

IMPORTANCIA DE LAS BASES TEÓRICO-METODOLÓGICAS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN OBSERVATORIO TURÍSTICO-GASTRONÓMICO DEL ESTADO DE MÉXICO

IMPORTANCE OF THE THEORETICAL-METHODOLOGICAL BASES FOR THE CONSTRUCTION OF A TOURIST-GASTRONOMIC OBSERVATORY OF THE STATE OF MEXICO

M. en A. Mónica del Valle Pérez⁷

M. C. T y E. Gloria Georgina Icaza Castro⁸

Dr. en C. E. A. Carlos Hugo Millán García⁹

RESUMEN

La crisis del SARS-Covid 19 dejó en evidencia la fragilidad del sistema turístico y gastronómico, en especial a las MiPymes lo que ha propiciado una alta mortalidad empresarial en todos los sectores, es así que se calcula que en el año 2020 un millón 10 mil 857 empresas cerraron de forma definitiva con los impactos económicos y sociales que esto conlleva. Esta crisis sanitaria marcará el consumo en los próximos años, escenario que obliga a diseñar nuevos esquemas de gestión empresarial donde la innovación es clave para el desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos. Sin embargo, la mayoría de las MiPymes carecen de estructuras que les permiten adaptarse a los cambios.

Esta investigación buscó establecer las bases conceptuales y metodológicas de un observatorio empresarial para identificar el funcionamiento de las MiPymes turísticas y gastronómicas en el Estado de México, con un enfoque de carácter cualitativo e inductivo utilizando como técnica la investigación documental analizó y recolectó la información relevante como forma de promover la innovación y gestión de la información.

Palabras clave: Observatorio Empresarial, Gestión de la Información, Empresas Turísticas y Gastronómicas.

ABSTRACT

The SARS-Covid 19 crisis revealed the fragility of the tourism and gastronomic system, especially MSMEs, which has led to high business mortality in all sectors, so it is estimated that in 2020 one million 10 thousand 857 companies closed permanently with the economic and social impacts that this entails. This health crisis will mark consumption in the coming years, a scenario that requires

⁷ Profesora Investigadora de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEMéx, collegeacademy@hotmail.com

⁸ Profesora investigadora de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEMéx, gloriaicaza2003@yahoo.com.mx

⁹ Profesor investigador de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la UAEMéx, chmillang@uaemex.mx

the design of new business management schemes where innovation is key to the development of new products, services and processes. However, most MSMEs lack structures that allow them to adapt to changes.

This research sought to establish the conceptual and methodological bases of a business observatory to identify the operation of tourism and gastronomic MSMEs in the State of Mexico, with a qualitative and inductive approach using documentary research as a technique, analyzed and collected relevant information such as way of promoting innovation and information management.

Key words: Business Observatory, Information Management, Tourism and Gastronomic Companies.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la gestión de la información obliga a las empresas a replantear sus productos, tecnologías, procesos y modelos de negocio, de manera innovadora en periodos muy cortos. A pesar de que, las empresas turísticas y gastronómicas, por años han demostrado su gran capacidad y dinamismo para tener un rápido crecimiento en el mundo, la industria se encuentra en un momento crítico de desarrollo, donde la innovación se convierte en un elemento vital para poder ser competitivas.

La complejidad para ofrecer un servicio está determinada por una serie de atributos intangibles, difíciles de retener y cambiantes, por lo que la innovación en el sector de servicios debe conceptualizarse de manera más amplia (Cruz, Vargas, Montes & Rodriguez, 2016). Más aún, los entornos cambiantes y la reciente crisis sanitaria han obligado a gestionar procesos de innovación acelerados como una forma de supervivencia.

Sin embargo, el acceso a la información, para la adecuada toma de decisiones, es aún limitado. A pesar de que las organizaciones requieren aprender, y adaptarse, escasas son las herramientas disponibles, haciendo evidente la ausencia de escenarios prospectivos construidos a partir del análisis sistemático de la información del entorno que incidan efectivamente en el desarrollo económico individual y regional, pero sobre todo en la competitividad del sector.

Bajo este contexto, los observatorios que buscan la innovación permiten comprender la realidad de las organizaciones y contribuir a la construcción de un sistema de direccionamiento estratégico para la toma de decisiones, siendo las universidades los entes idóneos para responder a las necesidades de conocimiento del sector turístico empresarial del país en general y del estado en particular y así desarrollar un 'ecosistema' de inteligencia donde a través de varios actores vinculados se genere mayor conocimiento actual y futuro del sector (Comai, 2013).

De acuerdo con el Consejo Internacional las MiPymes, sin importar que pertenezcan al comercio formal o informal de la economía de un país, representan 90% del total de las empresas, por lo que generan entre 60% y 70% de los empleos, y son responsables de 50% del PIB a nivel mundial (Casanueva, 2017). A pesar de que, éstas suelen tener menos trabajadores con relación a las

empresas grandes, su papel es fundamental para las economías emergentes. Sin embargo, a pesar de su importancia social y económica, en el caso de México, se estima que el 70% de éstas no sobreviven más de cinco años (Romano, 2018).

Las problemáticas que presentan las MiPymes Turísticas y Gastronómicas giran en torno a la gestión del conocimiento donde resulta evidente que el acceso a la información es limitado propiciando bajos niveles de productividad; característicos del sector. Así también, la visión a corto plazo que rige a la industria evita anticipar los cambios sociales, culturales, políticos y tecnológicos ocasionando la ausencia de una visión estratégica, una toma de decisiones centralizada, y un papel menor de la innovación, limitando así, su competitividad en el mediano y largo plazo e incidiendo en su supervivencia en el mercado.

La crisis del Covid19, dejó en evidencia la fragilidad del sistema turístico, en especial de las empresas, lo que obliga a diseñar nuevos esquemas de administración y gestión donde la innovación se vuelve un factor clave sobre todo en el desarrollo de nuevos productos y procesos (Tejada & Moreno, 2013) siendo los observatorios empresariales la fuente de información para esta nueva gestión que corresponda al aumento de competitividad, eficiencia y eficacia de los recursos, creación de valor y desarrollo de capacidades únicas de los colaboradores.

El Estado de México cuenta con una gran riqueza turística y gastronómica representada por distintas cocinas regionales y destinos turísticos de diversa índole es así que en su territorio 10 destinos han sido catalogados nacionalmente como Pueblos Mágicos, es decir, sitios con símbolos y leyendas, con historia que han sido escenarios de hechos trascendentes para el país, igualmente a nivel local cuenta con 22 municipios que han logrado proteger su riqueza histórica, cultural y tradicional con el objetivo de hacer del turismo un motor importante para su economía denominados Pueblos con Encanto.

Sin embargo, ante la información discontinua y fragmentada a la cual tienen acceso las empresas, así como, las problemáticas identificadas, se hace palpable la necesidad de un observatorio empresarial que logre constructos teórico-conceptuales para la obtención y análisis de la información del mercado, así como de todos los agentes involucrados en la actividad empresarial del turismo y la gastronomía, teniendo como objetivo reconocer los enfoques teóricos-conceptuales que soportan los observatorios empresariales como una vía para el logro de organizaciones innovadoras.

METODOLOGÍA

Para la realización de esta investigación se consideró una investigación de carácter cualitativo e inductivo donde se utilizó como técnica la investigación documental parte muy amplia y completa del proceso de investigación en la que se buscó de manera sistemática en las bases de datos Scielo, Google Académico y Redalyc mediante el empleo de palabras clave como “observatorio empresarial”, “gestión del conocimiento” relacionadas con la actividad turística y gastronómica, para destacar la información relacionada con la construcción de observatorios especializados en temas

turísticos o gastronómicos, para identificar las metodologías, procedimientos y contextos, en función a la necesidad que cada uno pretende satisfacer.

Bajo este contexto, los investigadores fungen como actores principales en la revisión de los datos disponibles, construcción de modelos, la transferencia de teorías, conceptos e instrumentos como medio para combinar y transformar los recursos organizacionales y generar valor en mercados competitivos

RESULTADOS

Conceptualmente, un observatorio es un sistema de información que permite recolectar y analizar, datos con la finalidad de construir escenarios para la toma de decisiones. Bajo este contexto, se identificó que son tres las funciones principales; identificación, cuantificación y evaluación de la información convirtiéndose así en un sistema de variables e indicadores que construyen una base de datos agregada (Barrios et al, 2006).

Enjuntó (2008), establece que el observatorio es un organismo creado por un colectivo, con el fin de seguir la evolución de un fenómeno, normalmente de carácter social, desde una posición ventajosa. Se indica que existen diferentes tipos de observatorios, de carácter temático, sectorial; algunos promovidos por la administración, otros por organizaciones sociales o empresas; de cobertura nacional, autonómico o locales.

Sepúlveda-Aguirre, Garcés-Giraldo, Serrano García, & Gómez-Molina, (2016) menciona que los observatorios pueden ser de dos tipos: territoriales o temáticos, aunque algunos combinan ambas condiciones para delimitar su influencia. Una nueva tendencia es crear observatorios que combinen las empresas con instituciones universitarias, como mecanismo estratégico.

Se advierte además que en los últimos años han emergido diversos organismos que se acompañan de la palabra observatorio y esto ha dado lugar a que se haya extendido la idea de que hay un exceso de éstos, una especie de inflación de un tipo de organización cuyo objeto, medios y objetivos son, a veces, tan variados como imprecisos.

Urdapilleta (2006), con referencia a los observatorios sociales comenta que tienen como principal finalidad la evaluación y seguimiento de diversas problemáticas de orden social este término referido a las ciencias sociales aún no aparece en los diccionarios; a pesar de ello lo define como el conjunto de estructuras que permite obtener una visión amplia de la evolución de determinados fenómenos y acontecimientos sociales.

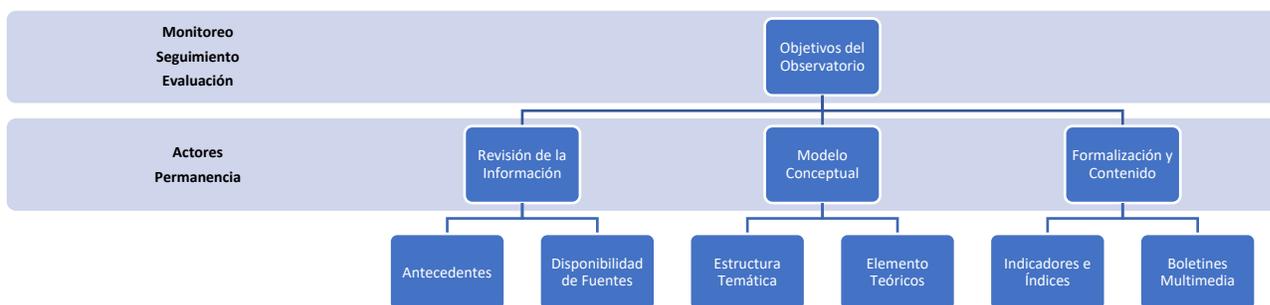
Los observatorios son entidades complejas, desde su concepción hasta su ejecución. Su diseño obliga a definir claramente su objetivo, actores involucrados y su permanencia en el sistema a evaluar e identificar de manera precisa los requerimientos de información, selección de las fuentes más adecuadas, análisis riguroso de los resultados y, sobre todo, transformarlos en un producto útil a nivel estratégico como es el caso de los indicadores Rodríguez, (2007).

La idea observatorio se relaciona con la teoría de las fallas en la administración pública, al poner énfasis en la medición de los productos y servicios que se entregan a los usuarios. En ese contexto, la introducción de sistemas de monitoreo y evaluación contribuyen a mejorar las instituciones educativas siempre que se atiendan dos requisitos fundamentales: la buena planificación operativa que permita la comparación de lo ejecutado con los resultados esperados e información esencial y oportuna para realizar la comparación y toma de decisiones.

Además, como se señala, es necesario identificar quienes son los usuarios y sus necesidades, pues como se mencionó anteriormente, su tipo y función giran en torno a la necesidad a satisfacer, lo que proyecta al establecimiento de los objetivos.

En la figura no.1. Se puede observar la metodología general para la construcción de observatorios, donde una vez que se establecieron los objetivos, se hace una revisión de información en la que se identifican las fuentes y su disponibilidad, se determina el modelo conceptual a seguir y por último se formaliza el contenido y estructura del observatorio, estableciendo los indicadores con la participación de los actores del sistema (Pérez, 2010)

Figura no. 1. Metodología para la construcción de Observatorios



Fuente: Modelo propuesto por Pérez (2010).

Sin embargo, es necesario destacar que parte fundamental en la construcción metodológica es la revisión de información que contempla entre otras actividades de investigación y desarrollo (I+D) que constituyen una fuente de innovación en sectores con alta intensidad tecnológica, mientras que, en sectores tradicionales de la manufactura, por ejemplo, la intensidad de dichas actividades es mucho menor. Lo anterior se amplifica cuando se analiza el caso de industrias ubicadas en contextos como el latinoamericano donde, a diferencia de los países desarrollados, la mayor parte de los investigadores y la financiación de la I+D no se concentra en el sector empresarial, sino en el sector

académico o público. En estos casos los esfuerzos internos en I+D pueden no ser el mejor indicador para capturar la naturaleza y diversidad de base de conocimiento de la organización.

Uno de los principales objetivos de los observatorios es contribuir a la competitividad empresarial y regional, sin embargo, ésta se relaciona con múltiples factores que condicionan el desempeño tales como; infraestructura, recursos humanos, tecnología, medio ambiente, instituciones y el entorno económico. Sustentándose en las ventajas comparativas ya sea de las empresas o naciones (De Cundinamarca, 2015).

Los observatorios, permiten incidir con conocimiento en el tejido empresarial construyendo un binomio donde la innovación se relaciona positivamente con la capacidad competitiva de las empresas la cual, está relacionada con la calidad de la interacción con el entorno en la que está inmersa. Dando cuenta de la escasa adopción e incorporación de tecnología en las pequeñas empresas, lo cual se asocia a limitados recursos tecnológicos, humanos y financieros, así como variables de tipo cultural, por lo que, en empresas de servicios, el mayor peso se da a innovaciones de tipo no tecnológicas.

Los observatorios debieran dar cuenta sobre el comportamiento reciente de los distintos factores de competitividad empresarial, entre las que destacan la innovación, en función de la disponibilidad de información para su elaboración, así como sobre las tendencias y dinámicas propias de dicho factor competitivo (Cámara de Comercio de España, 2020).

Se comprueba que los observatorios turísticos son instrumentos capaces de articular los sistemas de estadísticas nacionales con las necesidades de información locales, mediante un trabajo coordinado de los diferentes sectores que participan de la actividad turística. Su labor radica en la recopilación permanente y sistemática de datos provenientes de diversas fuentes, transformando la información obtenida en conocimiento y promoviendo la toma de decisiones sustentada en evidencia. Perfetti et, al., (2003) consideraron la necesidad de que el Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales del departamento de Caldas en Colombia sean considerados como actores locales con un profundo conocimiento de la realidad regional, enmarcada en el contexto nacional y mundial, para que puedan tomar decisiones individuales eficientes, que generen resultados socialmente aceptables, a fin de satisfacer esta necesidad se estructuró un observatorio con los siguientes componentes: análisis de estructura, de coyuntura, estructura de una matriz insumo-producto y de las cuentas de producción con seguimiento a las metas del Programa de Competitividad e Indicadores de Ciencia, Tecnología e Innovación bajo el método analítico y como técnica el uso de modelos econométricos y estadísticos.

En ese sentido se puede observar que los actores principales es decir las distintas organizaciones cafetaleras son quienes proporcionan la información que permite conocer el ámbito local con la finalidad de la adecuada toma de decisiones (Jaramillo-Salazar, Velasquez, & Vieira Salazar, 2004).

Guamán (2019) evidencia la construcción de indicadores para detectar el potencial turístico del área de estudio, así como atractivos y destinos, gastronomía representativa y alojamiento, en un ejemplo más de los distintos modelos aplicados al turismo.

Conjuntamente describe la composición del observatorio turístico y su funcionamiento, estableciendo objetivos siendo su principal función la eficacia a los indicadores planteados a lo largo de la investigación y la identificación de los actores principales encargados de socializar la información actualizada creando así la oportunidad de brindar desarrollo a la zona en cuestión.

Observatorios en turismo y gastronomía

En la búsqueda realizada se encontró información variada la que, sin importar el contexto o fuente de financiamiento buscan ante la carencia de información conocer indicadores relacionados con la actividad turística para crear modelos que permitan orientar la toma de decisiones empresariales, es así que Font y Silva citados por Guamán (2019), sintetizan la concepción teórica que sistematiza preceptos y posicionamientos de diferentes autores acerca de la información turística y la manera de observarla, considerando un algoritmo para obtener y utilizar la información en la toma de decisiones oportunas. En este trabajo se destaca el rol de la universidad en la producción colectiva de información de los distintos territorios turísticos de la provincia de Manabí en Ecuador demostrando cómo puede ocurrir la producción de información a través de los procesos sustantivos de la universidad.

Un problema recurrente de acuerdo con Migliori (2019), es la carencia de información suficiente y oportuna para evaluar y analizar el comportamiento del sector turístico en escalas territoriales por lo que propone diseñar un modelo de observatorio turístico que cubra este vacío de información, a partir de un análisis comparativo entre experiencias consolidadas de observatorios turísticos en el mundo.

Franch y Contreras (2013), consideran que los observatorios en turismo son instrumentos de inteligencia que, al servicio de los destinos turísticos son medio para proveer información estratégica de la actividad, que les ayude a la toma de decisiones, para lo que requieren dentro de su funcionamiento y para el caso de Ciudad Juárez, Chihuahua las siguientes áreas: frontera, cultura turística, análisis turístico, nuevos productos, comunicación y calidad.

Así pues, la creación de Observatorios pretende optimizar el conocimiento de la actividad turística del destino, con la finalidad de garantizar la gestión y organización estructural del mismo al acceder a mejores formas de toma de decisiones, y con ello la optimización de recursos.

Godínez Ortiz (2014) por su parte y mediante el uso de modelos predictivos considera a los observatorios como sistemas de control y gestión global de un destino turístico, basados en las fuentes directas e indirectas de información de este modo se convierte en un instrumento eficaz a la hora de la adopción de decisiones racionales y lo será en la medida en que la información que proporcione sea fiable y accesible.

A manera de resumen, se presenta a continuación algunos de los Observatorios identificados:

Observatorio	Sitio Web	Información tratada	Contexto	Usuario en función a la información
Observatorio turístico de Málaga	http://www.malagaturismo.com/es/paginas/observatorio-turistico/410	<p>Se enfoca en analizar el perfil del visitante y excursionista, con datos sociodemográficos antes y durante el viaje, así como satisfacción y fidelización.</p> <p>En cuestión de la oferta, se centra en establecimientos de hospedaje y los parámetros estadísticos referentes al tema.</p>	Málaga, España	El mismo destino es el usuario, al centrarse en caracterizar el perfil de su visitante, así como en el inventario de establecimientos de servicios turísticos, como resultado de la actividad.
Observatorio turístico de la ciudad de Córdoba, España	https://www.turismodecordoba.org/observatorio-turistico-turismo-de-cordoba	<p>Se emplea el análisis DOFA como herramienta de planificación, para prever y anticipar escenarios futuros</p> <p>En cuanto a la oferta su principal fuente son los hoteles, pero además incluye algunos restaurantes y plazas, así como la evolución al turismo de reuniones.</p> <p>En lo que respecta a la demanda, solo obtiene información de los viajeros que pernoctan, pues no incluye los excursionistas. La información se recolecta en los establecimientos de hospedaje.</p>	Córdoba, España	El observatorio se centra en el tratamiento de información para la planeación integral del destino, basada en la actividad.

Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato	http://www.obsevatorioturistico.org/	Gobernanza. Demanda. Infraestructura. Atractivos. Oferta. Comunidad receptora.	Estado de Guanajuato	La información se centra tanto en la oferta como en la demanda turística, aportando información útil y general para cada una de las partes. Se miden los resultados de la actividad turística como destino.
Observatorio turístico de la ciudad de Buenos Aires	https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio	Perfiles de mercado: No. de visitantes, cuota de mercado, gasto, estadía Informa mensual, trimestral y anualmente. Hace encuestas temáticas acorde a las cualidades de los destinos y sus eventos anuales.	Buenos Aires Argentina	Las propias entidades turísticas con información de resultados de la actividad y su caracterización.
Observatorio de turismo gastronómico de Córdoba	http://www.uco.es/sitcor/informes-publicaciones-y-analisis/observatorio-turismo-gastronomico	Difusión y análisis de los recursos de saberes y características de la gastronomía. Análisis de datos de la actividad turística basada en la gastronomía	Córdoba, España	El turista, así como las entidades interesadas en difundir la gastronomía o incursionar en ese segmento de mercado.
Observatorio gastronómico, República Dominicana	http://saboresdominicanos.org/	Análisis de perspectivas y prospectivas del comportamiento y evolución de la gastronomía.	República Dominicana	El público en general al compartir noticias, eventos y recomendaciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de sus sitios web.

El observatorio que se encuentra en Málaga, España se enfoca en analizar el perfil del visitante y excursionista, con datos sociodemográficos antes y durante el viaje, así como satisfacción y

fidelización. En cuestión de la oferta, se centra en establecimientos de hospedaje y los parámetros estadísticos referentes al tema.

En otro destino español, en la ciudad de Córdoba en la búsqueda realizada por Godínez Ortiz (2014) la DOFA es considerada como herramienta de diagnóstico útil para la planificación, anticipación de escenarios, sin embargo, solo se obtiene información de los viajeros que pernoctan, pues no incluye a los excursionistas por lo que la información se recolecta en los establecimientos de hospedaje.

En México en el estado de Guanajuato, se evidencia de una buena práctica en relación a su observatorio turístico, el cual se abordan los siguientes indicadores:

- **Gobernanza:** Derrama, visitantes, personas ocupadas, inversión en el turismo, circuitos operando, visitantes internacionales.
- **Demanda:** Gasto, consultas, llegada de turistas, pernocta por categoría de hotel, estadía promedio, intención de retorno.
- **Infraestructura:** Inversión en infraestructura turística, Impacto en satisfacción por inversión en infraestructura, satisfacción por inversión en centros de atención, satisfacción por inversión en obra urbana.
- **Atractivos:** Atractivos inventariados operados por terceros, Atractivos inventariados en el Registro de Turismo, Promedio de visitantes a zonas arqueológicas a promedio de visitantes a museos, nacionales e internacionales.
- **Oferta:** Gasto por tipo de visitante, aporte al PIB de establecimientos de hospedaje, aporte al PIB de alimentos y bebidas (A y B) prestadores de servicios con certificaciones turísticas.
- **Comunidad receptora:** Índice de satisfacción del visitante, Prestadores turísticos sensibilizados hacia la capacitación, personas ocupadas en hospedaje y AyB.

Las investigaciones relacionadas con observatorios especializados en gastronomía son escasas sin embargo destaca el trabajo de López Ojeda & Favila Cisneros (2015) quienes consideran una propuesta enfocada en dos líneas:

La primera enfocada en gastronomía patrimonial del Estado de México y la segunda vinculada con la necesidad de mostrar la relevancia de la gastronomía para el turismo.

Una nueva tendencia es crear observatorios que combinen las empresas sin importar su tamaño con instituciones universitarias, como mecanismos estratégicos.

DISCUSIÓN

A partir de los resultados mostrados, se identifica que los observatorios enfocan sus actividades y gestión de la información en función a los usuarios.

En ese tenor, la mayoría de ellos se centran en los resultados propios de la actividad turística, siendo los usuarios las organizaciones públicas y privadas que en ellos participan.

Sin embargo, al combinar las problemáticas de las MiPymes turísticas y gastronómicas con la información que se gestiona en los observatorios, resulta evidente la ausencia de aquellos que analizan el comportamiento estratégico de las empresas, las decisiones que toman y los resultados que obtienen.

Se ha señalado que tienen una visión a corto plazo, situación que les restringe anticipar los cambios sociales, culturales, políticos y tecnológicos y un papel menor de la innovación, limitando así, su competitividad en el mediano y largo plazo e incidiendo en su supervivencia en el mercado.

Por lo tanto, si se considera que una de las principales razones para crear observatorios es considerar soluciones que faciliten la toma de decisiones mediante el análisis de información, colectada, analizada y resumida en indicadores, se ha dejado de lado colocar como usuario a las MiPymes.

En el Estado de México los Pueblos Mágicos y con Encanto son susceptibles de crear un observatorio turístico y gastronómico a partir de la información estadística y econométrica, dicha información es proporcionada por las autoridades Municipales, Estatales y Federales (Secretaría de Cultura y Turismo, 2021).

Una actividad necesaria es registrar el comportamiento estratégico de las MiPymes y evaluar sus resultados, de tal forma que esa información sea gestionada, sistematizada e incorporada por sus pares como aprendizaje en destinos concretos, como lo son los Pueblos Mágicos y Pueblos con Encanto, al tiempo que avanzan hacia la competitividad.

La detección de necesidades apoyada en la estadística juega un papel preponderante en la construcción de los indicadores y utilización de distintas técnicas para los análisis, entre las cuales se destacan los modelos estadísticos y econométricos (indicador sintético, pronósticos).

Una de las fuentes dejadas de lado, al momento de construir un observatorio ha resultado la revisión periódica de la reputación online de los prestadores de servicios, de los destinos, atractivos e imagen de sitios web donde aportan comentarios los turistas, hoy día la virtualidad es otro factor importante para la adecuada gestión y toma de decisiones empresariales.

El análisis de la información obtenida de sitios web se ha convertido en una fuente primaria al tratarse de usuarios que relatan su experiencia basada en sus expectativas.

CONCLUSIONES

Las problemáticas que presentan las MiPymes turísticas y gastronómicas giran en torno a la gestión del conocimiento donde resulta evidente que el acceso a la información es limitado o desconocido para algunos empresarios, esta carencia de información se traduce en una problemática compleja que origina en el empresario la falta de visión a largo plazo.

Aunado a lo anterior el micro, pequeño o mediano empresario se enfrenta a la escasez de herramientas disponibles, haciendo evidente la ausencia de escenarios prospectivos construidos a partir del análisis sistemático de la información.

La creación de un observatorio busca generar un sistema de información que permita recolectar y analizar, datos con la finalidad de construir escenarios para la toma de decisiones, de acuerdo a su naturaleza existen diferentes clases destacándose los que buscan la innovación estos permiten comprender la realidad de las organizaciones y contribuir a la construcción de un sistema de direccionamiento estratégico para la toma de decisiones e incidir con conocimiento en el tejido empresarial construyendo un binomio donde la innovación se relaciona con la capacidad competitiva. En los documentos analizados se encontró sin importar el nivel de actuación ya sea nacional o internacional que uno de los objetivos aún por cubrir de los observatorios es contribuir a la competitividad empresarial y regional, centrada en esos criterios que incluyan la innovación, lo que permitiría potenciar los Pueblos Mágicos y con Encanto en el Estado de México.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Angulo Marcial, Noel (2009). ¿Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones?. *Innovación Educativa*, 9(47),5-17.[fecha de Consulta 22 de Junio de 2021]. ISSN: 1665-2673. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179414895002>
- Ayuntamiento de Córdoba (2021). Observatorio Turístico. Turismo de Córdoba. Retrieved June, 2021, from: <https://www.turismodecordoba.org/observatorio-turistico-turismo-de-cordoba>
- Ayuntamiento de Málaga (2021). Observatorio Turístico. Retrieved May, 2021, from: <http://www.malagaturismo.com/es/paginas/observatorio-turistico/410>
- Barrios, D., Torrelli, M., Castro, D., Piriz, M., Santibáñez, D., Morales, B., & Iaskio, E. (2006). Matriz conceptual y operativa de un " Observatorio Mercosur Cooperativo"(OMERCOOP).
- Cámara de Comercio de España (2020).
- Comai A (2013). Ecosistema de Inteligencia: Creación de un Entorno de Inteligencia para el Desarrollo Económico.1 Cong. Int. Universidad Empresa Innovación RedueAlcu <http://primercongreso.redue-alcue.org/documentos/folleto.pdf>.
- Casanueva, H. (2017). Las mipymes en el comercio internacional. Disponible en: <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/las-mipymes-en-el-comercio-internacional>
- Delgado, A. Vargas, E. et al., (2016), Innovación en empresas turísticas .En donde están y hacia dónde van? Un acercamiento al estado del conocimiento, *Intangible Capital*, 12 (04), 1088-1155.
- De Cundinamarca, G. (2015). Observatorio de Competitividad y Empleo de Cundinamarca. http://www.cundinamarca.gov.co/Home/SecretariasEntidades.gc/Observatorio_OCEC

- Enjunto, Natividad, 2008, "Razón de ser de los observatorios", Jornada Observando observatorios: ¿nuevos agentes en el tercer sector?, <http://blog.plataformavoluntariado.org/category/general/actualidad-pve/observatorio-del-voluntariado/page/2/>
- Franch, D. B., & Contreras, T. C. (2013). Observatorio en Turismo: organismo inteligente para la toma de decisiones en el destino. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, 3(2), 25-34.
- Godínez Ortiz, R. (2014). Los Observatorios Turísticos como instrumento en la toma de decisiones: El caso de Guadalajara, México. Universidad de Guadalajara, Universidad de Málaga, Málaga.
- Guamán Buenaño, J. (2019). Diseño del Observatorio Turístico de la Universidad Central del Ecuador para la Zona 2. Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Licenciado en Turismo Ecológico. Carrera de Turismo Ecológico. Quito: UCE. 110 p.
- Jaramillo-Salazar, H., Velasquez, L., & Vieira Salazar, J. A. (2004). *Observatorio de la competitividad de Caldas*. Manizales. Retrieved from www.recintodelpensamiento.com/crece
- López Ojeda, A., & Favila Cisneros, H. (2015). Observatorio Gastronómico del Estado de México: sentido y orientación. *Culinaria*, 1(9), 78–85. Retrieved from www.uaemex.mx/Culinaria
- Migliori J. (2019). Los observatorios como herramienta de apoyo para la gestión de destinos turísticos <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/83789>
- Ministerio de Cultura, República Dominicana. Observatorio Gastronómico. Retrieved June 2021, from: <http://saboresdominicanos.org/>
- OTEG (2021). Observatorio Turístico del Estado de Guanajuato. Retrieved May 2021, from: <http://www.observatorioturistico.org/>
- Pérez, J. A. (2010). Diseño de un observatorio ambiental para el sector de curtiembres estudio de caso: Curtiembres de Villapinzón y Chocontá. Instituto de Estudios Ambientales (IDEA)
- Perfetti, Mauricio, Magdalena Arango y César Vallejo (2003). Las mesas de competitividad de Caldas en la construcción de un marco estratégico de la competitividad. Manizales
- Rodríguez Salvador, M. (2007). "De la información a la inteligencia tecnológica: oportunidades para la innovación", *Transferencia*, año 20, núm. 77, www.mty.itesm.mx/die/ddre/transferencia/Transferencia54/eli5-54.html
- Romano (2018). En México las Pymes aportan 56% del PIB; pocas sobreviven. *24horas* el diario sin límite. Disponible en: <https://www.24-horas.mx/2018/06/28/en-mexico-las-pymes-aportan-56-del-pib-pocas-sobreviven/>
- Secretaría de Cultura y Turismo. (2021). Pueblos Mágicos | Turismo. Retrieved June 29, 2021, from https://turismo.edomex.gob.mx/pueblos_magicos
- Sepúlveda-Aguirre, J. A., Garcés-Giraldo, L. F., Serrano García, J., & Gómez-Molina, H. F. (2016). An approach between tools for the analysis of tendencies and business innovation management. *Revista Lasallista de Investigación*, 13(2), 178–187. <https://doi.org/10.22507/rli.v13n2a16>
- Tejada, P., & Moreno, P. (2013). Patterns of innovation in tourism 'small and medium-size

enterprises'. The Service Industries Journal, 33(7-8), 749-758.
<http://dx.doi.org/10.1080/02642069.2013.740469>

Travel Buenos Aires (2021). Observatorio Turístico. Sitio oficial de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires. Retrieved June 2021, from: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio>

Universidad de Córdoba (2021). Observatorio turístico gastronómico. Retrieved June 2021, from: <http://www.uco.es/sitcor/informes-publicaciones-y-analisis/observatorio-turismo-gastronomico>

Urdapilleta, A. M. (2006). Observatorio de Violencia social y de género en Torreón.