

UNA METODOLOGÍA PARA EL LEVANTAMIENTO DE DATA EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE Y RESTAURACIÓN (TRUJILLO Y CHICLAYO)

Marcia Iberico Díaz

RESUMEN

El carácter transversal de la actividad turística dificulta la aplicación de métodos estadísticos convencionales; en ese sentido, el Observatorio Turístico del Perú ha emprendido la iniciativa de efectuar el levantamiento de data de los establecimientos turísticos, para establecer indicadores cuantitativos y cualitativos que reflejen el estado actual del turismo en el país y el modo en que se viene comportando en los diferentes períodos de aplicación. El sistema de trabajo abarca los principales lugares turísticos peruanos donde se han instalado equipos de investigación a modo de antenas, cuya relación y cercanía con la realidad de cada región permiten que se interactúe de manera dinámica con el sector turístico para obtener una data fidedigna.

Las investigaciones que corresponden a la Antena Norte Trujillo-Chiclayo están orientadas a implementar un trabajo integral que busca la participación concertada y comprometida de los sectores público y privado, bajo la dirección de un equipo humano altamente especializado.

Palabras clave: metodología, data, empresas, destinos turísticos, Trujillo, Chiclayo.

INTRODUCCIÓN

Desde su inserción en el accionar de las relaciones sociales y culturales entre las diferentes comunidades y naciones del mundo, el turismo ha sido y sigue siendo una actividad en continuo crecimiento. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), la afluencia turística crece actualmente a razón del 5 al 7% anual en llegadas internacionales. Este hecho ha permitido que los diferentes estados vean en el turismo una inmejorable oportunidad de desarrollo económico, social y cultural, así como una gran alternativa para la preservación del medio ambiente. Sin embargo, el carácter transversal de la actividad turística hace difícil determinar el impacto que genera en las sociedades, particularmente en el aspecto económico ya que, según Castillo Yui, “la economía es la dimensión más seria y trascendental del turismo (...) solo por sus repercusiones en ese ámbito merece la atención de los estados modernos”¹. En consecuencia, se hace imprescindible precisar los alcances de dicho impacto en los destinos turísticos, principalmente en el comportamiento económico, para así poder

¹ Castillo Yui, Cecilia. *Turismo: fundamento y desarrollo*, segunda edición. Lima, 1987, p. 95.

desarrollar políticas adecuadas y establecer los lineamientos y las correcciones pertinentes.

El turismo hace uso de diferentes cadenas de producción y de servicios, involucrando a diversos sectores productivos, de tal manera que es difícil calcular su participación en la producción de riqueza. Por tanto, para medir los impactos económicos que genera la actividad turística en el entorno social donde se desarrolla, se hace necesario afinar los métodos de investigación, precisar los detalles de cómo interactúan la oferta y la demanda, sabiendo que incluye a diferentes actores sociales con actividades diversas, donde la población residente y la población de tránsito se confunden y se desenvuelven en un mismo espacio. Por todo ello la investigación turística se convierte en un espectro interesante y muy difícil de enmarcar.

1. METODOLOGÍA

Las investigaciones que realiza el Observatorio Turístico del Perú apuntan a enriquecer los métodos estadísticos mediante la aplicación de metodologías integrales como una contribución a la Cuenta Satélite de Turismo que

(...) se fundamenta en el equilibrio general que existe en una economía cualquiera entre la demanda de productos generada por el turismo y su oferta. El sentido de la confección de una Cuenta Satélite de Turismo es analizar detalladamente todos los aspectos de la demanda de bienes y servicios que podrían estar asociados con el turismo dentro de la economía, observar su correlación efectiva con la oferta de dichos bienes y servicios dentro de la misma economía de referencia, y describir cómo esta oferta se relaciona con otras actividades económicas².

Desde la perspectiva económica, la relación entre la demanda y la oferta turística que resulta de

los viajes y estancias de los turistas, así como de los servicios de alojamiento y restauración, nos permite determinar estimaciones importantes sobre los índices de desarrollo turístico en las regiones y en el país. Para el desarrollo de la investigación ha sido necesaria la aplicación y afinamiento de los métodos estadísticos para establecer indicadores del impacto económico del turismo y sus repercusiones en el desarrollo social. Ello ha conllevado elaborar métodos cuantitativos y cualitativos que nos aproximen a la realidad que acontece en el ámbito turístico de cada región.

2. PROCEDIMIENTOS

Las investigaciones que se vienen realizando en el Observatorio Turístico del Perú se desarrollaron a nivel nacional con la finalidad de obtener data con indicadores cuantitativos y cualitativos de la actividad turística. Para ello se determinaron como áreas geográficas fundamentales las principales regiones turísticas del país, de acuerdo al comportamiento de la demanda turística: Arequipa y Cuzco en el sur, y Trujillo y Lambayeque en el norte. Cada una de ellas cuenta con ejes turísticos internos definidos por la disposición de sus atractivos turísticos como, por ejemplo, el eje Cuzco-Urubamba y el eje Arequipa-Colca. La delimitación de estos ejes ha permitido establecer equipos de trabajo en cada una de estas regiones, su distribución ha obedecido a la proximidad de los espacios, accesibilidad y tiempos de visita. En el norte los ejes internos se definen como Trujillo-Huanchaco en La Libertad, y Chiclayo-Lambayeque en la Región Lambayeque. En este caso, para el norte, dadas las condiciones geográficas de proximidad entre las ciudades de Trujillo y Chiclayo, las buenas condiciones de acceso que presentan y la fluidez de los medios de transporte, el Observatorio ha designado un equipo de trabajo para cubrir ambas regiones.

El eje turístico del norte peruano está conformado por la relación Trujillo-Chiclayo que comprende un área que articula poco más de doscientos kilómetros en sentido sur-norte. Su configuración geográfica y social está íntimamente ligada por una tradición histórica muy prolífica en su desarrollo cultural, constituyendo una unidad ecológica y cultural que se mantiene desde períodos primigenios, cuando los hombres dominaron el mar y el desierto

2 Comisión de las Comunidades Europeas (Eurostat), Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, Organización Mundial del Turismo, Naciones Unidas División de Estadística: "Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual". Publicación de las Naciones Unidas. Luxemburgo, Madrid, Nueva York, París, 2001.

desarrollando reinos muy poderosos que supieron conjugar con la riqueza natural, legándonos un patrimonio que hoy el mundo admira.

Este patrimonio se asocia a sus tradiciones culturales como, por ejemplo, sentido de la atención y una gastronomía con identidad propia, sobresaliendo por un lado la calidez en el trato personal y, por otro, cualidades gastronómicas que se reflejan en la variedad de cebiches, afinidad en la sazón del cabrito y del pato, así como en la exquisitez de los alfajores a los que comúnmente se les llama “kingkones”. En este contexto, el comportamiento de la oferta y de la demanda turística consolida esta unidad cultural, de tal manera que la mayoría de los turistas visita ambos destinos para así poder tener una experiencia más rica. Las condiciones geográficas, ambientales e históricas han permitido que estas ciudades alcancen dentro del país un alto grado de desarrollo económico y cultural, por lo que los visitantes esperan encontrar servicios a la altura de los estándares de calidad de las mejores urbes de la América septentrional.

Dentro de los ámbitos geográficos señalados ha sido necesario abordar investigaciones de índole social y económica, las que revisten especial dificultad debido a que son temas sensibles y de gran cuidado. Para el éxito de estas investigaciones y la consecución de sus objetivos ha sido muy importante la conformación de los equipos de trabajo. Contar con profesionales de experiencia en turismo y en investigación científica en la región resultó de vital importancia en la ejecución de cada uno de los proyectos, para lograr la recopilación de una data fidedigna y la adecuada aplicación de las metodologías de trabajo. El conocimiento profesional del medio, de la cultura, de la sociedad, del entorno empresarial turístico y del trato con los turistas, unido al respaldo institucional del Observatorio Turístico, han hecho posible el establecimiento de una mejor comunicación y han facilitado la interacción con cada uno de los actores dentro del ámbito de investigación. El equipo de trabajo ha sido la mejor carta de presentación frente a los responsables del sector, tanto en el ámbito público como en el privado, y la interacción con todos los actores del turismo ha permitido que los logros obtenidos sean de gran utilidad para cuantificar y cualificar el desarrollo del sector turístico en la región estudiada.

El dominio del entorno geográfico por parte del equipo ha permitido agilizar la recopilación de la información y la sistematización de los datos estadísticos. En la Antena Norte Trujillo-Chiclayo la dinámica y experiencia de sus integrantes hizo posible identificar y ubicar con mayor precisión la oferta y la demanda turística, distribuir adecuadamente los recursos humanos, así como contar con las facilidades para el desplazamiento dentro del campo de investigación. El trabajo con las empresas fue especialmente complicado, primero por el celo natural de sentirse vulneradas ante el posible filtro de los datos a sus más cercanos competidores y, segundo, por el afán de proteger a sus clientes (turistas) de situaciones que pudieran resultar incómodas o alterar el disfrute de sus servicios.

La presentación individual de cada uno de los investigadores y su reconocimiento dentro del sector constituyeron fortalezas que se utilizaron especialmente al momento de presentarse ante la comunidad empresarial. Para la recopilación de data se tuvo que sortear una serie de inconvenientes, para lo que resultó fundamental la destreza del equipo de trabajo; alternar con empresarios, con trabajadores y con turistas implica el uso de diversas habilidades personales, creando circunstancias que propicien una buena comunicación. En el sector privado se requirió mucho tino y cautela, en especial porque hubo que superar situaciones críticas acerca de la confianza en el trabajo realizado; en este sentido ha sido esencial la trayectoria profesional de los integrantes del equipo de la Antena y el respaldo institucional del Observatorio Turístico del Perú como organismo dependiente de la Universidad de San Martín de Porres.

Cada trabajo de campo ha significado un proyecto particular, una unidad sistemática en la que el equipo recibía un entrenamiento imprescindible que lo compenetrara con los objetivos de cada etapa de la investigación y lo familiarizara con cada uno de los instrumentos aplicados. Asimismo, una preparación previa acerca de cómo abordar la temática de investigación ante los entrevistados, para generar el clima de confianza necesario en cada caso por tratar; también ha sido muy importante el *feedback* generado de la experiencia que iba ganando cada miembro, hecho que fortalecía, enriquecía y consolidaba al equipo a través de las experiencias y de las preguntas que surgían en el entrenamiento.

El soporte instrumental, de equipamiento e informático también fue relevante para el desarrollo de las investigaciones. El manejo del soporte tecnológico e informático sirvió principalmente para el desarrollo de comunicaciones a través de correos electrónicos, mediante los cuales se transmitían las comunicaciones de coordinación y los instrumentos de recolección de datos, y para el procesamiento de datos que se tenían que reportar a la sede central.

En el desarrollo de métodos y técnicas de investigación que debían adecuarse a cada realidad investigada, esta Antena necesitó socializarse con todo el proceso que por primera vez realizaba el Observatorio Turístico como un trabajo estadístico de avanzada, ya que su implementación y ejecución se desarrollaban por primera vez. Esto implicó la familiarización del equipo con los instrumentos de trabajo para así poder explicar a los entrevistados, con rigurosidad técnica, los beneficios de la investigación y la importancia de esta nueva forma de obtener data para el sector turístico; en especial con el sector privado. La situación se tornaba aún más delicada en establecimientos de hospedaje y de restauración, dado que muchos de ellos venían de experiencias nada agradables con las diferentes instituciones que publican y promueven información aparentemente confiable y segura, pero que lamentablemente no daban las garantías en cuanto a la sistematización y uso de la información brindada, ocasionándoles desconfianza e inseguridad.

El levantamiento y procesamiento de la data buscaron reflejar la realidad que acontece en la actividad turística, especialmente en el sistema empresarial. En el aspecto cuantitativo, las investigaciones se centraron en la medición de la riqueza y sus efectos en el Producto Interno Bruto de la región, la generación de puestos de trabajo y su relación con la calidad de vida de los trabajadores del sector a través de las remuneraciones. Entre otros indicadores relevantes se cuantificó la capacidad de oferta de los establecimientos de hospedaje y de restauración, los costos de operación y los precios de venta, así como la ocupabilidad y la rotación que tienen. Este tipo de trabajo requirió de un seguimiento minucioso ya que no solo implicaba hacer la entrevista, sino también observar el comportamiento de la demanda y conocer a través

de nuestros interlocutores lo que ocurría en cada una de las empresas. Muchas de ellas mostraron contrastes abismales: hoteles con gran capacidad de oferta pero con una demanda reducida, que apenas soportaba la presencia de personal para su atención, así como restaurantes con un espacio reducido que contaban con una rotación promedio bastante aceptable y la dinámica de personal competente que realizaba sus actividades con esmero e identificación con la empresa.

En el aspecto cualitativo la investigación se dirigió hacia la demanda, con la aplicación *in situ* de métodos de ponderación de la calidad de servicio como el Servqual y el Servperf. En este caso se realizaron mediciones sobre la demanda de los cuatro elementos importantes del turismo: atractivos, agencias de viajes, hospedajes y restaurantes; en especial estos últimos por tratarse de unidades de producción con gran distribución y uso de recursos humanos y de capital. Los criterios metodológicos seguían líneas específicas de calificación en cuanto a infraestructura, ambientación, personal, seguridad, limpieza, atención y otros factores que son de suma importancia en la presentación de los servicios y su relevancia en la satisfacción de los usuarios.

En la metodología Servqual la toma de datos se desarrolló en dos momentos: inicialmente el turista o usuario describe en detalle lo que espera recibir; en un segundo momento hace una evaluación de los servicios recibidos. Esta modalidad de valoración *in situ* ha sido significativa, ya que las experiencias vividas en el momento se vuelven más confiables en la medida en que los recuerdos son más recientes. En la metodología Servperf se aplicaba una encuesta al finalizar los servicios, donde el usuario los calificaba de acuerdo a su percepción.

Uno de los aspectos fundamentales para realizar un buen trabajo en la recolección de data ha sido identificar la muestra estadística de los establecimientos con el fin de analizar la oferta turística. Para ello se requirió de un trabajo minucioso de segmentación geográfica, mediante el cual se delimitaron los sectores urbanos que cuentan con mejores condiciones de infraestructura y de planta para la prestación de los servicios turísticos, los lugares donde se concentra la mayor

cantidad de oferta turística y los que presentan los mejores estándares de calidad. En tal sentido se seleccionaron los cascos urbanos centrales, los centros históricos y las zonas de mejor desarrollo urbano y comercial como las áreas que presentan mayor oferta de servicios turísticos, especialmente de hospedaje y de restauración. En el caso de la zona norte, las ciudades de Trujillo y Chiclayo se convierten en los núcleos urbanos con mayor desarrollo y la mejor calidad de servicios; sin embargo, en su periferia se han desarrollado ciudades cuya principal actividad es el turismo: nos referimos a Huanchaco para el caso de Trujillo, y en Chiclayo la ciudad de Lambayeque, seguida por barrios de artesanos como Monsefú y el balneario de Pimentel.

En Trujillo la principal oferta turística se concentra en el Centro Histórico de la ciudad, prolongándose desde allí un kilómetro en sentido norte y tres kilómetros hacia el sur. Los establecimientos de hospedaje que aquí se desarrollan se dirigen principalmente a ofrecer alojamiento a turistas de tipo cultural, cuyo motivo es la visita a monumentos históricos como Chan Chan y Huacas del Sol y de la Luna. Asimismo la ciudad ofrece una importante alternativa de turismo de negocios, dado que es uno de los principales centros de desarrollo económico del país. Por otro lado, el balneario de Huanchaco constituye una alternativa para un turismo diferente, sobre todo para personas que buscan disfrutar de un ambiente de descanso natural o realizar actividades deportivas en zonas de playa; además, el comportamiento del flujo turístico tradicional hace que el balneario sea el complemento idóneo de la visita a Chan Chan, por lo que además de una importante planta hotelera han surgido importantes centros de restauración.

Chiclayo es otro notable núcleo turístico, que ha tenido un gran despegue gracias al descubrimiento de la Tumba del Señor de Sipán, suceso que los empresarios turísticos han aprovechado al máximo para desarrollar una planta turística capaz de atender una significativa demanda. La ciudad, que fuera antiguamente una reducción indígena, guarda significativo contraste con la de Lambayeque que fue de población española. Aun así la planta hotelera se ha acondicionado y desarrollado en su centro urbano y en los alrededores, donde se ha construido hoteles de gran capacidad y calidad.

Por su parte Lambayeque, a pesar de mostrar una mejor planificación urbana, no cuenta con hoteles que tengan relevancia en la oferta turística ni de la calidad que muestra la ciudad de Chiclayo; en cambio su tradición gastronómica le ha servido para desarrollar una buena planta de restauración, hecho que se complementa con los atractivos turísticos de museos que se encuentran dentro de la ciudad.

Si bien una de las mayores preocupaciones por parte del empresariado fue conocer el destino de la información solicitada –ya que significaba el acceso a los datos más confidenciales de la empresa puestos al servicio de la investigación–, otro de los puntos bastante sensibles fue pedirles la autorización para encuestar a los usuarios de los servicios, para lo cual se tuvo que demostrar, muchas veces bajo su supervisión, que la participación de los encuestadores no iba a alterar ni incomodar al turista o usuario durante la intervención. En el caso de los turistas y visitantes extranjeros se procedió al uso de diferentes técnicas, principalmente las que tenían que superar las barreras de la comunicación, lo que implicaba utilizar el inglés con la mayoría de ellos, y en otros pocos casos en sus idiomas nativos. Aquí resultó determinante la manera en que se llevó a cabo el diseño de los instrumentos y materiales de trabajo. Las antenas tuvieron la facultad de plantear tópicos y, a través de consultas, llegar a un consenso de acuerdo a los públicos objetivos; así, en el caso de las investigaciones de demanda se hizo necesaria la formulación de material en dos idiomas básicos: el matriz que es el español y como segunda opción el inglés, el más utilizado por los turistas. Hubo muchos inconvenientes al aplicar la encuesta a turistas en otros idiomas, en especial de gran propagación como el francés y el alemán; sin embargo, la mayoría de ellos fue superada. Una vez aprobados los instrumentos y materiales para el levantamiento de data eran comunicados a todos los equipos de trabajo y distribuidos para su aplicación.

El sistema de trabajo de campo consistió en desarrollar empatías con los diversos actores del turismo. En el caso de los prestadores de servicios turísticos y de los organismos administrativos y responsables de la actividad turística fue necesario interactuar con ellos en sus diversos ámbitos y en los diferentes niveles de la escala organizacional. El reto no resultó sencillo, en especial dentro del

sector privado, sobre todo por el carácter delicado de la información solicitada: manejar indicadores económicos de las empresas llevó muchas veces a sus responsables a negar su participación en el estudio o a tratar de maquillar la rentabilidad, tanto con la pretensión de parecer un empresario sumamente magnánimo con su personal o que soportaba una carga laboral que implicaba una manutención desmesurada ante los verdaderos propósitos de rentabilidad. Por otro lado estaban quienes pretendían subvaluar la rentabilidad de la empresa por la desconfianza acerca de los propósitos de las investigaciones o ante el temor de filtrar información ante organismos del Estado o ante alguna empresa de su competencia; en estos casos ha sido determinante la trayectoria profesional y el reconocimiento del personal investigador dentro de los círculos de la actividad, por lo que se tuvo que recurrir a instancias de la superestructura tanto pública como privada (direcciones regionales de turismo y gremios empresariales de cada ciudad) y buscar también su respaldo institucional.

Como estrategia de acercamiento fue necesario generar un ámbito de confianza y empatía con los líderes empresariales y con los diversos informantes, que en muchos casos sirvió para conocer muy de cerca la problemática que atraviesan estas empresas y la necesidad de contar con un mayor respaldo institucional por parte de los órganos gubernamentales, que les permita desenvolverse en mejores condiciones y así poder ser más competitivos como empresas y como producto en el destino.

Para el desarrollo de subproyectos se vio la necesidad de contar con el apoyo de alumnos de los últimos ciclos de la Escuela de Turismo de la Universidad Nacional de Trujillo, quienes seleccionados de acuerdo al perfil requerido con iniciativa y carácter proactivo, requisitos indispensables para establecer el acercamiento y la empatía con las personas a las cuales se tenía que abordar. En suma, el método consistía en persuadir a los encuestados acerca de la importancia de su participación en las investigaciones; en ese sentido, la empatía lograda, tanto con los turistas como con los empresarios y los líderes de las empresas turísticas, nos permitió desarrollar con éxito el trabajo en la consecución de información muy valiosa del quehacer turístico en nuestra región, contribuyendo de esta manera

a la cuantificación y cualificación eficiente de las estadísticas del sector.

3. CONCLUSIONES

- Las investigaciones que viene realizando la Antena Norte Trujillo-Chiclayo promueven un trabajo serio y confiable con los responsables de los sectores público y privado.
- La organización y manejo que tiene la Antena Norte para obtener la data están provistos de recursos humanos altamente especializados y cuentan con un equipamiento que garantiza resultados eficaces para el desarrollo de las investigaciones.
- En sus inicios, las estrategias y procedimientos requeridos para el levantamiento de la data fueron muy difíciles y complejos, debido a que los usuarios y/o unidades de análisis no estaban en las mejores condiciones para colaborar y ser partícipes de las investigaciones que se venían aplicando.
- Los resultados obtenidos de la data permitieron conocer y determinar los efectos económicos de la actividad turística y su participación en el Producto Interno Bruto de la región, la generación de puestos de trabajo y su relación con la calidad de vida de los trabajadores del sector a través de las remuneraciones. Además, entre otros indicadores relevantes, se cuantificó la capacidad de oferta de los establecimientos de hospedaje y de restauración, los costos de operación y los precios de venta, así como la ocupabilidad y rotación que tienen estas empresas.

Bibliografía

CASTILLOY, Cecilia (1987) Turismo, Fundamento y Desarrollo. Lima: 2da Edición.

Comisión de las Comunidades Europeas (Eurostat), Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, Organización Mundial de Turismo, Naciones Unidas División de Estadística: "Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el Marco Conceptual". Publicación de las Naciones Unidas. Luxemburgo, Madrid, Nueva York, París. 2001.