado, específicamente con el compromiso 36, el cual consistente en “establecer un sistema estadístico que permita la obtención de información de la actividad turística para tomar mejores decisiones en materia de promoción y comercialización” (P. 293), este estudio únicamente se enfocará en la satisfacción del turista con respecto a los productos turísticos consumidos en el destino visitado.

Es importante mencionar que estudio se realiza en la capital del estado Mérida y el puerto de Progreso los cuales son destinos en donde existe una alta afluencia de turismo, sin embargo se evalúan cuatro destinos que cuentan con poca literatura y baja afluencia, los cuales tienen características que podrían potenciar el desarrollo de la actividad turística, entre estos se encuentran dos pueblos mágicos Izamal y Valladolid y dos zonas arqueológicas Chichen Itzá y Uxmal considerados como centros turísticos, Por lo anterior se destaca la relevancia de generar información valiosa que permita a los usuarios generar estrategias acertadas y para un mejor diseño de la oferta de bienes y servicios adecuados a las necesidades de los turistas en especial a las instituciones de gobierno encargadas del fomento turístico del estado.

1.2. Objetivo

El objetivo general es medir la calidad del servicio del turista en relación a los servicios consumidos durante su estancia en los principales destinos turísticos de

Yucatán. De lo mencionado anteriormente se deriva el objetivo específico que es cuantificar el grado de satisfacción del turista según la percepción del consumo de los diferentes servicios consumidos en los principales destinos de Yucatán.

1.3. Justificación

La información estadística es importante debido a que tiene un doble propósito. En primer lugar esta es una herramienta valiosa para el diseño de programas y políticas que lleven al logro de objetivos de los diversos usuarios, a los cuales le ayude con el crecimiento de segmentos especiales, a la mejora de la infraestructura turística; a aumentar el tiempo de estadía del visitante y a promover al estado de manera integral. El segundo propósito es la importancia de la información para la toma de decisiones que lleven a la realización de acciones que atiendan problemáticas, necesidades y oportunidades que afectan el bienestar de la población de una entidad. Por lo cual la presente propuesta de investigación tiene como finalidad servir de insumo en el proceso de diseño e implementación así como en la evaluación de las acciones públicas y privadas (empresarios y entes sociales) con el propósito de mejorar el desempeño de la actividad turística local y estatal con el fin de generar empleos remunerados y de esta forma contribuir al alivio de la pobreza en Yucatán.

ENFOQUE TEÓRICO

2.1. Destino y atractivo Turístico

A continuación se definirán los conceptos técnicos que se estarán mencionando a lo largo del estudio para una mejor comprensión del mismo. Para esto según la Ley General de Turismo publicadas en el Diario Oficial de la Federación (2017, p.2) dice que un Destino Turístico, es considerado como el lugar geográficamente ubicado que ofrece diversos atractivos. Donde un Atractivo Turístico es una característica natural, cultural o artificial de un destino o región turística.

Los Servicios Turísticos están dirigidos a atender las solicitudes de los turistas a cambio de una contraprestación, en apego con lo dispuesto por la Ley y su Reglamento. Vocación turística: En donde se consideran las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y/o naturales que motiva al turista para desplazarse fuera de su lugar de residencia generando un aprovechamiento turístico de un territorio específico.

2.2. Consumo turístico

Para este estudio se entiende como todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, para satisfacer sus necesidades durante su

desplazamiento y su estancia en el lugar de destino, la presente definición está en función de las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT en Datatur, 2017).

Según la OMT, dice que el consumo se basa en tipo y categorías de turismo, los cuales se presentan a continuación:

Por "Tipos" de Turismo: El consumo turístico se clasifica en interno, el cual es el efectuado por los visitantes residentes como resultado directo de sus viajes dentro de su país de residencia; luego está el receptor, el cual es el realizado por los visitantes no residentes, como resultado directo de sus viajes adentro de la economía. Y por último el emisor, es que es efectuado por los residentes como resultados de sus viajes a países diferentes de aquél en el que residen.

Por "Categorías" de Turismo: El consumo turístico se divide en interior, el cual comprende todo el gasto efectuado por los visitantes, tantos residentes como no residentes, cuando visitan la economía de compilación. Y este equivale a la suma del consumo interno y del receptor; Luego está el nacional, que comprende todo el efectuado por parte de visitantes residentes, sin tener en cuenta donde tiene lugar. Este incluye el interior y el emisor. Y por último el internacional, el cual comprende el receptor y el emisor.

2.3 Tipos de turismo

Existen diversas formas de clasificar los viajes del turismo así lo menciona Quesada (2006). Sin embargo, en este estudio únicamente se mencionarán las definiciones que se están sujetas de evaluación. La primera es en base a su ámbito geográfico el cual se divide en: Turismo nacional, internacional e intrarregional. Y luego la división en base a su duración la cual incluye a los: turistas, que son aquellos visitantes que pernoctan en el lugar o destino; y excursionistas, los cuales son los que permanecen menos de veinticuatro horas en el destino, en donde ambos son importantes pues en el lapso de permanencia ambos consumen servicios y productos . Esta clasificación es la que se tomó como referencia para este estudio. La importancia de esta es que existe una relación directa entre la permanencia y utilización de los servicios turísticos, es decir mientras la permanencia sea mayor, mayor será el consumo turístico realizado

2.4. Destino turístico

Es el lugar visitado. En el caso de los visitantes internos, es una zona dentro del mismo país de residencia. Para los visitantes internacionales, este concepto puede referirse al país visitado o a una región de dicho país. Otra definición de este concepto dice que es la unidad geográfica básica utilizada para la elaboración de las

estadísticas del turismo. Dentro del país de referencia, este puede dividirse en zonas de destino que representan regiones turísticas homogéneas o que pueden ser grupos de regiones administrativas del gobierno local (Datatur, 2017).

2.5. Los atractivos turísticos como motivadores del turismo

Son los valores propios existentes, ya sea natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo, definición según Datatur (2017). Siendo este un motivador, los turistas se desplazan hacia los lugares donde podrán encontrarlos. Estos pueden ubicarse en un lugar o núcleo receptor, con el fin de realizar actividades propias de las características del destino y su equipamiento (Quesada, 2006). Por estas razones los atractivos, son considerados como la materia prima del turismo, los cuales ofrecen a los visitantes todo lo necesario para su permanencia y disfrute en su visita. Como se mencionó anteriormente son motivadores del turismo y la razón de ser de la planta turística de un destino. Ya que esta última se construye en el lugar y con las características que propicien una explotación racional de atributos de los atractivos, que a su vez definirán, las actividades turísticas que realizarán sus visitantes (Quesada, 2006).

Las categorías propuestos por Quesada (2006) son las siguientes: Sitios naturales. Museos y manifestaciones culturales. Folklore. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas. Acontecimientos programados. En donde este considera que según su importancia y magnitud de espacio, pueden llegar a determinar las características de la oferta y de la demanda turística de un destino.

2.6. Servicios y productos consumidos por el turismo

La oferta turística comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística: Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas. Y estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto, la mayoría de sus clientes serán turistas.

En el Datatur (2017) se definen los siguientes conceptos, los cuales se consideran se suma importancia para la comprensión del consumo en el destino, a continuación se definen:

- **Agencia de Viajes.** Es una empresa que concibe, crea, planea, organiza y ejecuta programas de servicio de viajes para el organizador o el cliente en los que incluye normalmente alojamiento, alimentación, transporte de aproximación y local, así como excursiones en sitio y a los alrededores para el grupo de participantes en el evento a petición del cliente; bien sea en forma directa o como intermediarios entre los usuarios y los prestadores de servicios turísticos tanto nacionales como internacionales.
- **Hotel:** Es un establecimiento edificado tradicionalmente en estructuras físicas verticales, que ha experimentado con el tiempo diversas transformaciones hasta llegar a sus características específicas de servicio actual, mismas que lo hacen ser considerado como el establecimiento típicamente turístico. Dichas características están dadas por las unidades de alojamiento que le son propias en cuartos y suites, y en su caso, por la disponibilidad de servicios complementarios (espacios sociales, restaurantes, piscinas, bar, centros nocturnos), algunos de ellos concesionados a terceros (agencias de viajes, tiendas especializadas, estéticas, asesoría de deportes, etc.). En donde el servicio tipo hotel está catalogado como aquél que se proporciona en un establecimiento con un mínimo de 10 habitaciones, que se han instituido para proveer básicamente alojamiento, alimentación y los servicios complementarios demandados por el turista. En donde la unidad de medida es la pernocta y se refieren al número de días que permanecen los turistas en una localidad.
- **Infraestructura turística.** Comprende las obras básicas, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc.
- **Producto turístico.** Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante. Ahora bien, en la producción de productos turísticos hay que destacar el tratamiento especial de tres tipos de actividad productiva turística: Producción de bienes, Las agencias de viajes y Los operadores turísticos.
- **Transporte turístico.** Es todo aquel prestador de servicio turístico legalmente constituido que brinda a los turistas nacionales e internacionales, desplazamiento dentro o fuera del país, traslados, excursiones, circuitos turísticos o alquiler de vehículos con o sin chofer; por empresas de transporte turístico inscritas en el Registro Nacional Turístico, con unidades de transporte debidamente autorizadas, y en la cual le brinden comodidad, agilidad de movimiento, precio, rapidez y seguridad a los usuarios.

2.7. Satisfacción del Turista

La satisfacción del cliente es un factor importante que se ve reflejado en la utilidad del negocio o empresa. "Se sabe que las empresas que tienen el 98 por ciento de tasa de retención de clientes son más productivas que las que tienen una tasa menor "así lo mencionan James y William (2008) en este contexto, al hablar de productividad se refieren a prestar un servicio que el cliente valore plenamente.

Grönroos (1984) presenta otra definición y dice que la calidad de los servicios debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido. Y es en este momento cuando aparece el grado de satisfacción del cliente.

Otro concepto que se tiene que dejar en claro es el significado de servicio. El North American Industry Clasification System (NAICS) identifica a las empresas de servicio como aquellas que se dedican a brindar una actividad a personas, negocios o dependencias de gobierno y otras organizaciones para satisfacer sus necesidades. Desde luego que en esta definición quedan incluidos todos los servicios propios de la industria turística. James y William (2008) nos hablan de algunos otros como son: hoteles y otros lugares de alojamiento, establecimientos que ofrecen servicios personales, de negocios, de esparcimiento y diversión.

METODOLOGÍA

Este estudio se considera de tipo cuantitativo ya que permite analizar los datos de manera numérica y estadística. La investigación se considera no experimental transeccional descriptivo. No experimental porque como menciona Hernández, et al. (2010, p. 149) "se realiza sin manipular deliberadamente las variables. En segundo lugar, se dice que es de tipo transeccional porque se van a recolectar datos en un solo momento con el propósito de describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en ese momento, para este estudio el levantamiento de la información ocurre del mes de julio al mes de septiembre del año 2017. Y por último descriptiva porque "tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población" Hernández, et al. (2010, p. 152).

La investigación pretende identificar el grado de satisfacción del turista y medir la calidad del servicio del cual se desprenden las siguientes preguntas de investigación ¿Cuál es el grado de satisfacción del turista de los diferentes servicios consumidos en los destinos visitados en el estado de Yucatán? y ¿Qué servicios y productos turísticos son los que más consumen los turistas nacionales y extranjeros en el los diferentes destinos del estado de Yucatán?

Hipótesis

Las hipótesis del estudio son de tipo descriptivas debido a que predicen datos de las variables que se pretenden medir y se refieren a la observación de variables cuantitativas.

Las hipótesis para esta investigación son las siguientes:

- Hi 1. Los establecimientos de hospedaje obtienen la calificación más alta de la evaluación.
- Hi 2. La seguridad del destino es percibida como excelente.
- Hi 3. El resultado del índice de satisfacción general del turista se sitúa como excelente, es decir califica a los diferentes destinos visitados con diez puntos.

3.2. Población y diseño maestral

Los datos obtenidos para la determinación de la población objetivo fueron tomados de las estadísticas mensuales de la página de la Secretaría de Fomento Turístico (Sefotur), resultados de la afluencia turística comprendida en los meses de junio a septiembre.

Es importante recalcar que debido a falta de datos estadísticos de Izamal se realizó cálculo en base a la ocupación hotelera para conocer la afluencia turística aproximada. Para estos destinos SEFOTUR proporcionó un Excel en donde concentraba el número de cuartos disponibles en cada destino. En base a esto se calculó el total de cuartos disponibles por noche de cada mes respectivamente, el resultado obtenido se multiplicó por el porcentaje de ocupación del estado en el mes correspondiente obteniendo con esto el número de cuartos por noche. Por último, se multiplicó por dos considerando este número como un promedio de personas hospedadas por habitación el resultado se consideró como la afluencia turística Nacional el ochenta por ciento (80%) e Internacional en un veinte por ciento (20%), porcentaje tomado de la afluencia de la ciudad de Mérida (82/18).

Una vez determinada la población se calculó la muestra los diferentes destinos por mes y sobre estos valores se calcula la muestra según la fórmula de poblaciones finitas: $[(n = Z^2 (p) (q) (N) / Z^2 (p) (q) + e^2 (N-1)]$

La muestra fue calculada del total de turistas de cada mes; El resultado obtenido se estratificó por visitantes nacional e internacional, el coeficiente se multiplica por el tamaño de los estratos y da como resultado la muestra representativa para cada uno de ellos. Ya teniendo la muestra por cada mes el tamaño del primer estrato, se procede a estratificar de nuevo por el número de encuestas de cada destino. Los resultados fueron procesados en el SPSS versión 23 con un resultado preliminar de 1101 encuestas aplicadas en los seis destinos turísticos de Yucatán. El estudio se

enfoca en el turismo con 18 años cumplidos es decir mayor de edad y que por lo menos pernocte una noche al menos en el destino.

3.3. Diseño de la investigación

Para el diseño del instrumento se tomó como referencia las variables de la metodología de la Sectur-Cestur se sustenta en la elaboración de estudios de perfiles a nivel nacional. Además, esta concuerda con las recomendaciones en la materia emitidas por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2008), la cual promueve el desarrollo sistemático de estadísticas desde los destinos turísticos. Lo que se pretende al utilizarla como referencia la propuesta es elaborar un estudio homogéneo que pueda ser comparado con los realizados en otras entidades federativas. Aunada a esta, se propone complementar en la parte de la satisfacción del turista con el modelo de la calidad del servicio, el cual por medio de un instrumento denominado SERVQUAL, permite cuantificar la calidad del servicio, y aproximarse a la medición mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de un cliente, apoyándose en los comentarios hechos por los consumidores. Para evaluar la calidad percibida plantean estas dimensiones generales y definen que dicha percepción es consecuencia de la diferencia para el consumidor entre lo esperado y lo percibido. Este instrumento suministra un esquema o armazón básico basado en un formato en representación de las expectativas y percepciones que incluye declaraciones para cada uno de los cinco criterios sobre la calidad del servicio, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993).

Las declaraciones del SERVQUAL se agrupan en función de los cinco criterios o dimensiones: Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía.

Para evaluar la calidad de un servicio con el SERVQUAL, es necesario calcular la diferencia que existe entre las expectativas y las percepciones, llamada la Deficiencia 5. Esta puede calcularse en la puntuación que le dan los clientes a cada uno de los cinco criterios. Todos los clientes al servicio de una empresa obteniendo un promedio de las puntuaciones SERVQUAL individuales que se obtienen a su vez calificando sus declaraciones sus declaraciones para cada uno de los criterios y se siguen los siguientes pasos:

- En el diseño únicamente se evaluaron tres criterios tomados del SERVQUAL: Los elementos tangibles, la empatía y la fidelidad para cada uno de los productos evaluados y en algunos que son públicos se incluyó la seguridad. Y debido a que las variables del instrumento son muy extensos solo se realizó una pregunta de cada dimensión. Por lo cual la calificación que indique el turista es el de cada dimensión.

- Posterior a esto lo que sigue es sumar las puntuaciones individuales de los N clientes obtenidas en el paso 1 y divida el total entre N lo cual da como resultado la media de cada pregunta que representa la dimensión evaluada.
- Lo siguiente es sumar los resultados totales de los tres criterios, lo cual nos dará el resultado total del producto evaluado. De estos se puede observar que las calificaciones más bajas representan las brechas más altas de la calidad en el servicio.

Dentro de los aspectos de la escala tipo Likert, es importante resaltar las alternativas o puntos, que corresponden a las opciones de respuesta de acuerdo al instrumento seleccionado. A continuación las alternativas y valores usados en la investigación fueron: (2) Muy malo, (4) Malo, (6) Regular, (8) Bueno y (10) Excelente, esta fue a petición del usuario final.

3.4. Instrumento

El instrumento de medición consta de 56 preguntas. La cual se divide en variables para medir el perfil sociodemográfico del turista, las cuales están comprendidas en los siguientes reactivos: De la pregunta 1 ala15 y la número 49. Y para la medición de la calidad las variables que se procesaron para este estudio se dividieron de la siguiente manera:

1. Los productos turísticos consumidos se encuentran en las preguntas 16, 17, 19, 21, 23, 24,26,28, 29, 29A-D, 34, 34A-D, 39, 39A-E, 45, 45B y 46 en donde los turistas indican cuales consumieron durante su visita. Posterior a este ya inicia la evaluación de los diferentes criterios de calidad las cuales se dividieron de la siguiente forma:
2. Destino (Pregunta 18): En esta variable se evalúa de manera global el destino en tres aspectos: los servicios públicos, accesibilidad del lugar y seguridad.
3. Infraestructura turística (Preguntas: 16A, 17A Y 47): Central de autobús, aeropuerto y módulos de información en dónde se toma la dimensión de Elementos tangibles (Calidad en las instalaciones, señalización del lugar, información impresa e imagen personal); Y Empatía (Atención y servicio). En estos únicamente se tendrá resultados de estas dos dimensiones.
4. Producto turístico (Pregunta: 20, 22, 23A, 25, 27, 28A y 47) En estas variables se conoce el consumo de los principales productos turísticos del destino como Hoteles, Restaurantes, Guías de turistas, transporte y agencias de viaje, en donde se toman tres dimensiones: Empatía (Atención y servicio), Elementos tangibles (Higiene en los alimentos, Calidad de las instalaciones, imagen personal, calidad del vehículo y modernidad de las instalaciones) y Fiabilidad (Costo del servicio).

5. Atractivos y Actividades: (Pregunta: 30-32, 35-37, 40-43): En este también se tocan tres dimensiones: Empatía (Atención y servicio), Elementos tangibles (Limpieza del lugar y conservación del lugar) y Fiabilidad (Costo).
6. Pregunta Global (Pregunta 48).Esta pregunta se realiza para constatar la calificación de toda la experiencia de la visita al destino después de haber estado al menos una noche en el destino.

RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados de las encuestas aplicadas en la segunda etapa del proyecto para conocer la calidad en el servicio y el grado de satisfacción de los productos turísticos de los principales destinos de Yucatán.

La primera tabla enseña las calificaciones asignadas a los servicios de hospedaje, establecimientos de alimentos y bebidas, transporte y agencias de viajes y se observa que las calificación más baja la obtiene el transporte de traslado con siete punto siete (7.7) de calificación; luego sigue Transporte para viajar al destino y agencias de viajes con siete punto nueve (7.9). Los mejores calificados con ocho (8) considerado como bueno fueron los establecimientos de alimentos y bebidas; y con ocho punto uno (8.1) la calificación más alta fue para hospedaje y guías. También se puede observar las calificaciones de cada criterio las cuales representan las oportunidades de mejora.

Tabla 1 Evaluación de la calidad en el servicio de los productos turísticos

Criterio	Establecimientos de A y B (135)	Hospedaje (108)	Guías (8)	Transporte para viajar (61)	Transporte de traslado (20)	Agencias de viaje (2)
Atención y servicio	8.1	8.2	8.1	7.9	7.8	8.0
Modernidad o calidad de las Instalaciones/ Vehículos, Imagen del personal	8.0	8.1	8.3	7.9	7.6	8.0
Costo	7.9	8.0	7.9	7.9	7.7	7.7
Total	**8.0**	**8.1**	**8.1**	**7.9**	**7.7**	**7.9**

Fuente: Elaboración propia

La tabla número dos muestra la calificación asignada a los atractivos naturales y culturales y las actividades, los cuales se consumen durante la estancia del turismo para su entretenimiento. Para estos se pregunta al turista cuales ha visitado y se le pide los califique. El que obtuvo la calificación más baja fue el de las actividades culturales con tres punto dos (3.2); seguido de playa con 7.7 dentro del cual se observa la dimensión con la calificación más baja de limpieza con siete punto cinco. Seguidamente aparece actividades de naturaleza y tours/excursiones con siete punto nueve (7.9), todos los anteriores están dentro del rango de calificación regular; Los calificados como bueno arriba de ocho puntos fueron las zonas arqueológicas con ocho (8); los cenotes, reserva natural y haciendas con ocho punto uno (8.1) y la calificación más alta la obtuvo luz y sonido en sitios arqueológicos y los museos con ocho punto dos (8.2).

Tabla 2 Evaluación de la calidad en el servicio de los atractivos y otras actividades turísticas

	Atractivos naturales			**Atractivos culturales**			**Otras actividades turísticas**			
Criterio	Playa	Cenote	Reserva natural	Zonas Arqueológicas	Museos	Haciendas	Actividades culturales	Actividades de naturaleza	Tours/Excursiones	Luz y sonido en sitios arqueológicos o culturales
Atención y servicio	7.9	8.1	8.3	8.1	8.1	8.2	3.2	7.8	8.0	7.9
Limpieza	7.5	8.0	8.2	8.1	8.3	8.3	3.2	7.8	7.9	8.2
Conservación	7.6	8.1	8.0	8.1	8.2	8.1	3.2	7.8	7.9	8.3
Costo	7.8	8.1	8.1	7.8	8.2	7.6	3.2	8.2	8.0	8.6
Total	**7.7**	**8.1**	**8.1**	**8.0**	**8.2**	**8.1**	**3.2**	**7.9**	**7.9**	**8.2**

Fuente: elaboración propia

En las tablas 3 y 4 se califica la infraestructura turística y los resultados son: la terminal de autobuses obtuvo la calificación más baja de siete punto ocho (7.8) es decir se encuentra como regular, y en el rango de bueno se encuentra el aeropuerto

internacional con ocho punto dos (8.2). Seguidamente se tiene que los módulos de información alcanzaron ocho puntos (8).

Tabla 3 Evaluación de la infraestructura turística

Criterio	Terminal de autobús	Aeropuerto
Modernidad de las instalaciones	7.7	8.2
Señalización del lugar	7.7	8.1
Atención y servicio	7.9	8.2
Total	**7.8**	**8.2**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4 Evaluación de los módulos de información turística

Criterio	Módulos de información turística
Atención y servicio	8.0
Imagen del personal	8.0
Material impreso	8.0
Total	**8.0**

Fuente: Elaboración propia

Por último los resultados generales del destino en los cuales se tiene que los servicios públicos obtuvieron la calificación de siete punto cuatro (7.4); la accesibilidad al destino en general obtienen una calificación de siete punto cinco (7.5) ubicándolas en una calificación regular. Y por último la seguridad recibe ocho puntos (8) es decir considerada como buena.

Tabla 5 Evaluación general del destino

Servicios públicos	**Accesibilidad**	**Seguridad**	**Total**
7.44	7.49	8	**7.64**

Fuente: Elaboración propia.

Se incluye dentro del instrumento una pregunta global del destino en donde los turistas califican al destino como bueno con ocho punto siete puntos (8.7) con una recomendación positiva de 1084 turistas de los 1101evaluados esto se observa en la tabla 6.

Tabla 6 Calificación de pregunta global del destino

Calificación general del destino	Recomendación del destino
8.7	**1084**

Fuente: Elaboración propia

DISCUSIÓN

En cuanto a los resultados, se coincide con la hipótesis planteada en donde se tiene que los establecimientos de hospedaje y el servicio de guías fueron los mejores calificados, pero esta calificación se considera buena y se tendrá que buscar la excelencia es decir 10. En la segunda hipótesis se planteó que en cuanto a los aspectos del destino la seguridad sería percibida como excelente, sin embargo se califica como buena. Y por último en la tercera hipótesis el índice esperado de satisfacción general del turista se sitúa como excelente, no se cumple ya que este es considerado como bueno. Y según la brecha es de 1.3 puntos en la pregunta general. Por lo cual es importante generar estrategias de mejora en cada uno de los resultados.

Al comparar lo obtenido con un estudio realizado por Bethencourt et, al. (2005) se tiene respuestas similares. El cual presenta los criterios evaluados, pero resulta que la dimensión de elementos tangibles fue la calificación más baja y en el nuestro el costo que es la fiabilidad resultó la más baja en los productos y servicios de consumo turístico, es decir que el cliente considera que lo que recibió no corresponde a los servicios contratados y pagados. Y las calificaciones más altas se obtuvieron en la dimensión de elementos tangibles del cual se difiere del mencionado en la que se tiene una brecha de 2.2 puntos para obtener la excelencia.

CONCLUSIONES O COMENTARIOS

En cuanto al objetivo planteado de medir la calidad del servicio del turista en relación a los servicios consumidos durante su estancia en el estado de Yucatán, se observa en el apartado de los resultados presentados anteriormente la brecha existente entre las percepciones y las expectativas de los turistas en relación a los productos y servicios turísticos, atractivos y otras actividades, infraestructura turística, módulos de información, evaluación general del destino y la pregunta global. En

donde a la vez se puede analizar cada una las dimensiones de la calidad en el servicio, los cuales pueden representar una ventaja competitiva para estos destinos o por otro lado una oportunidad de mejora. En cuanto al objetivo específico, cuantificar el grado de satisfacción de la del turista según la percepción del consumo, se obtiene en relación a la primera hipótesis planteada que: los establecimientos de hospedaje obtienen la calificación más alta de la evaluación junto con el servicio de guías con ocho punto uno, situando la calidad del servicio como bueno. La segunda declaración: La seguridad del destino es percibida como excelente no se cumple ya que la califican como buena únicamente, asignándole un promedio de ocho puntos es decir con una brecha de dos puntos para la excelencia. Por último la hipótesis tres: El resultado del índice de satisfacción general del turista se sitúa como excelente, obtiene una calificación de ocho punto siete, situando la calidad del servicio como bueno con una brecha para llegar a la excelencia de uno punto tres puntos.

Cabe mencionar que los resultados de este estudio arrojan una oportunidad de mejora para los atractivos y otras actividades calificadas como mala, con una brecha de seis punto ocho puntos para alcanzar la excelencia en la prestación del servicio. También es importante mencionar que existen calificaciones cercanas a ocho, por lo cual se recomienda el análisis de las dimensiones de cada variable evaluada, para realizar acciones correctivas y preventivas y con esto elevar la calidad del servicio prestado, hasta llegar a la excelencia.

Para concluir es importante recomendar un estudio particular de estos municipios, ya que tienen características específicas que las diferencian de los otros destinos considerados en el estudio total realizado.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Bethencourt, M., Díaz, F., González, M. y Sánchez, J. (2005), La Medición de la calidad de los servicios prestados por los destinos turísticos: el caso de la isla de La Palma. España: Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Vol. 3, Núm. 2: Universidad de la alguna.

Cestur. (2012). Metodología de estudio de perfil y satisfacción del turista. México: Secretaría de Turismo Disponible en: http://cestur.sectur.gob.mx

Grönroos, C. (1984). “A service quality model and its marketing implications”. Euro-pean Journal of Marketing 18(4), 36-44.

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación. (5ª edición). Chile: Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.

James, E. y William, L. (2008) Administración y control de la calidad. (7a edición). México: CENGAGE Learning.

Parasuraman, A. Zeithaml, V y Berry, L. (1993). Calidad Total en la Gestión de Servicios. España: Ediciones Díaz y Santos S.A.

Quesada, R. (2006). Elementos del Turismo. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia EUNED.

Datatur. (2017). Glosario. Consultado el 7 de abril de 2017 y disponible en: http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx

Diario Oficial de la Federación. (2017). La ley General de Turismo. Consultado el 7 de abril de 2017 y disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5094830&fecha=17/06/2009

Diario Oficial de la Federación (2013). Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, viernes 13 de diciembre de 2016. Disponible en http://www.sectur.gob.mx/PDF/PlaneacionTuristica/Prosectur_2013_2018.pdf

Plan Estatal de Desarrollo (2012-2018). Consejo estatal de Planeación de Yucatán: Mérida, Yucatán, México. Disponible en: http://www.yucatan.gob.mx/docs/ped/PED-2012-2018-Yuc.pdf

CONCLUSIONES

La falta de información o la información desagregada con la que se cuenta actualmente en muchos Estados puede estar siendo una limitante para su adecuada gestión turística, lo cual impacta de manera negativa en amplios sectores sociales vinculados a la actividad, pues sin información no es posible la toma de decisiones asertivas.

En respuesta a esta circunstancia, se ha presentado la propuesta consistente en el Diseño del Observatorio Turístico de Yucatán (OTY) e Implementación del Sistema de Información Turística así como también la realización de estudios específicos tales como, el de segmento de turismo de reuniones y el de Perfil y Grado de Satisfacción del Turista de los Principales Destinos Turísticos de Yucatán, todo lo anterior a iniciativa de instancias públicas como el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, la Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán y universidades locales, tales como la Universidad Autónoma de Yucatán, líder del proyecto, la Universidad Tecnológica Metropolitana, la Universidad Marista de Mérida y la Universidad Tecnológica del Poniente.

Para la creación del OTY se ha requerido contar con un plan estratégico que oriente y organice los componentes que lo conformarán y las actividades por desarrollar, así como los procedimientos para su operación de manera que permita el desarrollo y la sustentabilidad del presente proyecto en diferentes plazos de tiempo. Con el fin de asesorar en el diseño y operación del OTY se ha trabajado en el establecimiento de una red de trabajo interinstitucional e interdisciplinaria

Las actividades realizadas, tanto para la elaboración de plan estratégico como para la conformación de la red de trabajo, han sido variadas, principalmente se han realizado talleres con expertos de otros observatorios exitosos del país (de Guanajuato y de Baja California), se han analizado estos organismos en otros lados del mundo, se ha trabajado con representantes del sector en la localidad, así como con la autoridad es-

tatal en la materia, entre otras varias actividades, con lo cual se ha podido determinar el modelo los objetivos, alcances y demás particularidades del OTY.

Es importante considerar que con el fin de que las actividades en el OTY coadyuven a lograr un desarrollo turístico con una visión de responsabilidad ambiental y social, aprovechando el potencial turístico del Estado, se ha buscado vincular y alinear los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de acuerdo a la Agenda 2030 de la Organización Mundial de Turismo (OMT), con el OTY, el cual podría contribuir en la implementación nacional de la Agenda 2030 mediante la medición y monitoreo, generación de reportes y difusión de ODS del Estado relevantes para el turismo.

El Observatorio Turístico del Estado de Yucatán tiene como objetivo la generación e integración de información relevante que permita el seguimiento y análisis constante de indicadores turísticos confiables, ciertos, pertinentes y actualizados, para el desarrollo de estrategias que contribuyan a mejorar la competitividad del Estado y coadyuven a la toma de decisiones tanto en el sector público como en el privado. Este objetivo se pretende alcanzar con la participación y representación del sector público, privado, académico y social, con una estructura que contemple independencia en su gestión, pero con un cuerpo de apoyo en la toma de decisiones y una asignación presupuestaria suficiente y segura que le permita operar y tener continuidad en el tiempo, dicha asignación provendrá de la instancia pública a cargo del sector. Su alcance será estatal.

El OTY se sustenta en un Sistema de Información Turística el cual opera mediante una plataforma turística digital amigable que reunirá la información necesaria de los indicadores de la actividad de este sector de la economía y que coadyuve a mejorar la toma de decisiones de las empresas de este mismo sector. Este sistema está siendo probado y perfeccionado, de lo que se deriva que es importante definir algunas políticas de utilización de los dispositivos con los que se acopia la información, así como implementar el registro de períodos de trabajo en campo, para optimizar los procesos de sincronización de la información manejada. No obstante lo anterior, se ha logrado cimentar una infraestructura de base tecnológica para desarrollar nuevos estudios y publicaciones de temas relacionados al turismo.

Respecto a los estudios específicos y de segmento que se integraron a la propuesta se tiene varias consideraciones.

Al desarrollar un estudio acerca del visitante del Estado de Yucatán que pertenece al *segmento de turismo de reuniones* con la finalidad de generar información precisa y actualizada acerca de dicho perfil, así como de la tendencia de gasto y la clasificación otorgada por el mismo visitante a los principales servicios que utiliza durante su estadía en la entidad, se realizaron 1086 entrevistas efectivas en 29 eventos (9 internacionales y 20 nacionales) a los que se tuvo acceso para realizar

encuestas[1]. Con la información obtenida se confirma, que el turismo en reuniones genera una derrama económica que impacta positivamente al Estado de Yucatán, sin embargo, podemos concluir que para potencializar esta área es necesario una sinergia entre los hoteleros, transportistas, el gobierno, empresarios y todos los que participan directa o indirectamente en este tipo de servicio.

En este análisis se pudo observar que el mercado de estudiantes es el grupo con mayor porcentaje de presencia en este tipo de eventos, pero también podemos darnos cuenta que, la población de adultos mayores es un nicho de oportunidad que se podría explotar si se ofrecieran más opciones, ya que a pesar de que son los que menos presencia tienen en este tipo de eventos son el segmento que tiene mayor gasto promedio por visitante.

Si bien Yucatán cuenta con los recursos y la infraestructura necesaria para poder satisfacer las necesidades del Turismo en Reuniones y ahora más con el nuevo Centro Internacional del Congresos de Yucatán, es necesario enfatizar la prioridad de trabajar en las sinergias, así como en la planeación de actividades, estrategias y servicios que pueden ser de interés para los visitantes. De otra manera, se corre el riesgo de que esos recursos e infraestructura no se utilice de manera óptima.

Con relación al estudio de *Perfil y Grado de Satisfacción del Turista de los Principales Destinos Turísticos de Yucatán,* en este documento se presentó un análisis del grado de satisfacción de los productos turísticos consumidos durante la visita del turista al estado, se pudo comprobar la brecha existente entre las percepciones y las expectativas de los turistas en relación a los productos y servicios turísticos, atractivos y otras actividades, infraestructura turística, módulos de información, evaluación general del destino y la pregunta global. Así, se comprueba que, los establecimientos de hospedaje obtienen la calificación más alta de la evaluación junto con el servicio de guías, situando la calidad del servicio como bueno, sin embargo la afirmación de que *la seguridad del destino es percibida como excelente* no se cumple, ya que la califican como buena únicamente; por último otra afirmación que se comprueba como falsa es que *el resultado del índice de satisfacción general del turista se sitúa como excelente,* pues la calidad del servicio es calificada solo como buena con una brecha para llegar a la excelencia de uno punto tres.

los resultados de este estudio arrojan una oportunidad de mejora para los atractivos y otras actividades calificadas como mala, con una brecha de seis punto ocho para alcanzar la excelencia en la prestación del servicio. También es importante mencionar que existen calificaciones cercanas a ocho, por lo cual se recomienda el

[1] En el periodo comprendido entre mayo del 2017 y abril de 2018, se obtuvo registro de un total de 57 eventos del segmento de turismo de reuniones en Yucatán, 13 internacionales y 44 nacionales.

análisis de las dimensiones de cada variable evaluada, para realizar acciones correctivas y preventivas y con esto elevar la calidad del servicio prestado, hasta llegar a la excelencia.

Es claro que no se puede planear sin datos, y que es necesario cambiar la percepción de la utilidad de la información para la toma de decisiones. La información no sólo funcionará para tener un monitoreo permanente de la actividad turística en el estado, sino que también incrementará la posibilidad de inversión y la competitividad de las empresas y el sector, de ahí la gran importancia de que el Estado de Yucatán cuente con su observatorio turístico el cual permitiría al sector turístico sustentar mejor sus acciones, crear y orientar mejor sus productos, mejorar la competitividad de sus destinos, prever el rumbo de crecimiento de toda la industria turística estatal

NOTAS CURRICULARES

Lara Navarrete Ileana Beatriz

Nació en la Ciudad de Mérida, Yucatán, México.

Doctora en Arquitectura y Ciudad por la Universidad de Colima.

Arquitecta egresada de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).

Actividades Principales: Responsable Técnico del proyecto Fomix Yuc-2016-2018 Diseño del Observatorio Turístico de Yucatán e implementación del Sistema de Información Turística de Yucatán; Responsable Técnico del proyecto Sectorial Sectur-Conacyt 2016-2018 fortalecimiento del factor humano: "Desarrollo de un programa integral de capacitación del personal de los prestadores de servicios turísticos de acuerdo a necesidades y características de un tipo de destino"; Coordinadora de la Licenciatura en Turismo de la UADY 2013-2015; Directora del Proyecto SECTUR "Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos" para el Destino Mérida por parte de la UADY (2013); Investigador Nivel I del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) del Conacyt (2012-2014); Profesora titular en la Licenciatura en Turismo con las materias de Patrimonio Cultural de México y Patrimonio Cultural de Yucatán desde 2011; Coordinadora del Diplomado para Guia de turistas NOM 09 SEFOTUR-UADY, 2014-2015; Coordinadora de la Maestría en Diseño Urbano Ambiental de la Facultad de Arquitectura de la UADY, en Yucatán, Campeche y Q. Roo de 2003 a 2007; Coordinadora de la Maestría en Valuación BUAP-UADY 2000-2002; Coordinadora de la Unidad de Educación Continua FAUADY 2000-2002; Profesora invitada del Doctorado en Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez; Profesora Titular de las materias de Urbanismo y Taller de Diseño Urbano en la Universidad Marista desde 2004; Miembro del grupo de análisis urbano del Plan Estratégico de Yucatán desde 2002-2015; Arquitecta Investigadora en el Depto. de Centro Histórico y de Planeación de la Dirección de Desarrollo Urbano del Ayuntamiento de Mérida de 1995 a 2002. Autora de 5 libros y varios artículos

con temas turísticos y urbano-arquitectónicos; ha realizado proyectos y estudios urbano-arquitectónicos para el sector privado.

beatrizlara4@hotmail.com

Bolio Rosado María Isabel

Nació en la Ciudad de Mérida, Yucatán, México

Maestra en Administración de Negocios, en el área de Mercadotecnia por el Tecmilenio Campus Mérida; Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas por el Inst. Tecnológico de Mérida.

Actividades Principales: Colaboradora en el proyecto Sectorial Sectur-Conacyt 2016-2018 fortalecimiento del factor humano: "Desarrollo de un programa integral de capacitación del personal de los prestadores de servicios turísticos de acuerdo a necesidades y características de un tipo de destino"; Colaboradora en el proyecto Fomix Yuc-2016-2018 Diseño del Observatorio Turístico de Yucatán e implementación del Sistema de Información Turística de Yucatán; Colaboradora en la evaluación del Proyecto de Señalización Turística Nacional con la Secretaria de Fomento Turístico del Estado de Yucatán (2015.2016); Coordinadora del Estudio Perfil y grado de satisfacción del turista que visita Mérida, Izamal y Valladolid. Sefotur-UADY (2013-2015); Colaboradora en el proyecto "Turismo accesible. Una propuesta de inclusión de ciegos y débiles visuales al disfrute del patrimonio cultural en museos de Mérida". UADY-Sistproy; Colaboradora en el Proyecto "Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos" para el Destino Mérida por parte de la UADY (2013); Colaboradora en el Diagnóstico de competitividad y sustentabilidad de los pueblos mágicos (Izamal y Valladolid) UADY-Sistproy (2013); Imparte en la Lic. de Turismo las materias de Hotelería y Turismo y hospitalidad en el servicio; Encargada de Prácticas profesionales para la Lic. en Turismo de la UADY; Subdirectora de Turismo Municipal para el H. Ayuntamiento de Mérida (2010-2012);Presidente del comité organizador de la "Primera Feria Turística del Mundo Maya (2009);Presidente de la Asociación Mexicana de Hoteles en Yucatán. (Periodos 2008 y 2009); coautora de 3 libros.

marisa.bolio@gmail.com

Rodríguez Rivero Katherinne

Nació en la Ciudad de Mérida, Yucatán, México.

Estudiante de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).

Actividades Principales: Colaboradora en el proyecto Sectorial Sectur-Conacyt 2016-2018 fortalecimiento del factor humano: "Desarrollo de un programa integral de capacitación del personal de los prestadores de servicios turísticos de acuerdo a necesidades y características de un tipo de destino"; Colaboradora en el proyecto Fomix Yuc-2016-2018 "Diseño del Observatorio Turístico de Yucatán e implementación del Sistema de Información Turística de Yucatán"; Participante en la traducción simultánea del documental "Framing the Other", en el marco del Seminario Permanente: Turismo, globalización, turismo y sociedades locales, realizada en el Centro de Investigación y de Estudios Avanzados (Cinvestav) el 25 de agosto de 2017;Coautora del cartel científico "El cuidado del medio ambiente y su puesta en valor a través del inglés para el ecoturismo: Resultados preliminares de un estudio piloto de análisis de necesidades de inglés para fines turísticos y medioambientales en la Sociedad Cooperativa de RL Tumben Zazil Kin Zonot" (2016); Participante en el Programa de Buenas Prácticas del Estudio de Factibilidad de Turismo Rural en el Rancho Hobonil por parte de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY) en 2016. Participante como primer lugar en el Rogers-Mun (Modelo de las Naciones Unidas) del Colegio Peninsular Rogers Hall (2011); Participante como finalista en el Concurso de Oratoria del Colegio Peninsular Rogers Hall (2008).

katherinne_75@hotmail.com

Kumul López **Graciella**

Nació en la Ciudad de Mérida, Yucatán, México.

Licenciada en Turismo egresada de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).

Ha participado en proyectos enfocados en planificación, turismo alternativo y estudios de público desde 2012.

Actividades Principales: Investigadora asociada en el proyecto Sectorial Sectur-Conacyt 2016-2018 fortalecimiento del factor humano: "Desarrollo de un programa integral de capacitación del personal de los prestadores de servicios turísticos de acuerdo a necesidades y características de un tipo de destino"; colaboradora en el proyecto Fomix Yuc 2016-2018 "Diseño del Observatorio Turístico de Yucatán e implementación del Sistema de Información Turística de Yucatán"; estancia técnica en el Jardín Botánico Regional "Roger Orellana" del Centro de Investigación Científica de Yucatán (CICY) como guía de visitas escolares y recreativas y apoyo en la Coordinación de Recreación y Cultura, de febrero a diciembre de 2015; participante en el Programa de Información, promoción y difusión turística de la Secretaría de Fomento Turístico del Estado de Yucatán (Sefotur), de agosto a febrero de 2015; colaboradora en el proyecto REDTUR Península del Centro de Investigación y de Estudios Avanzados (Cinvestav-Unidad Mérida) y la UADY en la coordinación del

equipo de apoyo del Atlas de turismo alternativo de la Península de Yucatán, de agosto a septiembre de 2013.

gckl1991@hotmail.com

Marrufo Muñoz Jorge Elías

Licenciado en Ciencias de la Computación con Maestría en Gestión de Tecnologías de la Información por la Universidad Anáhuac Mayab, Profesor de Tiempo Completo y miembro del cuerpo académico Sistemas Informáticos de la Universidad Tecnológica Metropolitana situada en Mérida Yucatán.

elias.marrufo@utmetropolitana.edu.mx

Morales Carbajal Yeni

Ingeniero en Sistemas Computacionales con Maestría en Administración por el Instituto Tecnológico de Mérida Profesor de Tiempo Completo y miembro del cuerpo académico de Sistemas Informáticos de la Universidad Tecnológica Metropolitana situada en Mérida, Yucatán. Certificación en CCNA Cisco System.

Coordinadora de familia de carrera de la división de Tecnologías de la Información y Comunicación.

yeni.morales@utmetropolitana.edu.mx

Martín Ruiz Mario José

Ingeniero y Maestro en Sistemas Computacionales por el Instituto Tecnológico de Mérida, Profesor de Tiempo Completo y miembro del cuerpo académico de Sistemas Informáticos de la Universidad Tecnológica Metropolitana situada en Mérida, Yucatán.

Coordinador de carrera de multimedia y comercio electrónico de su institución de adscripción, con perfil deseable del promep, ha trabajado en el desarrollo de aplicaciones orientadas a Internet.

mario.martin@utmetropolitana.edu.mx

Centeno Henriquez Gina Isabel

Personal de tiempo completo de la Escuela de Administracion Turística de la Universidad Marista de Mérida.

Licenciada en Mercadotecnia por la Universidad Marista de Mérida en 2006; Mas-

ter Business Administration (MBA) con especialidad en hospitalidad y mercadotecnia por la Universidad de Nuevo Orleans, Louisiana en 2009.

Es profesora de la Escuela de Administracion Turística desde 2009, algunas de las asignaturas que ha impartido son:

Mercadotecnia turística, desde semestre Enero 2010- Enero 2018.

Introducción al turismo, desdeAgosto 2013-Agosto 2016.

gcenteno@marista.edu.mx

Quiñones Aguilar Alvaro

Profesor de asignatura de la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de Yucatán y de la Escuela de Administración, Mercadotecnia y Turismo de la Universidad Marista de Mérida y socio director de DECIDE Market Research, agencia regional de investigación de mercados

Formación Académica

Licenciado en Economía por la Universidad Autónoma de Yucatán 1997; Maestría en Economía y Administración Publica por la Universidad Autónoma de Yucatán 1999 y especialidad en estadística por la Universidad Autónoma de Yucatán 2003.

Ha sido Profesor de la Universidad Autónoma de Yucatán, Universidad Marista y Universidad ANAHUAC-MAYAB, UTM, Universidad Modelo, en las siguientes asignaturas: Matemáticas aplicadas a la administración y economía, Calculo diferencia e Integral, Estadística, Muestreo, Microeconomía, Macroeconomía, Economía del Turismo,Investigación de Mercados, Evaluación social de proyectos, Desarrollo Económico, Políticas Publicas, Economía ySeminario de Consultoría Gerencial.

alvaroqaguilar@hotmail.com

Moo Estrella Emy Guadalupe

Profesora de tiempo completo de la Escuela de Administración, Mercadotecnia y Turismo de la Universidad Marista de Mérida.

Licenciada en Administración por el Instituto Tecnológico de Mérida en 2006; Maestra en Educación por la Universidad Marista de Mérida en 2010 y Doctora en Educación por la Universidad Marista de Mérida en 2018. Es profesora del Eje de Formación Humana Básica desde agosto de 2011 hasta la fecha impartiendo las siguientes materias: Humanísticas I, desde semestre Agosto 2011- Enero 2012 hasta Agosto 2012-Enero 2013.

Humanísticas II, desde Enero -junio 2012 hasta Enero junio 2013.

Estrategias de aprendizaje II, desde Enero-junio 2012 hasta la fecha.

Taller de redacción universitaria, desde Agosto 2017- Enero 2018.

emoo@marista.edu.mx

Cruz Arceo Angelita

Profesora de tiempo completo de la Escuela de Contaduría de la Universidad Marista de Mérida.

Licenciada en Contaduría por la Universidad Marista de Mérida en 2006; Maestra en Educación por la Universidad Marista de Mérida en 2010.

Es profesora de la Escuela de Contaduría desde 2009, algunas de las asignaturas que ha impartido son: Ética Profesional del Contador Público, desde semestre Agosto 2017- Enero 2018

Introducción a la Metodología de la Investigación, desde Agosto 2015-Enero 2016.

Auditoría Interna de Agosto desde 2014- Enero 2015.

Problemas Económicos, Políticos y Sociales de México, desde Agosto 2010 -Enero 2011 hasta Agosto 2013- Enero 2014.

acruz@marista.edu.mx

Robleda Sánchez María Guadalupe

Maestra en Administración por el Instituto Tecnológico de Mérida, actualmente cursa el Doctorado en Gestión Educativa en la Universidad Anáhuac Mayab. Profesor de Tiempo Completo con Perfil Deseable en los programas educativos de Administración y Turismo en la Universidad Tecnológica del Poniente. Representante del Cuerpo Académico de Investigación “Desarrollo Regional sustentable”, en el cual ha desarrollado proyectos con impacto social y económico en la zona Poniente del estado de Yucatán. Entre las publicaciones más recientes se encuentran:

Modelo de desarrollo del Turismo alternativo en comunidades rurales. (2018). Ed. Unicornio.

Metodología propuesta para identificar el perfil y grado de satisfacción del turista en los principales destinos de Yucatán. (2017). ECORFAN

Factores que determinan el cierre de la micro y pequeña empresa. (2017). Ed. Pearson El estrés y su impacto en la productividad: estudio en los directivos de la micro y pequeña empresa. (2016). Ed. Pearson.

rosm_74@hotmail.com

Pérez Conde Enrique de Jesús

Licenciado en turismo, egresado de la Escuela Superior de Turismo y con estudios de Maestría en administración con Énfasis en Dirección General, por el Instituto de Estudios Universitarios, actualmente Profesor de Tiempo Completo, con dos Certificaciones de CONOCER y con Perfil deseable en los programas educativos de Turismo, Administración y Gastronomía en la Universidad Tecnológica del Poniente, con experiencia en el ámbito docente y gestión educativa por más de 15 años en diversas instituciones de educación superior, de igual forma en el sector hotelero como director y gerente de varios hoteles de diversas cadenas hoteleras, así como en el sector turismo, Integrante del cuerpo de investigación "Desarrollo Regional Sustentable" en el cual he participado como autor y coautor en varias publicaciones para Ed. Unicornio, ECORFAN y Ed Pearson.

Kantún Ramírez Manuel Alejandro

Doctor en Políticas de Desarrollo por la Universidad Anáhuac Mayab. Master in Business Administration con especialización en Marketing de la Graduate School of Business de la Universidad de Palermo en Buenos Aires, Argentina y Stern School of Business (New York University). Actualmente finaliza su trayectoria académica para alcanzar el grado de Doctor en Gestión Educativa. Es facilitador certificado en la Metodología LEGO® Serious Play® por Rasmussen Consulting & Trivium, así como en la Metodología Design Thinking por IDEO y Stanford University. Se considera altamente enfocado en estrategias creativas que permitan optimizar los procesos de gestión requeridos por el sector público y privado.

Desde el 2012 funge como Director Académico de la Universidad Tecnológica del Poniente en donde regula la operación académica y científica de los diferentes cuerpos académicos de la misma.

UNIVERSIDADES PARTICIPANTES

Universidad Autónoma de Yucatán, Calle 60 No. 491-A por 57 y 59, Centro, C.P. 97000, Mérida, Yucatán, México.

Universidad Tecnológica Metropolitana Calle 115 (Circuito Colonias Sur) No. 404 por Calle 50, Santa Rosa, 97279 Mérida, Yucatán, México

Universidad Marista de Mérida, Periférico Norte Tablaje Catastral 13941, Carretera Mérida-Progreso, C.P. 97300, Mérida, Yucatán, México.

Universidad Tecnológica del Poniente. Calle 19 S/N Tres cruces Maxcanú, Yucatán. CP. 97800, Maxcanú ,Yucatán, México

ANEXOS

Inventario de Observatorios Turísticos analizados.

MÉXICO

- Guanajuato
- Baja California

INTERNACIONALES

- Brasil (Sao Paulo)
- Perú (Nacional)
- Argentina (Nacional)
- Argentina (Buenos Aires)
- España (Euskadi)
- España (Bilbao)
- China (8 ciudades)
- Grecia (islas del Egeo)
- Croacia (Nacional)
- Estados Unidos (Florida)
- Estados Unidos (Montana)

Fuente: Elaboración propia con base en las páginas oficiales de cada observatorio

2. Formatos de Indicadores Generales y Específicos.

ANEXO 1. INVENTARIO DE OBSERVATORIOS TURÍSTICOS ANALIZADOS

País y Logotipo	Nombre fecha de inicio y Página web	Miembros	Objetivos - Tareas básicas	Productos	Observaciones
México	Guanajuato http://www.observatorioturistico.org	SECTUR, sector educativo, sector público, sector privado y el consejo consultivo turístico.	Jerarquizar las demandas y necesidades de los ciudadanos. Orientar las actividades de los servidores públicos. Facilitar la toma de decisiones y, Generar el diseño de la propia política de desarrollo del sector turismo.	Sistema de indicadores nacionales y estatales, reportes mensuales, tablero de control, barómetro turístico, indicadores: gobernanza, demanda, infraestructura, atractivos, oferta de servicios, comunidad receptora, sustentabilidad. Publicaciones, eventos y actividades.	Miembro de la Red de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT desde 2015. Sus fuentes son las oficiales SEDETUR Y DATATUR
México	Baja California (2012) http://www.observaturbc.org	Secretaría de Turismo de Baja California y Colegio de la Frontera Norte	Contar con un sistema de información confiable, actualizada y periódica sobre el sector turístico del Estado para mejorar la competitividad de las empresas y el sector turismo en su conjunto.	Boletines mensuales temáticos Informes ejecutivos Infografías Volantes Indicadores y Mapas Presencia en redes sociales Videos testimoniales Juegos y talleres infantiles	Proyecto financiado por la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California
Brasil	Sao Paolo http://www.observatoriodoturismo.com.br	Únicos datos disponibles, coordinador: Fabio Montanheiro Analista técnico: Andrezza Serra E-mail: pesquisa@spturis.com	Analiza el comportamiento turístico de Sao Paulo, lo que contribuye al destino se vuelve cada día mejor para sus visitantes y residentes. La información recabada, compilada y analizada por OTA están dirigidos a profesionales, expertos, académicos, agentes públicos y privados para ayudar en la toma para el propósito del conocimiento, mejora y desarrollo del sector turístico en la ciudad de Sao Paulo decisión.	Estudios y publicaciones con respecto a mega eventos, informes de la ciudad de Sao Paolo, informes del rendimiento de los medios de alojamiento, de terminales de autobus, publicaciones anuales y de tendencias de la actividad turística, informes mensuales, informes del empleo en turismo, infografías, otras.	Miembro de la Red de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT desde 2016.
Perú	Observatorio Turístico del Perú (2005) http://www.observatorioturisticodelperu.com/quienes-somos	Datos disponibles: Tel: (511) 513-6300 info@observatorioturisticodelperu.com	Analizar los datos relativos al Turismo nacional, que siendo recopilados desde diversas fuentes proporcionen informes y resúmenes de calidad y adecuados para la toma de decisiones más rápida y eficaz. Convertir al Observatorio Turístico del Perú en un factor clave para la evaluación de los planes de acción, de las políticas sectoriales, promocionales y de inversión en el sector. Establecer indicadores turísticos que permitan visualizar los resultados de las políticas e iniciativas turísticas, tanto en lo cualitativo como cuantitativo del turismo nacional.Establecer indicadores de inclusión económica que permitan visualizar el impacto de las políticas y estrategias de la actividad turística.Mantener la base de datos BADATUR con data de coyuntura turística, que permita realizar periódicamente análisis de situación de la coyuntura turística.Recoger y analizar trimestralmente datos sobre las tendencias de la demanda, la oferta turística y anualmente del nivel de satisfacción de los turistas.Publicar boletines informativos trimestrales de coyuntura y las memorias anuales.	Coloquios, asesorías, investigaciones como "Medición de la calidad de servicios en las empresas turísticas de la ciudad del Cuzco desde la percepción del turista." , inventario turístico, información económica nacional, regional y mundial, datos generales de Perú para conocer mejor la demanda y la oferta turística. favoreciendo la mejora de los servicios y el nivel de competividad. Infografías, Información de eventos, notas, entre otros en redes sociales.	Forma parte del Directorio de Observatorios Turísticos de SECTUR. Cuenta con dominio propio.Enlace desde la página a redes sociales:Facebook , Twitter y Youtube.

País y Logotipo	Nombre fecha de inicio y Página web	Miembros	Objetivos - Tareas básicas	Productos	Observaciones
Argentina	Observartur http://www.observatur.edu.ar/	Datos disponibles: Director Mg. Julián Kopecek, Coordinador de contenidos Rafael Staffolani y Web Master Marcelo Musante.	Elaborar metodologías de medición y de carácter comparativo, que favorezcan la determinación de estándares o categorías de calidad, mediante indicadores turísticos. Desarrollar metodologías que favorezcan a la medición y comparación de inficadores turísticos como parte de una política integral de calidad. Generar metodologías capaces de evaluar al sector turístico y orientadoras para la implementación de políticas estratégicas integradas. Asistir a organizaciones científicas, técnicas y empresariales en la elaboración de diagnósticos y atender a solicitudes relacionadas con los Indicadores Turísticos. Complementar técnicamente a los sistemas estadísticos de entidades oficiales, universitarias, empresariales y ONG´s a los efectos de servir como parámetros de calidad del desarrollo turístico. Proponer e implementar cursos y seminarios para funcionarios, profesionales y empresarios del área turística, sobre la importancia de los sistemas comparativos en la búsqueda de la calidad turística. Elaborar documentos de difusión de los logros y de utilización de los resultados de los estudios encarados.	Investigaciones como "Fortalezas y debilidades de la Certificación de Turismo sostenible y su aporte a la gestión turística", noticias, artículos de opinión, publicaciones, lista de links útiles, leyes de interés y libros recomendados, relevamientos, glosario turístico, estadísticas sobre productos específicos, foro, diagnósticos sectoriales y sub-sectoriales de importancia para los agentes vinculados al sector.	Forma parte del Directorio de Observatorios Turísticos de SECTUR. Cuenta con dominio propio. Live Traffic Feed.
Argentina	Observatorio Turístico de Buenos Aires (2009) https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/agrupador-noticias/observatorio	Directora General Observatorio e Inteligencia de Mercado Mariana Mangiarotti (2017)	Crear fuentes primarias de estadísticas a partir de la formalización de los aspectos metodológicos para el relevamiento de datos, se busca compatibilizar y comparar resultados para crear información válida y confiable. Sistematizar y análizar la información estadística disponible y la publicar una serie de documentos a lo largo del año que reflejan la realidad turística receptiva de la Ciudad.	Informes mensuales para el análisis y monitoreo del comportamiento de la actividad turística en el contexto local, nacional e internacional.Informes trimestrales que brindan y analizan datos estadísticos de interés sectorial provistos por diversas fuentes. El Monitor turístico, que consiste en documentos estadísticos mensuales que dan cuenta de la coyuntura económica del turismo en la región. Informes para conocer las variaciones en el comportamiento y los hábitos de consumo de residentes y turistas (Encuestas temáticas).Mediciones con mayor rigor metodológico para analizar el impacto de la actividad turística en la ciudad (Estudios especiales), infografías y anuarios.	Subdominio de página de gobierno. Enlace desde la página a redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter y Youtube.

País y Logotipo	Nombre fecha de inicio y Página web	Miembros	Objetivos - Tareas básicas	Productos	Observaciones
España OTE·EBT OBSERVATORIO TURÍSTICO DE EUSKADI EUSKADIKO BEHATORI TURISTIKOA	Observatorio Turístico de Euskadi (2011) http://observatorioturisticodeeuskadi.basquetour.net/es	Basquetour (Sociedad pública del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco)	Dotar a las organizaciones de la inteligencia que les permita anticipar y reaccionar ante los cambios del entorno.Ayudar a identificar oportunidades y a activar la capacidad de innovar y competir del sector. Ofrecer herramientas de análisis que permitan implementar estrategias con éxito. Aportar una visión global y completa del entorno competitivo.	Estudios y publicaciones sobre el comportamiento de los turistas que llegan a Euskadi (Ibiltur Ocio y Ibiltur MICE), los movimientos turísticos, los visitantes extranjeros o información sobre el gasto turístico de los visitantes en Euskadi. Estadísticas de entradas, pernoctación y ocupación en hoteles, alojamientos rurales y campings. Newsletter con información sobre el sector turístico de Eukasidi, útil para el seguimiento y evaluación de la competitividad e innovación de la industria turística.El Sistema Regional de Información Turística (SRiT), plataforma encargada de integrar las fuentes de datos que proporcionan los indicadores definidos en el marco conceptual y que permite realizar análisis comparativos que posibiliten el desarrollo de estudios de benchmarking.	Forma parte del Directorio de Observatorios Turísticos de SECTUR. Cuenta con dominio propio.Enlace desde la página a redes sociales:Facebook y Twitter.
España BILBAO BIZKAIA be basque	Observatorio Turístico de Bizcaia (2009) http://www.mybilbaobizkaia.eus/portada/index.asp?Entidad=1&Elemento=32	Dirección de Promoción Turística de la Diputación Foral de Bizkaia.	Contar con información periódica actualizada sobre las principales variables de la oferta turística de Bizkaia: número de plazas de alojamiento, ocupación, número de turistas y su distribución por procedencias y otras características. (EUSTAT). Establecer comparativas con otros destinos competidores y de destinos receptores de similares características. (IET). Analizar el perfil de los visitantes: edad, sexo, motivaciones de viaje a Bizkaia, duración media, tipo de viaje, etc. Mediante una muestra anual de encuestas a turistas que pernocten al menos una noche en el territorio. Evaluar la calidad turística de Bizkaia como destino turístico y los niveles de satisfacción de los visitantes en el ámbito de los servicios turísticos y municipales en general. Identificar puntos de actuación y coordinación que adecuen la oferta de Bizkaia a las exigencias de los demandantes actuales.	Un informe que aglutina anualmente datos sobre la oferta turística, la ocupación hotelera, los hábitos de los viajeros, las pernoctaciones, los monumentos y lugares más visitados y el grado de satisfacción de cada visitante, entre otras muchas variables.	Subdominio. El logotipo incluido en cuadro es el que se utilizó en el infoRme anual más reciente del observatorio (2016), pero se desconoce si es exclusivo del observatorio. Enlace desde la página a redes sociales:Facebook, Flickr, Twitter y Youtube.

País y Logotipo	Nombre fecha de inicio y Página web	Miembros	Objetivos - Tareas básicas	Productos	Observaciones
Estados Unidos	Pinella and Manatee Counties, Florida http://www.usf.edu/pcgs http://bluecommunity.info	Expertos, profesores y científicos, especializados en conservación del medio ambiente, turismo sustentable, relaciones públicas y gestión ejecutiva, relaciones internacionales y desarrollo de negocios, ex-Director técnico de Estándares y Plíticas Ambientales de Parques y Resorts de Disney alrededor del mundo, miembros de la Rainforest Alliance, entre otros.	Tres áreas de énfasis: sustentabilidad, reducción de desastres y gestión de vulnerabilidades, desarrollo económico a través del ecoturismo. Monitorea el impacto del turismo en partes de los condados de Pinella y Manatee, dos destinos turísticos populares en la Florida, Estados Unidos. El trabajo del Observatorio de la Comunidad Azul se centra en áreas como la satisfacción local con el turismo en el destino; Patrones de estacionalidad; Control de energía, residuos y agua; Producción de alimentos, marinas limpias, educación y políticas relacionadas con la ciencia de los límites planetarios, entre otros.	12 estrategias comunitarias para proteger el hábitat costero y ambiente marino, sección de noticias y artículos, "Earth Calling SOS" proyecto de difusión diaria ambiental,	Miembro de la Red de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT desde 2016. Es organizado por la USF Patel College of Global Sustainability (PCGs) en Florida.
Estados Unidos Montana	Institute for Tourism and Recreation Research (1987)http://itrr.umt.edu/	Ofrece algunas oportunidades para Ayudantías de Investigación para estudiantes graduados inscritos en el Departamento de Sociedad y Conservación en W.A. Franke College of Forestry and Conservation de la UM. Datos disponibles del Staff: Directora e Investigadora Principal Dr. Norma Nickerson, teléfono: (406)243-2328, correo: norma.nickerson@umontana.edu. Economista y Director Asociado Dr. Jeremy Sage, teléfono: (406)243-5552, correo: jeremy.sage@umontana.edu. Subdirector de Análisis Económico Kara Grau, teléfono: (406)243-5107, correo: kara.grau@umontana.edu.Gerente de proyectos e investigadora asociada Megan Schultz, teléfono: (406)243-6454, correo: megan.schultz@umontana.edu	Objetivos: Realizar investigaciones válidas, confiables y objetivas para la industria de turismo y recreación que ayuden a la misma a tomar decisiones informadas sobre planificación, promoción y administración. Dentro de sus tareas básicas están:Producir los estimados estatales ampliamente utilizados del total de visitación y gastos de viaje de no residentes, así como las características de los visitantes en el estado cada año, junto con la estimación anual de la contribución económica de los viajes de no residentes a la economía de Montana. Prioridades de investigación: 1) Impacto económico de los viajes de no residentes, 2) Características y gastos del visitante, 3) Impactos sociales y ambientales del turismo, 4) Planificación y desarrollo del turismo regional y comunitario, 5) Estudios de mercado de nicho, 6) Geoturismo, 7) Recreación al aire libre, 8) Viajes y Recreación Perspectiva Anual.	Sistema para construcción de reportes, noticias, informes de ubicación geográfica, informes por tema, informes económicos, gasto y visitación, boletines informativos y presentaciones.	Financiamiento Mixto Público-Privado (incluye la venta de informes según tipo de solicitud). Permite construir informes en línea, mediante una interface de consulta. Vinculación Universidad/empresa. Lleva a cabo investigaciones sobre viajes y recreación en Montana, con un enfoque principal en la encuesta de viajes para no residentes que se realiza en todo el estado.

País y Logotipo	Nombre fecha de inicio y Página web	Miembros	Objetivos - Tareas básicas	Productos	Observaciones
Estados Unidos	Pinella and Manatee Counties, Florida http://www.usf.edu/pcgs http://bluecommunity.info	Expertos, profesores y científicos, especializados en conservación del medio ambiente, turismo sustentable, relaciones públicas y gestión ejecutiva, relaciones internacionales y desarrollo de negocios, ex-Director técnico de Estándares y Plíticas Ambientales de Parques y Resorts de Disney alrededor del mundo, miembros de la Rainforest Alliance, entre otros.	Tres áreas de énfasis: sustentabilidad, reducción de desastres y gestión de vulnerabilidades, desarrollo económico a través del ecoturismo. Monitorea el impacto del turismo en partes de los condados de Pinella y Manatee, dos destinos turísticos populares en la Florida, Estados Unidos. El trabajo del Observatorio de la Comunidad Azul se centra en áreas como la satisfacción local con el turismo en el destino; Patrones de estacionalidad; Control de energía, residuos y agua; Producción de alimentos, marinas limpias, educación y políticas relacionadas con la ciencia de los límites planetarios, entre otros.	12 estrategias comunitarias para proteger el hábitat costero y ambiente marino, sección de noticias y artículos, "Earth Calling SOS" proyecto de difusión diaria ambiental,	Miembro de la Red de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT desde 2016. Es organizado por la USF Patel College of Global Sustainability (PCGs) en Florida.
Estados Unidos Montana	Institute for Tourism and Recreation Research (1987)http://itrr.umt.edu/	Ofrece algunas oportunidades para Ayudantías de Investigación para estudiantes graduados inscritos en el Departamento de Sociedad y Conservación en W.A. Franke College of Forestry and Conservation de la UM. Datos disponibles del Staff: Directora e Investigadora Principal Dr. Norma Nickerson, teléfono: (406)243-2328, correo: norma.nickerson@umontana.edu. Economista y Director Asociado Dr. Jeremy Sage, teléfono: (406)243-5552, correo: jeremy.sage@umontana.edu. Subdirector de Análisis Económico Kara Grau, teléfono: (406)243-5107, correo: kara.grau@umontana.edu.Gerente de proyectos e investigadora asociada Megan Schultz, teléfono: (406)243-6454, correo: megan.schultz@umontana.edu	Objetivos: Realizar investigaciones válidas, confiables y objetivas para la industria de turismo y recreación que ayuden a la misma a tomar decisiones informadas sobre planificación, promoción y administración. Dentro de sus tareas básicas están:Producir los estimados estatales ampliamente utilizados del total de visitación y gastos de viaje de no residentes, así como las características de los visitantes en el estado cada año, junto con la estimación anual de la contribución económica de los viajes de no residentes a la economía de Montana. Prioridades de investigación: 1) Impacto económico de los viajes de no residentes, 2) Características y gastos del visitante, 3) Impactos sociales y ambientales del turismo, 4) Planificación y desarrollo del turismo regional y comunitario, 5) Estudios de mercado de nicho, 6) Geoturismo, 7) Recreación al aire libre, 8) Viajes y Recreación Perspectiva Anual.	Sistema para construcción de reportes, noticias, informes de ubicación geográfica, informes por tema, informes económicos, gasto y visitación, boletines informativos y presentaciones.	Financiamiento Mixto Público-Privado (incluye la venta de informes según tipo de solicitud). Permite construir informes en línea, mediante una interface de consulta. Vinculación Universidad/empresa. Lleva a cabo investigaciones sobre viajes y recreación en Montana, con un enfoque principal en la encuesta de viajes para no residentes que se realiza en todo el estado.

ANEXO 2

FORMATO DE SELECCIÓN DE INDICADORES GENERALES

Poner en el paréntesis, el número (del 1 al 5) que usted consedere que es más importante**,** siendo el 1 el más importante.

- **DEMANDA ( )**

1. Número de llegadas de viajeros (turistas/excursionistas)
2. Gasto.
3. Perfil del visitante (turistas y excursionistas).
5. Grado de satisfacción y valoración del destino
6. Lealtad del visitante.
7. Número de visitantes a los principales atractivos (naturales y culturales)
8. Industria de congresos y convenciones

9 turismo de negocios

10 turismo lgtb

11 medio de transporte utilizado

12 número de llegadas por tipo de alojamiento.

- **OFERTA TURÍSTICA ( )**

1. No. de establecimientos y cuartos disponibles de hospedaje comercial por tipo y categoría.
2. Establecimientos de alimentos y bebidas.
3. Servicios.
4. Recintos para reuniones
5. Atractivos turísticos
6. Datos de actividad turística, educativa y cultural
7. Igualdad – accesibilidad.
8. Índice de confianza empresarial
9. Salud y seguridad.

- **RESULTADOS DE DESEMPEÑO ( )**

1. Personal empleado en el sector turístico.

2. Impactoeconómico
3. Beneficios económicos
4. Impacto social
5. Impacto ambiental.
6. Inversión
7. Impuestos recabados
8. Pib turístico
9. Ingreso por habitación disponible (revpar)
10. Barómetro turístio (de expectativas y resultados)

- **PROMOCIÓN ( )**

1. Imagen y marca.
2. Publicidad.
3. Participación en ferias.
4. Otras actividades (fam's, visitas de inspección, etc.)
5. Visitantes a sitio web.
6. Percepción del destino a nivel internacional.

- **OTROS ( )**

1. Indicadores genéricos.
2. Competitividad de los negocios y destinos turísticos.

FORMATO DE SELECCIÓN DE INDICADORES ESPECÍFICOS

Instrucciones

- Poner entre paréntesis, el número de la importancia que tiene para usted cada indicador, siendo el **1** el más importante y el **13** el menos importante.

- Encerrar en un círculo, de una a tres viñetas que considere de mayor importancia.

1. Satisfacción local con el turismo ( )

- Nivel de satisfacción de la comunidad - cuestionario comunitario.
- Problemas de insatisfacción. Número de quejas de los residentes.

2. Efectos en las comunidades ( )

- Existencia de plan de turismo.
- Frecuencia de reuniones comunitarias sobre turismo.
- Frecuencia de ajuste del plan de turismo.
- Número de servicios públicos disponibles para la sociedad - % atribuible al turismo.
- Porcentaje de población que cree que el turismo ha traído nuevos servicios.
- Porcentaje de la población que participa en actividades tradicionales (artesa nía, danza, costumbres, etc…)
- Porcentaje de edificios de arquitectura típica que se conservan respecto al total.
- Porcentaje de locales respecto a turistas en las ceremonias o eventos tradi - cionales.
- Porcentaje de residentes que cambian de otras actividades al turismo.
- Porcentaje de residentes que visten tradicionalmente o mantienen costum- bres locales.
- Aumento o disminución de actividades tradicionales.
- Tasa de desempleo en el periodo de temporada baja.

3. Control de actividades turísticas ( )

- Número total de turistas en lugares sensibles (playa, sitio histórico) por mes.
- Número de turistas por m2 del sitio sensible por mes.
- Número de vehículos por minuto (botes, autos, 4x4, etc. en sitios protegi- dos como manglares, ríos, senderos).
- Porcentaje de la capacidad total visitantes del sitio que es utilizado por mes.
- Porcentaje de turistas que piensan que el sitio está muy lleno.

4. Creación de circuitos y rutas ( )

- Cantidad de infraestructura.
- Número de fondos para operar la ruta o circuito.
- Monto gastado en marketing del circuito.
- Número de comunidades o pueblos que participan en el circuito.
- Porcentaje de representación de las comunidades en la toma de decisiones.
- Número de accidentes en la ruta.

- Número de visitantes en la ruta o circuito.
- Número de visitantes en temporada alta.
- Porcentaje de turistas en la región atraídos por la ruta.
- Promedio de paradas por turista en la ruta.
- Número de noches en cada parada (promedio).
- Calculo de derrama económica generada por la ruta.

5. Manejo de grandes eventos ( )

- Número de eventos al año, (deportivos, culturales, congresos, convenciones).
- Número de participantes.
- Existencia de plan de gestión de participantes.
- Número de espectadores.
- Porcentaje de aumento en la generación de desechos.
- Número de personal de seguridad.
- Número de incidentes durante el evento.
- Número de atenciones médicas durante el evento.
- Porcentaje de aumento de vehículos.
- Porcentaje de participantes que usan transporte público.
- Número de eventos al año que cuentan con política de impacto 0.

6. Cruceros ( )

- Número de cruceros al año.
- Número de turistas de crucero al año.
- Gasto promedio de turistas de crucero.
- Número de empresas de cruceros.
- Ingreso anual por cabotaje.
- Número de incidentes de descargas de aguas sucias.
- Ocupación promedio de los cruceros.
- Porcentaje de atractivos del destino que visitan los cruceristas.
- Precio promedio por día de crucero.
- Número de empleos atribuibles a las actividades de cabotaje y cruceros.
- Inversión anual en infraestructura para cruceros.
- Porcentaje de cruceros que informan adecuadamente a sus turistas sobre el destino.

- Volumen de basura que se acepta del crucero.
- Cobro por unidad de volumen de basura.
- Duración promedio de los barcos en el puerto.

7. Conservación del patrimonio arquitectónico ( )

- Porcentaje de edificios catalogados como patrimoniales.
- Fondos anuales destinados a la conservación del patrimonio construido.
- Cantidad de contribuciones de turistas para la conservación del patrimonio.
- Costo anual de reparaciones del patrimonio construido.
- Porcentaje de edificios históricos restaurados.
- Porcentaje de calles peatonales.
- Porcentaje de áreas públicas abiertas (parques, plazas, etc.).
- Gasto anual en mantenimiento de plazas y edificios públicos.
- Número de tours ofrecidos en la ciudad.
- Número de museos en la ciudad.
- Número de restaurantes.
- Número de tipos de comida ofrecidos.
- Porcentaje de turistas que asisten a espectáculos, conciertos, teatro etc.

8. Acceso a los bienes locales ( )

- Acceso a atractivos locales gratuito para los locales.
- Frecuencia de visitas de locales a los atractivos.
- Costo de acceso expresado en salarios mínimos.
- Percepción de cambio en la accesibilidad a causa del turismo (encuesta).
- Número de quejas de locales por barreras al acceso.

9. Ecosistemas frágiles ( )

- Existencia de áreas protegidas.
- Dimensión de las zonas protegidas por año (m2).
- Número de turistas por m2.
- Población de especies principales.
- Tasa de éxito en reproducción de especies clave.
- Costo / inversión en protección ambiental.

- Contribución del turismo en protección ambiental.

10. Mitigación del cambio climático ( )

- Valor estimado de la infraestructura turística en la zona costera.
- Valor estimado de los daños en infraestructura en la zona costera por inundaciones y huracanes.

11. Calidad del agua de mar ( )

- Nivel de contaminación del agua del mar (coliformes, bacterias).
- Nivel de contaminación del agua del mar (Metales pesados).
- Número de días de playa cerrada por contaminación.
- En caso de no contar con análisis de laboratorio.
- Número de peces o aves muertas en la playa.
- Conteos de especies vulnerables (esponjas, coral, erizos).
- Percepción de los turistas de la calidad del agua.

12. Estado de playas ( )

- Porcentaje de zonas costeras degradadas.
- Costo anual de reparaciones en las zonas degradadas.
- Cambio anual del tamaño de playa perdida/ganancia anual de área de playa.
- Costo de mantenimiento / limpieza de playas.
- Número de buzos en zona de arrecife al día.
- Número de empresas de buceo.
- Número de empresas de buceo que aplican medidas protectoras del coral.

13. Contaminación del aire ( )

- Número de días en que la calidad del aire está por debajo del estándar de limpieza.
- Número de enfermedades respiratorias.
- Percepción de la calidad del aire por parte de los turistas.
- Número de alertas por la calidad del aire en guías y publicaciones.
- Costo de limpieza de edificios públicos y sitios culturales al año.

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (conacyt)
Gobierno del Estado de Yucatán

Secretaría de Fomento Turístico (sefotur)
Universidad Autónoma de Yucatán (uady)
Facultad de Ciencias Antropológicas
Licenciatura en Turismo

Universidad Tecnológica Metropolotana (utm)
Universidad Tecnológica del Poniente (utp)
Universidad marista de Mérida (umm)

Observatorio turístico de Yucatán. Procedimientos y estudios específicos
se imprimió en los talleres de
Compañía Editorial de la Península, S.A. de C.V.
calle 38 No. 444 C x 23 y 25 colonia Jesús Carranza
Mérida, Yucatán, México
Tel. (999) 9266153
cepsaeditorial@gmail.com

El tiraje fue de 1000 ejemplares.
Para los interiores se usó papel cultural de 50 kilos
y para la cubierta, cartulina sulfatada de 14 puntos.
Se termino en agosto de 2018
Impreso en Mérida, México.
Printed in Merida, Mexico.

Ante la creciente demanda de los sectores público, privado, académico y social para conocer de manera actual y veraz, la información y las tendencias de la actividad turística en el Estado, para contar con elementos que permitan tomar decisiones relacionadas con la inversión, la creación de empleos o el desarrollo de nuevos productos, entre otros, se tienen propuestas como la que se presenta en este libro, la cual, es fruto de iniciativas de instancias públicas como el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, la Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán y universidades participantes tales como la Autónoma de Yucatán, líder del proyecto, la Tecnológica Metropolitana, la Marista de Mérida y la Tecnológica del Poniente, quienes, sumando esfuerzos y recursos, han auspiciado la elaboración de un proyecto denominado "Diseño del Observatorio Turístico de Yucatán e Implementación del Sistema de Información Turística", cuyo objetivo final es sustentar con información y conocimiento, las acciones relacionadas con el turismo y con su difusión.

Este documento, aborda tanto los aspectos medulares, teóricos y metodológicos, de la propuesta mencionada, como algunos estudios que corresponden a segmentos turísticos específicos del Estado de Yucatán, tales como, el de *Perfil y grado de satisfacción turística* y el de *Turismo de reuniones*, todo lo cual estuvo a cargo de investigadores y becarios adscritos al proyecto mencionado.

ISBN: 978-607-8527-64-9