

Observatorio turístico del estado de Puebla

M. Rodríguez, J. Perea, B. Herrera y V. Carrasco

M. Rodríguez, J. Perea, B. Herrera y V. Carrasco
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Administración BUAP. Ciudad Universitaria,
Edificio 113 C, Av. San Claudio. San Manuel. C.P. 72570
yolyturismobuap@yahoo.com.mx

M. Ramos.,V.Aguilera,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de
Santiago, Guanajuato, 2013.

Abstract

The attention to tourist activity is imperiously motivated for the influence that this sector has in economy, society and ecology in the national scope.

Aware of this, the Secretary of Tourism in the State of Puebla, (SECTUREP) named the Benemérita Universidad Autónoma of Puebla (B.U.A.P.) through Business Administration Academic Group, Tourist Administration, management of Tourist Administration, Governance and Development; in 2012 for the creation of the Tourist Observatory in the State of Puebla.

Now a days, only three states in our country have this essential tool, they are Puebla, Guanajuato and Baja California. We hope next years be obligatory the Tourist Observatory to benefy people interested in tourist activity.

Tourist Observatory must generate information to improve and make more efficient the processes of tourist planning, to guide, promote strategies as well as the design of products, and in general achieve tourist destination be more competitive.

This proposal includes a methodology that takes as reference, indicators, to contribute for an efficient dynamic in tourist sector in Puebla.

10 Introducción

El turismo, desde sus antecedentes e inicios representó una oportunidad como generador de ingresos a través de los distintos negocios que se crearon, tradicionalmente se ha visualizado desde la perspectiva socio-económica.

Hoy son múltiples los enfoques de la actividad, desde la sociología, el turismo es una actividad de ocio que otorga a las sociedades oportunidades de crecimiento y desarrollo personal (Boullón,1999); y desde la antropología, provee al ser humano la oportunidad de aprender y sensibilizar sobre la cultura y las que conoce a través del viaje.

En el análisis del fenómeno turístico se han propuesto diferentes enfoques para la interpretación de los destinos: desde la perspectiva geográfica territorial o desde la perspectiva económico -social (Sancho, et al., 2007) Desde cualquier enfoque en que el análisis se realice, la generación, análisis, estudio e interpretación de los indicadores es una necesidad y una realidad impostergable para cualquier territorio que se ostente como destino turístico.En Puebla, el sector turístico se orienta de manera formal en la estructura principal del gabinete desde 1996, fecha en que fue creada la Secretaría de Turismo, antes de esta, existió una dirección de turismo que de manera conjunta con las entonces reconocidas delegaciones de turismo del nivel federal, organizaban y dirigían las acciones y políticas públicas de la actividad turística.

En consecuencia de los logros en el crecimiento turístico de la entidad, (8,432,866 visitantes con una derrama económica de 7,504,781,857 millones de dólares en 2012 y una variación porcentual de 1.1% con respecto de 2011) (SECTUREP,2013) se ha motivado a la medición del impacto de ésta en el estado, por lo antes expuesto la Secretaría de Turismo del estado de Puebla después de evaluar varias opciones para la construcción del Observatorio Turístico de Puebla, se decidió por la Benemérita Universidad del Estado de Puebla (BUAP) a través del Cuerpo Académico de la Facultad de Administración, Licenciatura en Administración Turística. Turismo: Gestión, Gobernanza y Desarrollo.

El observatorio turístico debe concebirse no sólo como una herramienta para registrar información, sino como un proceso continuo, dinámico de registro de datos para generar información precisa y confiable que posteriormente pueda ser analizada por los que toman decisiones.

Objetivo:

Diseñar una herramienta sistemática para evaluar el comportamiento, la evolución y las tendencias del turismo en el estado de Puebla, que permita generar información puntual, oportuna y precisa para la adecuada toma de decisiones intersectoriales, a través del análisis de los indicadores del sector turismo.

Objetivos específicos:

Subsanar los déficits actuales de información de las dinámicas del sistema turístico en Puebla.

Analizar la información sobre el comportamiento de indicadores y tablas: oferta turística, demanda turística, infraestructura, política pública y competitividad para conocer la posición de los destinos turísticos en Puebla a través de sus resultados.

Dotar a operadores y dependencias públicas y privadas de un instrumento informativo y de seguimiento del mercado turístico para que orienten adecuadamente sus productos y servicios a través de instrumentos de difusión de la información generada, de manera impresa y electrónica.

Contribuir a optimizar el desarrollo de las estrategias de comercialización de productos y servicios turísticos, para hacer más competitivos los destinos turísticos de Puebla a través de la generación de información por segmento de mercado.

10.1 Metodología

El trabajo de investigación es de tipo transversal y experimental pues tendrá una duración de un año a partir de la fecha de inicio de operación, 15 de Agosto del año 2012.

Tiene como beneficiarios directos a las autoridades federales, estatales y municipales, gremios del sector, empresas de servicios turísticos, grupos y asociaciones con intención de organizar eventos dentro del turismo de reuniones entre otros tipos de turismo, instituciones de educación superior y turistas.

En paralelo al presente proyecto se creó el Registro Estatal de Turismo (RET), parte del cual aportará información sobre prestadores de servicios turísticos, generada por este.

La realización de este proyecto es diseñada por el Cuerpo Académico de la Licenciatura en Administración Turística (CAT), apoyado por estudiantes de la misma en colaboración a la SECTUR Puebla.

Los municipios incluidos en la fase inicial del Observatorio Turístico, se encuentran en el apartado de información primaria que se menciona más adelante.

Como instrumento de medición se utilizó un cuestionario dirigido a los visitantes y se presenta en el anexo I, al final de este documento.

Número de empleos generados:

Se generarán 64 empleos directos, de los cuales 42 se darán en la primera etapa: 10 investigadores, 3 técnicos, 1 soporte administrativo, 50 encuestadores, además de los empleos indirectos.

Se diseñará una metodología específica para determinar lo siguiente: indicadores, cuadros estadísticos, reportes, encuestas y plataforma web; los cuales reflejarán las actividades del sector turístico en Puebla.

Se Capacitará al personal de manera eficiente y continua para que se logre la correcta aplicación de la metodología.

Se llevará a cabo la sensibilización de los actores del sistema turístico del estado.

Así como la aplicación, recopilación, clasificación e interpretación de la información de manera precisa y oportuna.

Técnicas de acopio de información:

Se establecerá el tipo de información (primaria y secundaria) requerida, así como la definición de las distintas variables que se utilizarán.

Una vez determinadas las necesidades específicas de información, se trabajará con las variables que sirvieron como referencia para la elaboración de ese diagnóstico.

- Información primaria:

La metodología que se utilizará es la elaboración de un diagnóstico de carácter cuantitativo, basado en el análisis de encuestas realizadas en los organismos del sector turismo. A través de esta investigación, los datos que se obtengan mediante el estudio se extrapolarán al conjunto del sector turístico.

El objetivo de esta técnica de investigación es la búsqueda de una representatividad estadística, para la realización del estudio se aplicarán encuestas realizadas tanto a los visitantes del territorio, al sector empresarial turístico, así como a museos y oficinas de información turística de los municipios participantes: Puebla- Cholulas (San Pedro y San Andrés)-Atlixco, Cuetzalan, Zacatlán-Chignahuapan, Pahuatlán, Tehuacán, Huauchinango. Estas poblaciones representan los municipios de mayor vocación turística en la entidad, ya que son poseedores de importantes atractivos turísticos, un número significativo de oferta turística así como la infraestructura necesaria para su desarrollo y promoción. En una segunda etapa del Observatorio turístico se incluirán otros 65 municipios.

Las encuestas a turistas serán de forma presencial, mientras que las encuestas al sector turístico empresarial serán telefónicas y presenciales. Se monitoreará las temporadas de vacaciones de diciembre y semana santa 2013, con los resultados obtenidos se llevará a cabo la elaboración de fichas por indicador, y se generarán los reportes respectivos.

- Información Secundaria

Las fuentes secundarias serán aquellas que nos apoyarán en las necesidades de información detectadas durante la ejecución del proyecto. Entre otra muchas serán consultadas principalmente las siguientes:

- Censos de empresas turísticas (SIIMT).
- DATATUR.
- Travel and Tourism Index.
- Bases de datos estadísticas (INEGI).
- Organismos oficiales (SECTUR, Barómetro OMT).
- Instituto de competitividad (IMCO).
- Cuenta Satelital.
- Programa “Pueblos Mágicos”.
- Agenda 21 para el Turismo Mexicano.

- Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).

10.2 Desarrollo del proyecto

Los Observatorios Turísticos se ponen en marcha con la intención de:

- Obtener datos en tiempo real sobre el estado y coyuntura turística de cada nivel territorial (nacional, regional y municipal).
- Suministrar información a la totalidad de los agentes turísticos que actúan en dicho nivel.

Contexto en el que surgen: Desconocimiento de la realidad del turismo a escala regional y local.

Escasez de fuentes de información suficientemente desagregadas :

Utilidad:

Los Observatorios tienen como objetivo central el conocimiento en profundidad de las múltiples variables del fenómeno turístico.

Conocimiento básico para la administración pública en el diseño y desarrollo de planes y programas de actuación sobre turismo.

Desde la perspectiva de la empresa privada, ayudan a conocer los cambios en la demanda turística, permitiendo una rápida adaptación de las estrategias competitivas de la oferta turística del destino.

De forma paralela, ayudan a interiorizar las innovaciones introducidas por los creadores y comercializadores de viajes.

Lo antes expuesto constituye la razón fundamental que hizo surgir la necesidad de definir una serie de indicadores para el análisis y evaluación de la actividad turística de nuestro estado, como son: competitividad y desarrollo humano; y los indicadores básicos de la actividad turística: afluencia turística, variación porcentual de la afluencia turística, derrama económica, variación porcentual de la derrama económica, ocupación hotelera, variación porcentual de la ocupación hotelera.

Primera Fase del proyecto:

La investigación se realizó en la Ciudad de Puebla, Puebla, en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla en la Facultad de Administración, licenciatura en Administración turística a través de su Cuerpo Académico (CAT) con apoyo de estudiantes que realizan su Servicio Social.

Se aplicaron 600 encuestas en la ciudad de Puebla, 200 en el municipio de Tehuacán, 150 respectivamente en los municipios de Atlixco, Cuetzalan, Chignahuapan, Zacatlán y Huauchinango, 100 en las Cholulas (San Pedro y San Andrés) y Pahuatlán, en los periodos vacacionales de diciembre y en Semana Santa. Con el fin de conocer el perfil del visitante que es básico para planear estratégicamente y para la toma más acertada de decisiones

Figura 10 Cuestionario aplicado



Perfil del Visitante



GOBIERNO DEL ESTADO DE PUEBLA
SECRETARÍA DE TURISMO
PERFIL Y GRADO DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE

FOUC:

CIUDAD DE PUEBLA

- 1- Procedencia: Nacional Etranjero País y Estado ó Ciudad: _____

- 2- Sexo: Masculino Edad _____ años
Femenino

- 3- ¿Con quién realizó este viaje? (**marque sólo una opción**)
 a) Solo(a) c) Con amigos e) Otro
 b) Con la familia d) Con familiares y amigos

- 4- ¿Cuál fue el motivo de su visita?
 a) Descanso o placer f) Compras personales
 b) Negocios o trabajo g) Salud
 c) Visita a familia y/o amigos h) Religión
 d) Académico - Estudios i) Viaje de incentivos
 e) Convención j) Evento

- 5- ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a Puebla?
 a) Avión _____ (aerop. de Huejotzingo) c) Ferrocarril e) Automóvil arrendado
 b) Autobús d) Automóvil particular f) Otro ¿cuál? _____

- 6- ¿Cuánto tiempo permanecerá o permaneció en este destino?
 a) Solo estancia diurna d) Tres noches
 b) Una noche e) De 4-10 noches
 c) Dos noches f) Más de 10 noches

- 7- ¿En dónde se hospedó? (**Si solo fue estancia diurna pasar a la siguiente pregunta**)
 a) Hotel _____ de _____ estrellas (Si desconoce la categoría favor de proporcionar el nombre) _____
 b) Con Familiares o Amigos
 c) Hotel f) Departamento o Casa Rentada
 d) Villas y Cabañas g) Casa de Huéspedes
 e) Motel h) Departamento o Casa Propia

- 8- Durante su estancia en Puebla, ¿cuáles de los siguientes sitios ha visitado:
 a) Catedral h) Barrio del Artista n) Afri cam
 b) Convento de Santa Mónica i) Calle de Dulces Típicos ñ) Perlán
 c) Convento de Santa Rosa j) Biblioteca Palafoxiana o) Pinoteca Bello
 d) Iglesia de Santo Domingo k) Zona Arqueológica Cholula p) Museo Amparo
 f) Fábrica de Talavera l) Casa de los Hnos. Sierdén q) Los Sapos
 g) Fuertes de Loreto y Guadalupe m) Iglesia de San Francisco r) Tianguis Artesanal/Inlco

www.observatoriopuebla.org

Elementos que contiene el Observatorio Turístico de Puebla: Contiene ocho pestañas que incluyen los siguientes puntos: Inicio, Boletín, Indicadores, Capacitación y Certificaciones (C&C), Perfil del Visitante, Recursos, Publicaciones, Contacto.

10.3 Resultados

El uso de la tecnología moderna es un fenómeno global; el número de teléfonos móviles se está aproximando al número de la población mundial.

En 2013 más de 2700 millones de personas utilizan internet (39% de la población mundial) (Telecommunication, 2013).

Europa es la región con mayor tasa de penetración de internet en el mundo (75%), seguido por las Américas (61%).

En la actualidad las redes sociales forman parte de la experiencia turística antes, durante y después de su viaje. Por lo cual tenemos que estar en contacto donde están los consumidores, las redes sociales son indispensables para la promoción; 300 millones de fotografías son cargadas en Facebook por día.

El 40% de las reservaciones de viajes de turismo son efectuadas por los norteamericanos vía online.

Los países BRIC (Brasil, Rusia, India, China), como países con un fuerte desarrollo económico se encuentran impulsando el turismo mundial; Estos países tienen el 40% de la población mundial.

El conocimiento es factor clave para la competitividad y para la sustentabilidad de destinos y empresas turísticas en el turismo mundial.

El mundo es más globalizado, más competitivo, más interconectado y en constante cambio; la actuación de un observatorio turístico debe estar basada en observar, estudiar y monitorear, con el objetivo central de informar y orientar, dando como resultado proporcionar conocimiento para una mayor competitividad de destinos y empresas, así como posibilitar informaciones para mejorar la calidad de la oferta y los servicios turísticos, dando como resultado apoyar la toma de decisiones de los turistas y de los empresarios.

A seis meses de su operación los resultados inmediatos han sido positivos y congruentes, ya que este instrumento está permitiendo posicionar al estado de Puebla como destino turístico.

10.4 Conclusiones

El estado de Puebla cuenta con un conjunto de recursos naturales y culturales, con un centro histórico considerado como el más grande de América Latina, poseedor con las de 2600 monumentos catalogados, una importante infraestructura de alojamiento la cual le ha permitido un aumento sustancial de visitantes del 22%; con una ocupación hotelera del 50.23%.

Los principales mercados emisores de turistas nacionales han sido el Distrito Federal/Estado de México, Veracruz, Oaxaca y Jalisco. En el rubro de los mercados emisores de visitantes extranjeros, el mayor afluente es Estados Unidos, España y Colombia.

El estado de Puebla es poseedor de siete pueblos mágicos, lo que aporta un producto turístico diversificado.

Teniendo en cuenta que las áreas claves de un observatorio turístico deben ser: global e integrador, funcional y comunicable, prospectivo, dinámico y universal; el proyecto del observatorio turístico de Puebla se considera como una importante herramienta de consulta y mercadotecnia para los turistas nacionales e internacionales, prestadores de servicios turísticos, investigadores y alumnos.

A seis meses de su implantación y funcionamiento el avance del proyecto representa un 75% teniendo en cuenta que su culminación será en el mes de octubre.

El observatorio turístico del estado de Puebla, en unión con los de Guanajuato y Baja California son pioneros en la utilización de las TIC's para la promoción de los mercados turísticos, haciendo de ello una ventaja competitiva en el mercado global.

10.5 Referencias

Acerenza , M. (2006). *Funcionamiento y Organización Institucional del Turismo*. México: Trillas.

Berumen, S. (2006). *Competitividad y desarrollo local*. España.

Boullón , R. (1999). *Planificación del Espacio Turístico* (2a. ed.). México: Trillas.

López L. L., Rodríguez O. Y. (2009) "Competitividad Turística" *Política y Administración para el Desarrollo*. Puebla, Pue. Año XI no. 11, julio-diciembre 2009. Pags. 131-147: BUAP.

Maccagno, P. (2006). *La contrucción de un sistema nacional de indicadores de desarrollo sostenible: Lecciones, lecciones, técnicas y políticas*. Santiago de Chile: FODEPAL.

Sancho, A., Gracia, G. et. al. (2007). Comparativa de Indicadores de Sostenibilidad para Destinos Desarrollados, en Desarrollo y con Poblaciones Vulnerables. *Annals of Tourism Research en Español* , Vol.9 (1), 150-176.

Sectur. (2012). <http://datatur.sectur.gob.mx>. Recuperado el 09 de 07 de 2012, de http://datatur.sectur.gob.mx/wb/datatur/datatur_informa

Sectur. (2013).

<http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/FortalezasDebilidadesTurismo.pdf>

Recuperado el 05 de 07 de 2013.

Troitiño, M. (2007). Observatorio Turístico del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. España.