

Las tarifas turísticas representan un factor decisivo para elegir un lugar de viaje. De ahí la importancia de que una ciudad tenga datos claros sobre los costos que deben asumir sus visitantes y así determinar si es un destino competitivo. Gracias a un convenio entre el Centro de Investigaciones para el Desarrollo (CID) de la UN y el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá se dio el primer paso en el país para construir una herramienta que permitirá definir un índice de precios de este tipo, el cual se enriquecerá en la medida que se vaya consolidando la información turística de la Capital.

Bogotá D.C., junio 11 de 2015 (Comunicaciones FCE - CID). Establecer cuánto invierte un turista en hotel, transporte, alimentación, compras y diversión, entre otros consumos, no es tarea fácil, debido a la diversidad de gustos personales involucrados a la hora de tomar decisiones. De hecho, muy pocas ciudades en el mundo cuentan con información detallada al respecto. Por eso, al igual que lo han hecho otras urbes, Bogotá decidió construir su propia herramienta para establecer su Índice de Precios del Turismo (IPT), con el fin de acercarse a la estructura de gasto de un visitante promedio y crear estrategias que atraigan más personas.

Las entidades encargadas de esta tarea, a través de un convenio interadministrativo, fueron el Centro de Investigaciones para el Desarrollo (CID) de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Colombia y el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá. Los resultados fueron presentados por los profesores Gustavo Junca y Héctor Cárdenas el pasado 27 de mayo, durante la tercera edición de este año del Seminario CID.

En primera instancia, el profesor Junca aseguró que, a pesar del constante crecimiento del turismo en el país, aún no se cuenta con información confiable sobre el consumo efectivo que hacen los visitantes durante su estadía; además, si bien algunos indicadores hacen un acercamiento importante, se quedan cortos en los datos recolectados, pues no son suficientes como para hacer análisis más profundos o realizar comparaciones internacionales.

Los investigadores del CID, quienes realizaron el estudio entre los años 2013 y 2014, iniciaron su trabajo identificando el tipo de turismo de la Capital de la República, los índices que se estaban utilizando y la experiencia internacional en el tema. Según Junca, el IPT es indispensable para hacer comparaciones internacionales sobre las tarifas de los diversos servicios disponibles (con información real y actualizada) y comprobar si el valor corresponde a lo que se ofrece.

Un índice para tomar decisiones

En la investigación, los expertos hallaron que los distintos trabajos sobre construcción de IPT elaborados en el mundo parten de dos categorías esenciales de estudio: la unidad básica de turismo (quien viaja de un país a otro distinto de su lugar de residencia, durante un período no superior a 12 meses, cuya principal actividad es de carácter turístico) y la caracterización del gasto del turismo.

Este segundo aspecto se refiere al gasto total hecho por un visitante durante el tiempo de viaje y en el lugar de destino. Incluye el consumo de bienes durables así como la compra de regalos (souvenirs). De igual manera, los costos de preparación del viaje o compras en avance hechas desde el país de origen (tiquetes, hoteles, alquiler de vehículos, entre otros).

Para la construcción del IPT de Bogotá se acudió a las estadísticas del Índice de Precios al Consumidor (IPC) reportadas por el DANE (disponible mensualmente desde 1999) para obtener información de los valores de los bienes y servicios adquiridos por los turistas. En particular, se tomó como referencia los productos característicos y conexos al turismo establecidos por la Organización Mundial del

Turismo (OMT), agrupados en seis categorías: alimentos y bebidas, transporte (hacia y desde el destino), transporte público en el lugar, alojamiento, bienes de uso personal, servicios culturales y recreacionales y otros gastos relacionados con el viaje.

Los investigadores explicaron que una limitación al usar la información del IPC es que, para ciertos propósitos, los datos recolectados pueden no ser los mismos que fueron pagados por los turistas, principalmente los precios de alojamiento. Por este motivo, es frecuente el uso de encuestas para actualizar las tarifas de los hoteles que aproximen los precios en su conjunto. En este caso, se tomaron las cifras de Cotelco entre enero de 2005 y junio de 2013; no obstante, se trataba de una fuente de datos limitada debido a que no se incluyen otros tipos de hospedajes (personas que llegan a casas de amigos o familiares y hostales). También se acudió a la encuesta de viajeros realizada por el Instituto Distrital de Turismo, un insumo importante pero que tiene la desventaja que es más de carácter cualitativo que cuantitativo.

Una vez se analizó toda la información disponible, el equipo investigador construyó los componentes del índice para Bogotá. “Realizamos modelos econométricos a través de la metodología de Box and Jenkins, que a través del comportamiento histórico de una misma

variable permite construir un modelo y lograr una estimación de la variable al futuro”, indicó el profesor Junca.

En ese sentido, el principal resultado del estudio fue entregar una herramienta de cálculo del Índice de Precios del Turismo, que permitirá pronosticar el comportamiento futuro de diversos componentes (hospedaje, compras, alimentos, etc.) para así tener una proyección que guíe la toma de decisiones de políticas, planeación y seguimiento en turismo, entre otros.

Turismo bogotano en cifras

- En 2012 llegaron 1.692.822 viajeros extranjeros a Colombia; de éstos, 903.657 se quedaron en Bogotá, o sea que atrae el 53% del turismo internacional.
- En el 2012 el crecimiento de turistas extranjeros que llegaron a Bogotá fue del 4,6%.
- Entre los años 2012 y 2013 la ocupación hotelera en Bogotá fue del 61,1%.
- En el 2013, los turistas internacionales que llegaron a la Capital del país distribuyeron sus gastos en turismo así: 11% en alojamiento; 23,6% en alimentación; 22,8% en transporte interno; 7,9 en comunicaciones; 16,8% en diversiones y 18% en otras compras. (Fuente: IDTB)