

Una estrategia de cooperación institucional entre la academia y la administración pública para la medición de la Demanda Turística en el Municipio Maracaibo*

Nelly Caldera de Ugarte¹, Janet Cestary Colmenares¹, Leriz del V. Camacaro Sierra¹ y Maritza Rodríguez Silva²

¹Instituto de Investigaciones. Facultad de Arquitectura y Diseño. Universidad del Zulia.
²Departamento de Investigación Social. Escuela de Trabajo Social. Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas. Universidad del Zulia. E-mail: nacdu@hotmail.com / jcestary@hotmail.com / lerizc@cantv.net / marosil6@yahoo.com

Resumen

El artículo presenta una experiencia para la realización del proyecto de investigación de la Medición de la Demanda Turística a escala municipal, con la cooperación institucional entre la academia y la administración pública. Mediante la implementación de una estrategia en el marco de convenios genéricos basado en intereses comunes y disposición recíproca se logra el fortalecimiento de esta investigación. Además, se considera oportuna la vinculación de la presente investigación con la necesidad manifiesta de desarrollar, desde el Municipio, un programa de Estadísticas Turísticas a través de un Programa Conjunto de Actividades. La experiencia académica en este tipo de estrategia interinstitucional logra una relación efectiva entre la Universidad y el sector público, aprovechar eficientemente recursos humanos, tecnológicos y económicos y validar científicamente la teoría y la práctica de esta temática, inédita para el municipio Maracaibo.

Palabras clave: Estrategia, medición de la demanda turística, cooperación institucional, estadísticas turísticas municipales.

* Este artículo constituye un resultado parcial del proyecto subvencionado por el CONDES - LUZ. "La Medición de la Demanda Turística Urbana del Municipio Maracaibo. Características del Turista y del Viaje". IFAD-LUZ.

An Institutional Cooperation Strategy Between the Academy and Public Administration for Measuring Tourist Demand in Maracaibo Municipality

Abstract

This article offers an experience about a Municipal-Scale Tourist Demand Measurement to carry out a research project along with the institutional cooperation between the academy and public administration. Taking into account generic conventions framework, the implementation of a strategy is proposed in order to support this research which is based on common interests and reciprocal disposition. Besides, there is a pertinent link between this research and the need of developing a Tourist Statistics Program through a Set of Activities Program from the municipality. An effective relationship between University and public sector is achieved by the academic experience in this kind of interinstitutional strategy. That is to say, to make use of technological, economical and human resources efficiently as well as to scientifically validate theory and practice in this topic that is fairly new for Maracaibo Municipality.

Key words: Strategy, tourist demand measurement, institutional cooperation, municipal tourist statistics.

1. Introducción

El presente artículo da a conocer la experiencia de cooperación institucional oportuna entre la academia y la administración pública, así como también los avances de un proyecto de Investigación aplicada intitulada “Medición de la Demanda Turística Urbana del Municipio Maracaibo. Características del Turista y del Viaje”, el cual tiene como objetivo estimar el Número y definir el Perfil del Visitante que ingresa a la ciudad de Maracaibo por trimestres durante un año. Esta investigación surge en el Instituto de Investigaciones de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia (LUZ), con la aprobación y el financiamiento del ente rector de la investigación universitaria, Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de LUZ (CONDES - LUZ) para el año administrativo 2006-2007 .

La investigación se formula con una asignación presupuestaria ajustada a un monto determinado por el CONDES para un proyecto del área de las Ciencias Económicas y Sociales, y con el interés manifiesto de los actores institucionales claves para el turismo como lo son la Direc-

ción Municipal de Turismo de la Alcaldía de Maracaibo y la Corporación Zuliana de Turismo de la Gobernación del estado Zulia (CORZUTUR) que tienen competencias concurrentes en la definición de las políticas de turismo del municipio Maracaibo. Durante el desarrollo de la investigación se dan las respectivas participaciones bajo la figura de Convenios de Cooperación Mutua con la Universidad del Zulia, debido a la importancia que tiene esta investigación para el avance científico del conocimiento en la temática tratada y para el fortalecimiento de la gestión turística local y regional.

Para ello se implementa la estrategia de cooperación entre las instituciones dando inicio al Proyecto de LUZ, con el establecimiento de un “Programa Conjunto de Actividades” suscrito por las partes, en el marco de los convenios interinstitucionales existentes, vinculándolo a dos proyectos del sector oficial, como son el “Programa de Estadísticas Turísticas” de la Alcaldía del municipio Maracaibo, y el otro “Encuestas en núcleos de desarrollo endógeno de turismo y/o sitios de interés Turístico,” obedeciendo al mandato del Ministerio de Turismo MINTUR (

2005), bajo la gestión de la Corporación Zuliana de Turismo (CORZUTUR).

Como resultado de reuniones de trabajo, se acuerda iniciar el proyecto de investigación con el estudio exploratorio sobre “Medición de la Demanda Turística” específicamente para la temporada de Semana Santa 2006.

El propósito primario de la experiencia institucional con esta investigación turística es aplicar en forma práctica los basamentos teóricos adquiridos por el equipo de investigadores de LUZ, con la finalidad de continuar adquiriendo conocimientos científicos validados en la realidad local, referente a la temática de este componente básico del turismo como lo es el subsistema de la demanda turística, fundamental para entender la dinámica del espacio turístico en el Municipio, apoyar la toma de decisiones del sector público y contribuir desde la academia a la solución de un problema detectado, como lo es la inexistencia de registros turísticos confiables desde la perspectiva de la demanda.

La estrategia de cooperación institucional se inicia con la elaboración del Programa de Actividades dirigidas a cada institución, el cual contempla una serie de procedimientos o fases metodológicas establecidas por la investigación académica, que llevadas a cabo conjuntamente y en forma sistemática, permiten concentrar esfuerzos, recursos humanos, económicos y tecnológicos para el diseño, validación y aplicación en campo de un instrumento de medición (encuestas), dando como resultado una primera aproximación a la estimación del número de visitantes y a la definición del perfil del turista que ingresa al municipio en temporada de Semana Santa 2006.

2. Justificación de la Investigación

El interés y pertinencia por realizar esta investigación desde la academia se fortalece con la necesidad de coadyuvar con el ente administrador del Turismo Municipal, y participar con el ente administrador turístico Estatal, a configurar entre las tres instituciones los registros turísticos con rigurosidad científica necesaria para medir la dimensión de la demanda turística según una programación específica.

Los vínculos institucionales establecidos con los entes administradores del turismo ya referidos, permiten la transferencia de información, metodologías y bases científicas sobre las cuales se puedan orientar políticas públicas para el desarrollo del turismo a nivel local, y a la academia le permite ampliar los conocimientos científicos, formar

recursos humanos tanto de las instituciones públicas como del sector universitario en el pregrado y en el postgrado, establecer contacto con el sector productivo turístico y contribuir al desarrollo de las políticas de investigación de la universidad venezolana.

Los resultados de esta investigación referidos a la medición de la demanda turística, también arrojan datos requeridos por las instituciones participantes, para estructurar estrategias económicas y sociales, promover el desarrollo de la imagen del turismo urbano del Municipio, basado en primera instancia en las potencialidades turísticas (recursos-atractivos) del Municipio, así como también en las motivaciones del visitante y en la calidad de los servicios ofertados. Según refiere Fuentes (2006: 54) “uno de los efectos globales más importantes que puede tener el sector turístico dentro de una economía es la capacidad para actuar como actividad motriz o pautadora”....explica, además que “el sector turístico tiene la capacidad de establecer una cantidad muy importante de vínculos intersectoriales lo que puede redundar en la capacidad del sector para generar una economía de escala”.

Está demostrado que el turismo implementado en forma planificada partiendo de datos - registros turísticos con base científica, se constituye en una actividad productiva importante del sector terciario de la economía por su impacto positivo en la generación de empleos, desarrollo empresarial diversificado, específicamente en los servicios de recreación y ocio para visitantes y residentes como el alojamiento, los alimentos y bebidas, las agencias de viaje, los servicios de esparcimiento, los acontecimientos programados, el transporte y en otros servicios conexos al turismo, como son los comerciales, la construcción, “asistencia médico-sanitaria, seguros turísticos y de viajes, los cambios de divisas y servicios bancarios” (Fuentes, 2006:41) entre otras actividades económicas alternativa de ingresos para la comunidad urbana receptora de un municipio con vocación e incipiente demanda turística .

En este sentido, Pedreño (1996) acota que un desarrollo turístico basado en la captación de una demanda sustentada en el potencial de los recursos disponibles, incide en la preservación de la imagen turística de una localidad y refiere la importancia de diseñar políticas de comercialización del producto turístico de acuerdo a los diversos perfiles de turistas acorde a sus motivaciones y otras características identificadas en el estudio de la medición de la demanda.

Los primeros aportes cuantitativos y cualitativos derivados de los resultados obtenidos en esta investigación

aplicada al municipio Maracaibo, correspondientes a la primera medición realizada en “Semana Santa 2006”, específicamente todos aquellos resultados-indicadores relacionados con el turismo urbano, constituyen una fuente de información confiable de datos en una determinada temporalidad, de utilidad oportuna para el diseño de políticas públicas de desarrollo turístico municipal, específicamente para próximos periodos vacacionales similares. También contribuye con la orientación de acciones de otros agentes turísticos (empresas del sector, cooperativas, asociaciones, agentes inversionistas, entre otros).

3. Enfoque conceptual de la Investigación para la Medición de la Demanda Turística

El tipo de investigación turística realizada para la Medición de la Demanda Turística, se catalogó según su naturaleza como *aplicada*, definiéndose como “el conjunto de procesos, organizado y sistemático, destinado a obtener la información necesaria para que la toma de decisiones en materia turística, respecto del mercado, se lleve a cabo con el mínimo de incertidumbre y riesgo” (Fuentes 2006:69).

Se trata de la recolección, interpretación y análisis de datos referidos a la demanda turística urbana del municipio Maracaibo. De acuerdo a la naturaleza de la información, esta investigación es del tipo *cuantitativa*, dado que se realizan análisis cuantitativos de la muestra. Así mismo es una investigación *de campo*, según la fuente-origen de la información, que al no existir previamente datos deben obtenerse por primera vez, utilizándose la encuesta como instrumento de medición; y según el objeto-función de la información, es *descriptiva*, orientándose a la recolección de datos e información relacionada con el estado real de situaciones o fenómenos tal cual como se presentan en el momento de su recolección.

Además, se considera de tipo *transversal* donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, es decir “debido a que el análisis de la variable estudiada, se efectuó en una sola oportunidad” (Namhira y col, 1997: 13).

La conceptualización del objeto de estudio se fundamenta en la definición de turismo como un fenómeno de “demanda” que se origina cuando las personas se trasladan desde el entorno habitual de trabajo y vida cotidiana a lugares diferentes convirtiéndose en visitantes.

Según la OMT, se asume como visitante, “toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual por una duración inferior a 12 meses y cuya finalidad

principal del viaje no sea la de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado” (OMT, 1998:14).

Existen distintos colectivos de visitantes, según la OMT (1998), el turista es el visitante que pernocta, “un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o lugar visitado” (OMT, 1998:15); y el excursionista es el visitante que no pernocta o visitante del día.

De acuerdo a lo planteado por el Dr. Torres Bernier (2005), se recomienda que para el estudio de la medición de la demanda para un destino en donde no existan registros estadísticos turísticos, como es el caso tratado, es pertinente dar inicio a un estudio exploratorio que permita el conocimiento de aspectos referidos al perfil socio-económico del visitante, las características del viaje, la opinión sobre los lugares visitados y gastos del viaje asumiendo solo aquellos efectuados por el visitante en el propio destino visitado, tomando en consideración los rubros o categorías como alojamiento, alimentos y bebidas, compras (artesanías, regalos, souvenir), transporte interno, recreación (entretenimientos, paseos guiados) y otros (especificándolos).

En aquellos estudios más específicos donde el objetivo fundamental es la determinación del impacto económico, se recomienda aplicar, por ejemplo, la metodología de la Cuenta Satélite de Turismo (OMT, 1998), que considera entre otros aspectos importantes, los gastos antes, durante y después del viaje.

En este sentido, cabe mencionar que el énfasis de la variable objeto de estudio para la investigación, fue la caracterización de la demanda turística urbana, a través de la descripción del perfil del turista (visitante o excursionista real), en función de las variables socio-económicas, psicográficas, que se relacionan con sus actitudes, intereses, opiniones, estilo de vida y variables relativas al gasto en servicios turísticos.

4. La cooperación Institucional entre la Academia y la Administración Pública

La importancia del estudio para la medición de la demanda turística del Municipio radica en obtener información de una situación real que permite registrar datos para estimar el número de visitantes en un determinado periodo del año, así como también identificar las características del turista y del viaje.

En Venezuela la realización del estudio de la demanda turística recae en dos organismos públicos con competencia turística, uno el ente rector estatal y el otro el ente administrador de la actividad turística en el Municipio, las actuaciones de estas autoridades oficiales deben realizarse con la cooperación del sector privado, en concordancia con los lineamientos dictados por el Ministerio de Turismo en el Plan Nacional Estratégico de Turismo, según lo establecido en la Ley Orgánica de Turismo (2005) en su artículo 27, capítulo II, punto 7, y en el artículo 29, capítulo III, punto 3, respectivamente.

El Reglamento General de Investigación de la Universidad del Zulia (1996) refiere la finalidad que tiene la investigación universitaria para la creación, el avance o innovación del conocimiento adquirido o su adaptación a las condiciones particulares del país, en interés del desarrollo regional y para beneficio de sus grandes mayorías.

Igualmente destaca entre los objetivos de la investigación universitaria dos que tienen significado específico con el tema tratado en este artículo como son:

- Contribuir a la solución de problemas regionales y nacionales y al mejor conocimiento de la realidad, en este caso con la participación de los entes rectores con competencias directa en el desarrollo de la actividad turística en el municipio Maracaibo.
- Sustentar los postgrados a nivel de Maestría y Doctorado en Turismo, activos en esta Universidad con programas y proyectos de investigación turísticos.

Estos aspectos normativos de la academia han sido el punto de partida para estructurar e implementar el proyecto de investigación con la cooperación institucional de los dos entes rectores administradores públicos del turismo.

La información requerida para esta investigación, proviene de diversas fuentes externas a la academia, en virtud a que se encuentra relacionada a la gestión de entidades oficiales que en el ejercicio de sus propias actividades, requiere la información del sector turismo, Acerenza, M. (2002) En consecuencia es pertinente, oportuno y necesario establecer el vínculo de cooperación interinstitucional, que viabiliza el cumplimiento de las competencias de cada institución, lo que sienta las bases para la creación de una estrategia de cooperación entre los sectores referidos (la academia y la instituciones públicas).

Según Rodríguez y Alemañy citado por Ronda, G (2006) la estrategia, “es una herramienta de dirección que facilita procedimientos y técnicas con un basamento científico, que empleada de manera iterativa y transfuncional, contribuyen a lograr una interacción proactiva de la orga-

nización con su entorno, coadyuvando a lograr efectividad en la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida la actividad de la misma”, cuyo sentido se asocia a la razón de ser de la experiencia realizada.

Bajo esta perspectiva, la estrategia de cooperación institucional utilizada en esta investigación logra compatibilizar intereses coincidentes en materia turística, a través del poder del conocimiento generado desde la academia, coadyuva a complementar los recursos humanos, tecnológicos y financieros disponibles en cada institución, establece bases científicas y metodológicas para la organización de registros turísticos confiables de utilidad para la toma de decisiones en el ámbito turístico respecto del mercado, por parte de las instituciones públicas competentes de reciente creación y sin ninguna experiencia en el área.

Así mismo H. Koontz citado por Ronda, G. (2006), indica que “las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada”.

Esta investigación esta liderizada por el sector académico, sobre el cual recae la responsabilidad de la coordinación, el asesoramiento direccional y la implementación del Programa Conjunto de Actividades para alcanzar el objetivo común establecido, decisión delegada por consenso institucional al sector académico, por ser la fuente generadora del conocimiento dada la experiencia en la docencia, investigación y extensión en la temática de la planificación del turismo, y como valor agregado a los postulados citados anteriormente, cabe destacar la existencia de una voluntad política por parte de las instituciones gubernamentales involucradas en este proyecto.

Una de las fortalezas alcanzadas es la reciprocidad institucional en el uso de los recursos disponibles, la especialización y entrenamiento de recursos humanos, la actualización de conocimientos y experiencias y la vinculación de la investigación universitaria a la gestión de los entes administradores del turismo en la medición de registros turísticos en el municipio Maracaibo y en el estado Zulia. Caldera et al. (2002).

Como complemento, la estrategia implementada concuerda con lo expuesto por Clemenza et al. (2004: 105.), en cuanto a que.... “la política de investigación actual debe estar sustentada en la necesidad real del entorno productivo asumiendo una actitud estratégica entre las partes que permita desarrollar alianzas en pro de lograr beneficios mutuos”.

La estrategia de cooperación en esta investigación, esta sustentada en torno a la figura jurídica de dos convenios institucionales, que contemplan las diferentes acciones conducentes a promover el cumplimiento de funciones ad-hoc de cada institución relacionada con el campo de la medición de la demanda turística local, como son:

- Sensibilización a los actores a través de exposiciones del proyecto para conseguir apoyo logístico complementario para llevar a cabo las mediciones dado los exiguos recursos recibidos por parte de la academia (CONDES-LUZ).
- Establecimiento del grado de compromiso de cada una de las instituciones participantes de acuerdo a sus competencias legales, en diferentes reuniones periódicas de trabajo.
- Formalización de dos Programas Conjuntos de Actividades a ejecutarse en el marco de los convenios genéricos ya existentes para la fecha del inicio de la investigación, entre la Universidad del Zulia con cada una de las instituciones públicas participantes.
- Aplicación de las actividades establecidas en el Programa Conjunto de Actividades estructuradas en función de una metodología consensuada por las partes.
- Presentación de los resultados obtenidos (Boletín estadístico).

5. Metodología para el desarrollo del Programa de actividades realizadas

Para la medición de la Demanda Turística Urbana en el Municipio, el Programa Conjunto de Actividades antes referido, se desagrega en un plan de actividades para cada una de las instituciones estructurado de acuerdo a las siguientes fases Metodológicas.

a. Diseño del instrumento de medición: El equipo de investigadores de la academia (LUZ) diseña un instrumento de recolección de datos denominado “Estudio Exploratorio para determinar el Perfil del Visitante del municipio Maracaibo”, en función de los objetivos establecidos para la medición requerida y con base en otros instrumentos con fines similares aplicados en el ámbito nacional e internacional, tales como: MINTUR-2005, SOPDE-España, entre otros.

Las preguntas del instrumento se diseñan con respuestas abiertas y cerradas, de selección simple o múltiple, y con preguntas de opinión sobre el Municipio, se utiliza la

escala de muy bueno, bueno, regular, malo, muy malo, no sabe y no responde.

Para la Caracterización del Perfil del Visitante del municipio, el Instrumento de medición contempla cuatro aspectos:

1. Identificación del perfil socio-económico del visitante: Referido al análisis de las variables que definen al visitante en cuanto a: estado civil, edad, género, nivel educativo, ocupación e ingreso mensual.

2. Identificación de las características del viaje: Referido a las siguientes variables: lugar de residencia del visitante, motivo principal de la visita, acompañantes, grupo viajero (tamaño, edad, género, residencia permanente y ocupación), tipo de alojamiento utilizado, noches pernoctadas, tipo de transporte utilizado, lugares visitados, actividades realizadas, fidelidad (frecuencia), estacionalidad y organización del viaje.

3. Identificación de los Gastos del viaje: contempla variables referidas al gasto diario total y discriminado por los rubros de alojamiento, alimentos y bebidas, compras, transporte interno, recreación y otros, realizado por el visitante que viaja solo o el gasto total realizado por el grupo viajero, ya sean turistas o excursionistas.

4. Opinión de los visitantes: contempla las siguientes variables: grado de satisfacción en cuanto a la experiencia vivida, recomendaciones de la visita a otros, repetición de la visita, servicios, seguridad, vialidad, información turística, tráfico, estacionamiento, señalización, mantenimiento del entorno, lugares visitados, hospitalidad, alojamiento, alimentos y bebidas, precios y clima.

b. Validación del instrumento: El instrumento de medición utilizado fue previamente sometido a una validación y revisión por parte de expertos de la Universidad de Málaga (UMA), LUZ, CORZUTUR y de la Municipalidad en reuniones conjuntas con el Equipo de LUZ, donde se realizaron los ajustes pertinentes para su posterior aplicación en campo.

c. Definición y selección de los lugares de aplicación: Los representantes de la Municipalidad y del Estado, en acuerdo con el equipo de LUZ, seleccionan como lugares de aplicación de la muestra: la instalación receptora de transporte terrestre colectivo público del Municipio, una plaza emblemática en el centro histórico de la ciudad, representativa del Municipio y acondicionada para la recepción de visitantes (turistas y excursionistas) y residentes, y los Hoteles categorizados y no del Municipio, miembros del gremio hotelero Estatal.

d. Organización del levantamiento de datos en campo:

Se realiza una serie de tareas previas al levantamiento en campo referidas a: d.1) definición del tamaño de la muestra según lugar seleccionado, d.2) periodo anual de aplicación, d.3) selección, entrenamiento de encuestadores, supervisores y apoyo logístico, para la recolección de la información en campo, d.4) diseño de la base de datos, d.5) control de calidad de la data, entrenamiento del personal para el vaciado, procesamiento de las encuestas, supervisión y seguimiento, d.6) construcción de la base de datos, d.7) análisis de la data, d.8) elaboración de informe técnico, d.9) elaboración de boletín estadístico. Para ello se hace necesario desgargarlo en los tres siguientes aspectos:

d.1. La definición del Tamaño de la Muestra según lugar seleccionado: se definió de acuerdo a los resultados de la realización de un estudio exploratorio aplicado por la Oficina Municipal de Turismo de la Alcaldía de Maracaibo, en la instalación receptora de transporte terrestre colectivo público del Municipio (terminal de pasajeros de Maracaibo) en la temporada de carnaval 2006, tomando en consideración que el 70% de los visitantes al municipio son vacacionistas y el 30% restantes no lo son, de esta manera se obtiene el tamaño de la muestra mínima de encuestas a ser aplicada.

Para definir el tamaño de la muestra a ser aplicada en la plaza emblemática en el centro histórico de la ciudad (Plaza Monumento a la Chinita), se toma en cuenta el número de encuestas establecido por el MINTUR, según el soporte teórico de la Encuesta de Núcleos de Desarrollo Endógeno y/o sitios de Interés turísticos a ser aplicados en la temporada de Semana Santa 2006.

En cuanto a la definición del tamaño de la muestra para los Hoteles del Municipio, preferiblemente categorizados, y miembros del Gremio Hotelero Estadal, se toma en consideración los porcentajes de ocupación de los hoteles para el mismo mes del año anterior.

Una vez determinado el número total de la muestra para cada lugar seleccionado, se procede a realizar un registro cuantitativo de encuestas a ser entregada a los encuestadores.

d.2. Periodo anual de aplicación: temporada de Semana Santa, en los últimos tres días del asueto durante el retorno de los vacacionistas a su lugar de procedencia, tanto en la instalación receptora de transporte terrestre colectivo público del Municipio (zonas de carros por puesto, colectivo, expreso y minibús), como en la Plaza emblemática en el centro histórico de la ciudad, y el día sábado del asue-

to se aplica en los hoteles seleccionados de acuerdo a las diferentes clasificaciones (de 1 a 5 estrellas).

d.3. Selección, entrenamiento de encuestadores y supervisores y apoyo logístico, para la recolección de la información en campo.

1. Instalación Receptora de Transporte Terrestre Colectivo Público del Municipio: Participación de funcionarios (encuestadores y supervisores) del Instituto Nacional de Estadística (INE), contratados por la Municipalidad, y entrenados por el equipo de LUZ.

La logística relacionada con la preparación del material, fotocopiado, preparación de carpetas, entrega a cada grupo de encuestadores, y traslados a los sitios seleccionados, queda a cargo del ente turístico de la Municipalidad, así mismo la recopilación y organización de los instrumentos llenados en campo, se entregan al equipo LUZ, para el proceso de control de calidad, procesamiento y elaboración del informe técnico respectivo.

2. Plaza Emblemática en el Centro Histórico de La Ciudad: Participación de técnicos superiores en Turismo contratados por el ente rector Estadal del turismo y entrenados como encuestadores por el equipo de LUZ.

La logística relacionada con la preparación del material, fotocopiado, preparar carpetas, entrega a cada encuestador, y traslados se realizó con la participación conjunta del ente rector Estadal del turismo y el equipo de LUZ.

El primero se encarga de la recopilación y organización de los instrumentos llenados en campo, posteriormente se entregan al equipo de LUZ para el proceso de control de calidad, procesamiento y elaboración del informe técnico respectivo.

3. Hoteles del Municipio y miembros del Gremio Hotelero Estadal: participación de estudiantes de la asignatura electiva de "Geoinformación para la Planificación del Turismo" del pregrado de la Facultad de Arquitectura y Diseño de LUZ, los cuales colaboran como encuestadores bajo el entrenamiento del equipo de LUZ.

La logística relacionada con la preparación del material, fotocopiado, preparar carpetas, entrega a cada grupo de encuestadores, y traslados quedó a cargo del equipo de LUZ, además de la recopilación y organización de los instrumentos llenados, del proceso de control de calidad, procesamiento, análisis de la data y elaboración de tablas.

d.4. Diseño de la Base de Datos

El Diseño de la Estructura de la Base de Datos la realiza el equipo de LUZ. Se parte del análisis del instrumento de medición aplicado, considerando todas las variables es-

tudiadas, para construir la tabla genérica y elaborar en formato digital la correspondiente base de datos en un programa estadístico específico para tal fin.

En la Tabla genérica para la Estructura de la Base de Datos (Tabla 1), se contemplan cada una de las variables definidas para el estudio de la medición de la demanda turística desagregado en los siguientes componentes: Número del ítem, definición de la variable, código, tipo de variable, valor que asume, y longitud, según las siguientes definiciones operacionales:

a. No: número del ítem o variable.

b. Ítem: se relaciona con la categoría de las preguntas realizadas en el instrumento de medición.

c. Definición de la variable: describe un determinado ítem.

d. Código: signo de ocho caracteres que identifica un determinado ítem.

e. Tipo de variable: numérica o alfabética.

f. Valor que asume: cada una de las posibles respuestas dadas para esa variable.

g. Longitud: número de caracteres máximo para cada valor que asume.

A continuación un ejemplo de la tabla genérica con algunos datos obtenidos (Tabla 1):

d.5. Control de calidad de las encuestas aplicadas, entrenamiento del personal para el vaciado, procesamiento de las encuestas, supervisión y seguimiento

En cuanto al control de calidad, el equipo LUZ es el encargado de realizar la revisión de cada una de las encuestas llenadas de forma manual, con la finalidad de detectar y corregir en la medida de lo posible los errores de la data recabada así como también, evaluar la pertinencia de introducir modificaciones a que haya lugar en el instrumento de medición a ser utilizado en futuras aplicaciones, contando ade-

más con la colaboración de un personal asignado por el ente rector Estatal del turismo, proceso que incluye:

- Enumerar las encuestas secuencialmente luego de ser aplicadas y entregadas por los encuestadores al equipo LUZ para ser totalizadas y cotejadas con el número de encuestas entregadas para el levantamiento en campo.
- Identificar errores, casillas en blanco o sin respuestas.
- Listar y clasificar respuestas de las preguntas abiertas: básicamente referidas a “otros”, “¿cuántas?”, “¿cuáles?”, entidad de residencia permanente, ocupación e ingreso mensual en dólares, de los encuestados y/o del grupo viajero, gustos y preferencias.
- Verificar correspondencia de respuestas con preguntas formuladas.
- Evaluar el trabajo realizado por el encuestador en campo.

d.6. Construcción de la Base de Datos

Consiste en la transcripción a un programa estadístico automatizado, de los componentes de la estructura de la base de datos diseñados previamente, para construir la base de datos requerida, en la cual se procede al vaciado de toda la data recabada, obteniéndose así el marco muestral.

d.7. Análisis de la data

Se refiere al proceso automatizado de consultas al programa estadístico seleccionado para determinar la frecuencia de respuestas obtenidas para cada una de las preguntas del instrumento de medición, lo cual se traduce en reportes tabulados o en gráficos, según los requerimientos de la investigación.

d.8. Elaboración de informe técnico

Se procede a elaborar por parte del equipo LUZ, un informe técnico donde se presentan las tablas resultantes y el análisis correspondiente, bajo las normas de presenta-

Tabla 1. Estructura de la base de Datos. Tabla Genérica.

No	Ítem:	Definición de la variable	Código	Tipo de variable	Valor que asume	Longitud
1	En que sitio se ha alojado o piensa alojarse	Alojamiento	alojamie	Alfabética	1. hotel 2. pensión 3. vivienda propia 4. vivienda de familiares y amigos 5. otros	31
2	Numero de personas	Grupo viajero	numpers	Numérica	n	3

Fuente: Investigación Medición de la Demanda Turística en el municipio Maracaibo. Características del Turista y del Viaje. IFADLUZ. Año 2006

ción de informes científicos, el cual es dirigido a cada una de las instituciones publicas participantes.

d.9. Elaboración de Boletín Estadístico

Otro de los productos de la investigación es el Boletín Estadístico el cual muestra de manera ilustrativa un resumen de la información del análisis de la data en forma gráfica y textual. Este producto es de utilidad para los prestadores de servicios turístico, investigadores, estudiantes en materia turística, profesionales del área, asociaciones, cámara hotelera, entre otros.

6. Consideraciones finales

La experiencia de cooperación institucional entre la academia y los dos entes turísticos de la administración pública mediante la estrategia implementada, constituye un punto de partida para contribuir desde la investigación turística universitaria a solventar el problema de ausencia de registros turísticos del Municipio, desde la perspectiva de la demanda. Como complemento se fortalecen las relaciones institucionales, dado que se complementan con eficiencia los recursos humanos económicos y tecnológicos de los entes participantes por un objetivo de interés común.

La estrategia capitaliza nuevos conocimientos a investigadores, administradores turísticos públicos, prestadores de servicio privados, estudiantes de pregrado y postgrado en las áreas de informática, estadística, diseño grafico, urbanismo y planificación del turismo. Al mismo tiempo conjuga procedimientos complementarios, y abre un espacio adecuado para la retroalimentación de conocimientos teóricos y prácticos entre los investigadores, funcionarios públicos encargados de la gestión turística municipal, estatal y el sector privado.

Lo más significativo de esta estrategia, enmarcada en un tiempo corto durante la gestión de la investigación universitaria, es que se logra una vinculación efectiva entre la Universidad y el sector productivo turístico, y se obtienen unos resultados reconocidos por parte de las instituciones participantes, que se constituyen en referencias validadas para futuras aplicaciones en próximos eventos locales, nacionales e internacionales, que tendrá al Municipio como destino turístico, por ser un lugar de recepción de visitantes con fines turísticos.

Se espera que la modalidad de una estrategia como ésta, aplicada entre los entes rectores y administradores del turismo en el ámbito municipal y estatal, respectivamente y la academia universitaria, se consolide como una

plataforma de apertura a nuevos escenarios en el avance de nuevos conocimientos y aporte de soluciones en materia turística, a través de la realización a futuro de otras investigaciones referidas a la medición de la demanda turística o cualquier otra variable en lo que a planificación integral para el desarrollo del turismo se refiere.

7. Agradecimiento

El equipo LUZ agradece al Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la Universidad del Zulia (CONDES- LUZ) por el financiamiento de esta investigación, de igual manera, nuestro especial agradecimiento por la cooperación de los representantes municipales, estatales, y privados que hicieron posible la aplicación de esta estrategia y el desarrollo de esta fase de la investigación.

8. Referencias Bibliográficas

- ACERENZA, M. (2002). Administración del Turismo. Planificación y Dirección. Editorial Trillas. México. Vol. 2 pp.243.
- ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA. Ley Orgánica de Turismo (2005). Caracas, Venezuela. Gaceta Oficial Nº 38.215, junio 23 del 2005.
- CALDERA DE U., N.; CESTARY, J.; CAMACARO, L.; CUBERO, R. (2002). Alianza Estratégica Institucional entre el SIGTUR ZULIA y la Cuenta Satélite de Turismo de Venezuela. *Turismo en Analisse*. Sao Paulo, Brasil. Vol. 13 (1): 79-89.
- CAMACARO, L.; RODRIGUEZ, M.; CALDERA DE U., N.; CESTARY, J.; MILLANO, I. (2006). Análisis de las Estadísticas de la Temporada de Semana Santa 2006. Segundo Informe Técnico. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.
- CLEMENZA, C.; FERRER, J.; ARAUJO, R.; (2004). La investigación Universitaria como vía de fortalecimiento de la relación Universidad – Sector Productivo. Caso Universidad del Zulia. Vol 4 (2):104-112.
- CONSEJO UNIVERSITARIO UNIVERSIDAD DEL ZULIA. Reforma parcial al Reglamento General de Investigación (1996). Maracaibo, Venezuela. Gaceta extraordinaria – LUZ – Reglamentos Volumen XVII.
- FUENTES, R. (2006). Técnicas de Investigación en el Sector Turístico. Modulo de apoyo didáctico, Doctorado Conjunto LUZ- Universidad de Málaga, España. Facultad de Arquitectura y Diseño de LUZ., Maracaibo, Venezuela.
- MINISTERIO DE TURISMO. VICEMINISTERIO DE SERVICIOS TURISTICOS. Manual del Encuestador. Encuesta en Núcleos de Desarrollo Endógenos Turísticos y/o Sitios Turísticos (2005). Caracas, Venezuela.
- NAMHIRA, D.; MÉNDEZ, I.; SORA, C.; MORENO, L. (1997). El protocolo. México. Trillas. 168 p.

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO–OMT (1998). Cuenta Satélite de Turismo. Marco Conceptual. Madrid, España. 140 pp.
- RONDA, G. (2006). El Concepto de Estrategia. (Documento en línea). Disponible: <http://www.gestiopolis.com/canales/generacional/articulos/34/estrategia.htm> (consulta: 2006, noviembre 1).
- PEDREÑO, M. Andrés y otros (1996). **Introducción a la Economía del Turismo en España**. Editorial Civitas. Tratados y manuales. Madrid. España. 438 pp.
- TORRES-BERNIER, E. (2005). **Métodos y Técnicas de Investigación Turística**. Modulo de apoyo didáctico, Doctorado Conjunto LUZ- Universidad de Málaga, España. Facultad de Arquitectura y Diseño de LUZ., Maracaibo, Venezuela.
-