

Observatorios turísticos: un análisis conceptual.

Tourist observatory: a conceptual analysis.

Autores: Dra. C. Bisleivys Jiménez Valero¹

Lic. Lidia Esther Alea Díaz²

Lic. Yanisel Alfonso González³

Lic. Adaysis Rodríguez Novo⁴

¹ Doctora en Ciencias Técnicas, Máster en Gestión Turística, Ingeniera Industrial, Profesora Auxiliar del Departamento de Economía y Turismo de la Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos". E-mail: bisleivys.jimenez@umcc.cu. Teléfono: 256890. CP: 40100. Ciudad de Matanzas, Cuba.

² Licenciada en Turismo. Adiestrada en el departamento de recepción del hotel Sol Palmeras. Teléfono: 667009. CP: 40100. Ciudad de Matanzas, Cuba.

³ Licenciada en Turismo. Adiestrada en el área de gastronomía del hotel Cuatro Palmas. Teléfono: 667040. CP: 40100. Ciudad de Matanzas, Cuba.

⁴ Licenciada en Turismo. Adiestrada en el departamento de recursos humanos del hotel Palma Real. E-mail: personal2@palmareal.gca.tur.cu. Teléfono: 612893 CP: 40100. Ciudad de Matanzas, Cuba.

Resumen:

El material pretende emitir una versión actualizada del concepto de observatorio turístico, mediante el análisis de conceptos dados por diferentes autores al término en cuestión. Para ello se realiza además el análisis de destino turístico y observatorio. En correspondencia con ello, se expone de manera sintética las dimensiones que abordan los diferentes observatorios turísticos mundiales, así como el grado de presencia de cada una de estas dimensiones como fuente de información de los destinos turísticos.

Palabras Clave: observatorio turístico, destino turístico, información turística.

Summary:

The material has the intention to expose an up to date version of the concept of tourist observatory, by means of the analysis of concepts given by different authors to the term in question. For this is also carried out the analysis of tourist destination and observatory. In correspondence with it, it is exposed in a synthetic way the dimensions that approach the different world tourist observatories, as well as the grade of presence of each one of these dimensions like source of information of the tourist destinations.

Keys words: tourist observatory, tourist destiny and tourist information.

INTRODUCCIÓN:

El conocimiento científico y tecnológico es uno de los principales motores del desarrollo social y económico en el mundo. Esta situación, vinculada de cerca con los procesos de globalización, impulsa y propicia a los gobiernos a reconocer la importancia que tiene contar con información confiable y actualizada, lo cual reclama la complejidad del momento presente, caracterizado por la necesidad de encontrar nuevos senderos que conduzcan hacia un proceso de desarrollo sostenible y equitativo. Para ello, se deben movilizar las capacidades científicas y tecnológicas endógenas. Los observatorios turísticos pasan a ocupar un lugar cimero en esta necesidad de gestionar la información, máxime para los destinos turísticos que necesitan mantener y actualizar la información contenida de cada una de sus estructuras endógenas. La gestión de la información en los destinos turísticos necesita de estructuras que soporten, actualicen y emitan criterios al respecto para la posición de cada uno de ellos. En correspondencia necesita personal preparado así como infraestructura tecnológica que soporte el manejo y tratamiento de la información. El observatorio turístico permite el seguimiento de indicadores establecidos con el fin de conocer las debilidades y fortalezas que presenta el sector turístico y llevar a cabo estrategias de mejora, así como, pronosticar el futuro. Su trabajo implica ejercer una intermediación procesual efectiva entre los requerimientos de información, innovación, gestión y las capacidades del sector para trabajar y generar soluciones. Los observatorios turísticos permiten monitorear todos los subsistemas de un destino determinado.

MÉTODOS:

La lógica utilizada para desarrollar el análisis conceptual del término observatorios turísticos sigue la estructura siguiente:

Paso 1: Búsqueda de la información. Para ello se realiza una búsqueda de la literatura relacionada con el término, observatorios, observatorios turísticos, destinos turísticos, evaluación de los destinos turísticos, entre otros.

Paso 2: Análisis y selección de la información. Mediante los métodos de inducción-deducción, análisis y síntesis, reflexión y pensamiento lógico, se determinan los elementos fundamentales referidos a observatorios turísticos, sus funciones, sus objetivos y sus características esenciales, así como las dimensiones que lo componen.

Paso 3: Procesamiento de la información. Se emplean diferentes herramientas como la distribución de frecuencias, el tarjado, la matriz de conceptos, el gráfico de barras, entre otros para

determinar los elementos fundamentales en el concepto, así como las dimensiones que lo componen.

Paso 4: Análisis de los resultados obtenidos. Se exponen los resultados obtenidos a partir de la utilización de las herramientas expuestas en el paso anterior.

RESULTADOS OBTENIDOS:

Los destinos turísticos son la suma de los distintos productos turísticos ofrecidos por una determinada región geográfica delimitada, que al mismo tiempo se complementan y compiten entre sí. Los bienes y servicios, los recursos, y las infraestructuras y equipamientos, generalmente, son compartidos por los distintos productos turísticos de un mismo destino. Para que un destino turístico pueda ser considerado como tal y no simplemente como la suma de productos aislados, es fundamental una gestión y una imagen de marca conjunta de dicho destino.

Se entiende por destino turístico, la suma de los distintos productos turísticos ofrecidos por una determinada región geográfica delimitada, que al mismo tiempo se complementan y compiten entre sí. Los bienes y servicios, los recursos, y las infraestructuras y equipamientos, generalmente, son compartidos por los distintos productos turísticos de un mismo destino. Para que un destino turístico pueda ser considerado como tal y no simplemente como la suma de productos aislados, es fundamental una gestión y una imagen de marca conjunta de dicho destino.

Autores como Bigné Font (2000) [1], Pons García y Martínez Martínez (2004) [2], Valls Pasola (2004) [3], Perelló Cabrera (2006) [4], Mata García (2010) [5] definen destino turístico. Para determinar de manera general su conceptualización se realiza un análisis de sus definiciones a partir de una tabla de distribución de frecuencia, de la cual se obtiene que, son un *espacio geográfico determinado que atrae a turistas por sus atractivos naturales y una variada oferta de productos turísticos que están diseñados para satisfacer las necesidades de los clientes donde se les ofrece una experiencia integradora.*

Los observatorios surgen por la necesidad de conocer y estudiar en profundidad un sector determinado. Larousse (2005) [6], lo define como lugar apropiado para observar; centro equipado para efectuar observaciones astronómicas, meteorológicas o sismológicas. Existen diferentes tipos de observatorios, tales como: de inmigración, ecoturísticos, económicos, culturales, solares, de mercados, históricos, ornitológicos, idiomáticos, estadísticos, mercados laborales, transfronterizos para la sostenibilidad, de mariposas, entre otros.

Son dispositivos de observación creados por organismos públicos o privados para acompañar la evolución de un fenómeno o tema estratégico tanto en el tiempo como en el espacio. Sus acciones consisten en monitorear indicadores y analizar el desarrollo en el ámbito social, económico, ambiental y cultural, de manera amplia o focalizada en temas específicos. En el origen de un observatorio debe existir una problemática que pueda ser traducida en forma de objetivos que permitan definir indicadores cuyo cálculo precise de la integración de datos y permita la obtención de conclusiones.

Constituyen además, una fuente de información para la generación de conocimiento (Viana de Melo, 2009) [7]. Son estructuras dinámicas de trabajo y actualización de la llamada investigación aplicada. Parten de cuestiones permanentes, recurrentes o emergentes en determinada área, dichas cuestiones demandan esfuerzos de validación sistemática y continua por medio de la búsqueda, tratamiento y organización de la información, que busca siempre el análisis y consolidación de las realidades estudiadas (Barros, 2007) [8]. Una función más explícita para los observatorios es: producir y gestionar la información (Bittencourt, 2006) [9].

Un observatorio es una importante herramienta a utilizar en cualquier rama de la economía, pues permite el seguimiento de indicadores establecidos con el fin de conocer las debilidades y fortalezas que presenta un sector determinado y llevar a cabo estrategias de mejora, así como, pronosticar el futuro. Su trabajo implica ejercer una intermediación procesual efectiva entre los requerimientos de información, innovación y gestión, y las capacidades del sector para trabajar y generar soluciones.

Existen diversas definiciones de Observatorio Turístico formuladas por autores como: Observatorio Turístico de Córdoba (2001) [10], Staffolani (2004) [11], Observatorio Turístico de Cataluña (2005) [12], García Cecilia (2006) [13], MINTUR (2007) [14], Alvarado *et. al* (2009) [15]. A partir del análisis realizado mediante una matriz de conceptos, se puede afirmar que los observatorios turísticos constituyen una herramienta gerencial para procesar y generar información, dirigida a potenciar la competitividad y sostenibilidad del turismo y que permita la efectividad del proceso de toma de decisiones y la orientación estratégica de un destino turístico.

Un Observatorio Turístico debe desempeñar por ello un papel fundamental como elemento que impulse y socialice diferentes acciones en pro del crecimiento del turismo, que toma en la región la importancia de ser un órgano independiente habilitado con pleno conocimiento para soportar los planes adoptados en el sector.

Resulta de vital importancia la incorporación de dichos observatorios como un instrumento de alcance y mejora continua que posibilite la gestión y transparencia de la información que se

necesita para que un destino tenga éxito. La dinámica y las tendencias actuales del sector turístico, a nivel mundial, son abrumadoras y apuntan hacia un estudio evolutivo, cualitativo y cuantitativo; con el objetivo fundamental de reconocer el pasado, identificar y vivenciar el presente, así como pronosticar y diseñar el futuro.

En el mundo se realizan observatorios en el sector del turismo, pero no todos manejan la misma información, no la procesan de la misma forma, dependen de las condiciones, intereses y características de los países. En la región europea se destacan en España: Ciudad de Málaga, Patronato Provincial de Turismo de Granada, Ciudad de Córdoba, Costa Daurada, Provincia de Jaén, Valencia, Melilla, Cataluña, Pamplona, Navarra, Guadalajara, Alicante y el de la UNESCO sobre Turismo y Diversidad Cultural ubicado en Francia. En el Caribe se encuentran en Costa Rica: ObdeTUR-Cartago y el Costarricense; Cuba; en México: Puebla, Cancún, Guadalajara y Guanajuato. En América del Sur se localizan en Argentina: Córdoba y Observatur; en Chile el del Coquimbo, en Colombia: Departamento del Cauca y el de Calvia; el del Perú y Uruguay, entre otros.

Algunas de las ventajas que ofrece un observatorio turístico son:

- ❖ Contar con información actualizada sobre las principales variables de la oferta turística del destino.
- ❖ Conocer las características de cada visitante.
- ❖ Conocer las tendencias turísticas tanto nacionales como internacionales.
- ❖ Evaluar la calidad turística del destino y los niveles de satisfacción de los visitantes en el ámbito de los servicios turísticos y municipales en general.
- ❖ Establecer comparaciones con otros destinos competidores.
- ❖ Fortalecer los puntos que constituyan debilidades para el destino.

De esta forma, se convierten en sistemas completos al servicio de los empresarios del turismo y de las comunidades locales y actúan como soporte fundamental para el desarrollo turístico y la diversificación de la oferta turística nacional con la búsqueda de un incremento de los mercados, con particular atención a los segmentos de alto poder adquisitivo.

Para la creación de un observatorio turístico se deben tener en cuenta tres (3) aspectos fundamentales:

1. Deben estar adscritos a una universidad o institución.

2. Poseer una estructura independiente.
3. Nunca deben radicar dentro del ministerio o institución gubernamental.

Además, debe contar con una organización interna conformada por Centros de Información Turística, Ministerio del Turismo, página web, revistas, analistas y un especialista que monitoree la información.

Dentro de los principales objetivos de un observatorio turístico se encuentran:

- ❖ Analizar los datos relativos al turismo, que sean recopilados desde diversas fuentes y proporcionen informes y resúmenes de calidad adecuados para la toma de decisiones más rápida y eficaz.
- ❖ Evaluar 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.
- ❖ Establecer indicadores de inclusión económica que permitan visualizar el impacto de las políticas y estrategias de la actividad turística.

Finalmente, el objetivo común que persigue un Observatorio Turístico es potenciar la competitividad y el posicionamiento del destino y el producto turístico de una nación, región, provincia o municipio (García Cecilia, 2006).

A nivel mundial, los observatorios turísticos manejan una serie de información que le permiten generar datos, investigar e intercambiar experiencias a partir de la realización de la evaluación detallada de los diferentes indicadores que cada una de éstas poseen en sí, para elaborar estadísticas que expongan el comportamiento de variables turísticas específicas y su impacto en el medioambiente.

Estos aspectos que trabajan dichos observatorios, facilitan la búsqueda y clasifican la información de acuerdo al tema que se pretenda abordar. Entre ellas se destacan:

- ❖ Económica: Se vincula con la capacidad productiva y con el potencial económico de los territorios, visualiza desde una perspectiva multisectorial que involucra las interfaces de las actividades primarias con aquellas propias del procesamiento y el comercio y con el uso que se hace de los recursos naturales. Valora variables como la producción de bienes y servicios, provisión de bienes estatales, servicios públicos, servicios ambientales, empleo de población económicamente activa, entre otras.

- ❖ Cultural: es parte integrante del sistema de turismo. La política turística en la esfera de la cultura tiene como objetivo fundamental lograr que a través del turismo se expresen las diferentes manifestaciones de la cultura nacional, que contribuyen al origen de la unión entre ambas actividades. Incluye manifestaciones culturales (música, danza, artes plásticas, teatro, artesanía), las tradiciones culturales como fiestas y actividades típicas, la gastronomía típica, creencias religiosas, folclor; el patrimonio arquitectónico histórico con sus museos y sitios de carácter histórico cultural; los centros culturales con sus centros recreativos, galerías, bibliotecas, Casas de la Cultura y Casas de la Música y las personalidades locales.
- ❖ Ciencia y Tecnología: Tiene como objetivo la recolección, tratamiento y análisis de información estadística y estudios relativos a los sistemas científico, tecnológico y de innovación local, a fin de sustentar la toma de decisiones y complementar la comprensión de los fenómenos asociados a la realidad de la actividad turística en el territorio.
- ❖ Medioambiental: surge del postulado de que el futuro del desarrollo depende de la capacidad que tengan los actores institucionales y los gestores económicos para conocer y manejar según sus perspectivas, su stock de recursos naturales renovable y su medio ambiente. Las variables que se destacan en esta dimensión son las relacionadas con la descripción biofísica, tipos de suelos, precipitaciones, vientos, disponibilidad de recursos naturales, principales procesos de degradación, regeneración y conservación de recursos naturales.
- ❖ Social: Se refiere al conjunto de relaciones sociales y económicas que se establece en cualquier sociedad y que tiene como base la ética y la cultura. Tiene como referente obligatorio a la población, presta especial atención a su forma de organización en la toma de decisiones. Algunas de las variables que forman parte de la dimensión social son las relacionadas con la descripción de la población, cantidad de habitantes, sexo, grupo, distribución espacial de la población dentro del territorio, donde se localiza y hacia donde se mueve, dentro o fuera del territorio.

DISCUSIÓN:

Como resultado del análisis realizado a través de una tabla de distribución de frecuencia y luego la representación gráfica mediante un diagrama de barras, se obtiene que de un total de veinte y siete (27) observatorios turísticos consultados a nivel mundial las informaciones con las que

trabajan tienen una importancia dada en: la Económica (100%), la Social (96%), la Cultural (85%), la Ciencia y Tecnología (59%), la Medioambiental (37%), la Política (15%) y la Energética (4%).

CONCLUSIONES:

1. Los observatorios turísticos constituyen el termómetro de un destino turístico. Permiten monitorear la información referente a las entidades del sector turístico, lo que constituye una ventaja competitiva pues permite compararse con otros destinos para anticiparse así a la competencia y elaborar estrategias que aumenten la sostenibilidad y sustentabilidad en el tiempo.
2. Existen diferentes observatorios turísticos en el mundo y su totalidad clasifican la información en dimensiones económica, social, cultural, ciencia y tecnología, medioambiental y social, que determinan la salud del destino en cuestión.

BIBLIOGRAFÍA:

1. Bigné Font, E. (2000). Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo. Madrid.
2. Pons García, R.C.; Martínez Martínez, C. (2004). Imagen de destinos turísticos: el caso de Cuba desde el mercado emisor español. Revista de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Matanzas. Retos Turísticos. Vol.3.
3. Valls Pasola, J. (2004). Gestión de destinos turísticos en Barcelona. Ediciones Gestión. 2000. Barcelona.
4. Perelló Cabrera, J.L. (2006). La Imagen del Destino Turístico en el Proceso Global de Satisfacción del Consumidor. Centro de Estudios de Turismo. Universidad de la Habana.
5. Mata García, A. (2010) Un enfoque global de la gestión de los destinos turísticos. Disponible en: <http://www.slideshare.net/>. [Consulta: 14 de noviembre 2011].
6. Larouse (2010). El Pequeño Larousse ilustrado. México, Edición Centenario.
7. Viana de Melo, A. (2009). Formulación de un modelo para el Observatorio de turismo cinematográfico en Brasilia. Disertación de Maestría en Turismo. Universidad de Brasilia.
8. Barros, A. (2007). Observatorio TIC: una forma de medir los avances/retrocesos. Disponible en: www.alejandrobarrros.com
9. Bittencourt, C. (2006). La información y los indicadores de sostenibilidad: Un estudio de caso en el Observatorio regional y base de indicadores de sostenibilidad. Tesis de doctorado. Universidad Federal de Santa Catarina.
10. Observatorio Turístico de Córdoba (2011). Disponible en: www.turismodecordova.org. Consultado en diciembre de 2011.

11. Staffolani, R. (2010). Presentación del primer observatorio turístico. Disponible en: www.observatur.edu.ar. Consultado en enero de 2012.
12. Observatorio Turístico de Cataluña. (2011). Disponible en: <http://www20gencat.cat/portal/site/setcst.com/index.php/component/content/article/68-observatorio-turistico-de-cataluna.html>. Consultado en: enero de 2012.
13. García Cecilia, M. L. (2006). Observatorios turísticos: un acercamiento intencional [en línea] octubre 2006. Disponible en: <http://cidtur.eaeht.tur.cu/> [Consulta: 21 diciembre 2011].
14. MINTUR (2007). Guía del Control gubernamental. Cuba
15. Alvarado, O. et. al. (2009). Modelo de gestión para la conformación de un observatorio turístico para el departamento del Cauca. I Simposio de Investigación, Capítulo suroccidente de ASCOLFA. p.3. pdf. Disponible en: <http://www.uniautonoma.edu.co/> [Consulta: 21 noviembre 2011].

Recibido: 15-4-13
Aceptado: 22-5-13