

014.39
A17

MFW-131

39729

Acuerdo:

TX

UNaM-CFI

Estudio:

Sistema de estadísticas de turismo para la Pcia de Mnes.

ESTUR

CARACTERIZACION DEL TURISMO

EN EL AREA DE IGUAZU



Lic. en Turismo Víctor Torres

Lic. en Turismo Zulma Gerula

Octubre 1994

INDICE

Introducción	1
Capítulo 1:	
Caracterización del Turismo Visitante al P.N.I.	2
Capítulo 2:	
Caracterización del Turista Alojado	
en la Ciudad de Iguazú.....	10
Capítulo 3:	
Conclusiones Generales	18
 Apéndice Metodológico.....	21
Anexos	25

INTRODUCCION

El presente documento plantea un análisis cualitativo y cuantitativo de los visitantes al área de Iguazú. La información utilizada para tal fin se desprende del trabajo de campo realizado por el estudio "Sistema de Estadísticas de Turismo para la Provincia de Misiones".

En particular, la estructura del presente informe responde a los esquemas de entrevistas pautados por el estudio de referencia.

El primer capítulo toma los datos que surgen de las encuestas realizadas a los visitantes en el Parque Nacional Iguazú (en adelante P.N.I.).

Estas fueron relevadas en forma consecutiva y mensual entre Agosto de 1993 y Julio de 1994, constituyéndose en la base de datos para el primer capítulo: Caracterización del Visitante al P.N.I.

El análisis que se propone, está en relación con las recomendaciones efectuadas en el convenio que da origen al estudio y que tienen que ver con las categorías del visitante al P.N.I.

Así tenemos que pueden distinguirse "turistas" de "excursionistas"; reconociendo a los primeros como aquellos visitantes al parque cuyo pernocte es en el Area Turística de Iguazú.

Por excursionistas a quienes visitan el parque , pero se hallan en tránsito, pernoctando en alguna otra localidad de Misiones distinta a la de Iguazú o lo hacen en alguna Ciudad de Brasil y/o Paraguay .

Esta aclaración resulta de suma importancia para el lector, ya que el desarrollo del primer capítulo se realiza en función de estas categorías .

El segundo capítulo toma como fuente de datos las entrevistas realizadas a los visitantes alojados en distintos establecimientos del Area Turística de Iguazú; es decir que para la clasificación anterior, se trata de turistas.

Las mismas se relevaron en función de las temporadas turísticas preestablecidas, totalizando seis relevamientos a lo largo del estudio.

A diferencia de la encuesta llevada a cabo en el P.N.I., la entrevista a los turistas en los diferentes alojamientos, nos permite abordar, además de las características generales, aspectos relacionados con los hábitos, preferencias, opiniones sobre facilidades turísticas, estructura y nivel del gasto turístico realizado durante su permanencia en la región.

La metodología utilizada en ambas encuestas, se desarrolla en el apéndice del presente informe .

Capítulo 1

CARACTERIZACION DEL VISITANTE AL P.N.I.

La Procedencia

Referimos a esta implica tomar al lugar de residencia como el indicador más representativo de esta variable.

El recurso turístico Cataratas del Iguazú , posee características especiales que lo distinguen como un recurso de primera jerarquía. Esta condición lo hace receptor de visitantes de distintas nacionalidades.

Esto implica reconocer que la afluencia de visitantes al parque puede analizarse en función de su procedencia ;

Nacionales para aquellos que residen en nuestro país.

Extranjeros para quienes lo hacen en otros países.

Así tenemos que en general y a través de todo el año relevado, los visitantes de procedencia nacional, aportan más de la mitad del total de afluencia al P.N.I.

Independientemente de la nacionalidad hay una marcada tendencia al predominio de excursionistas por sobre los turistas, con excepciones que se presentan entre los de procedencia nacional para los meses de septiembre, diciembre y enero, en donde la tendencia es levemente mayor en la cantidad de turistas que excursionistas.

Cabe recordar que los excursionistas son quienes visitan el P.N.I. pero se hallan en tránsito, pernoctando en alguna otra localidad de Misiones distinta a la de Iguazú o lo hacen en alguna Ciudad de Brasil y/o Paraguay.

Conclusión: puede entonces inferirse distintas hipótesis que contribuyen a esta situación: - la reducida oferta de camas de la Ciudad de Iguazú respecto de las vecinas Foz Do Iguazú (BR) y Ciudad del Este (PY), -que los costos de los servicios sean menores- las políticas de ventas de las operadoras mayoristas hace que prefieran las ciudades vecinas.

Nacionales entre los visitantes nacionales, la mayor cantidad proviene de aquellas provincias y/o regiones de mayor densidad de población, constituyéndose estas, en las principales áreas emisoras.

Así tenemos que la provincia de Buenos Aires y la Capital Federal, aportan en conjunto, más del 50 % de visitantes, independientemente del mes analizado.

El peso relativo del resto se distribuye en las provincias de Santa Fe, Córdoba, Misiones, y las restantes provincias del N.E.A. (Chaco, Formosa, Corrientes y Entre Ríos).

Las distancias geográficas de las provincias del noroeste, cuyanas y patagónicas al centro turístico objeto del estudio es tal que su presencia no es muy notoria. También contribuye a ello su escasa densidad poblacional, costos de traslación independientemente del medio, entre otros aspectos.

Nacionales / turistas si consideramos dentro de los turistas nacionales, el aporte de los misioneros al total de la afluencia ésta es en general poco significativa, destacándose el mes de

enero como excepción, ya que el peso de turistas procedentes de Misiones es del 20 % respecto del total .

Nacionales/excursionistas, por otro lado, observando dentro de los excursionistas nacionales, el aporte de misioneros, nos encontramos que es un tanto más significativo que en la lectura anterior, destacándose enero, febrero y abril con porcentajes cercanos al 20 % respecto del total.

La regularidad de visitantes de las provincias del N.E.A., Misiones y Santa Fe, está en función de las cercanías al área y la infraestructura turística existente.

Conclusión: en general se mantiene la tendencia, en cuanto al predominio de excursionistas por sobre los turistas, independientemente de la provincia/región de procedencia y la época del año, con las excepciones ya señaladas para septiembre, diciembre y enero .

Extranjeros en cuanto a la afluencia de visitantes extranjeros, nos encontramos con que los aportes de visitantes se distribuyen en los siguientes países/regiones, con los mayores pesos relativos en relación a los totales: Estados Unidos de América, Países de Sudamérica, Alemania, España, Italia, Otros Europeos, Francia y Otros de América.

Se analizó la participación que le cabe a los países integrantes del Mercosur (Paraguay-Brasil y Uruguay) del resto de los Sudamericanos, su presencia es regular a lo largo del año sobresaliendo los meses de abril y julio.

Los mercados de Oceanía y Asia no aparecen muy representados, teniendo en cuenta los pocos casos registrados. Es evidente que el factor distancia incide en los desplazamientos de estas importantes corrientes turísticas internacionales.

Extranjeros - turistas/excursionistas en relación a la condición de turistas o excursionistas la tendencia ya enunciada se mantiene. Predominio de los segundos por sobre los primeros independientemente de la época del año.

Este predominio tiene valores muy significativos, ya que en algunos meses hasta se ha cuadruplicado como ocurrió en abril y junio, llegándose a una situación de máxima en Julio donde casi la totalidad de los entrevistados (93.18 %) revestía el carácter de excursionista.

Conclusión: en relación a la procedencia podemos concluir que :

- a lo largo del año predominan los visitantes nacionales por sobre los extranjeros.
- en general hay una regularidad en el predominio de los excursionistas por sobre los turistas.
- en el mes de abril se observó que un 43 % del total de visitantes extranjeros fue aportado por los países integrantes del Mercosur, contribuyendo a ello la "Semana Santa" y la proximidad de éstos al sitio.

Como Viajan los Visitantes al P.N.I.

Aquí nos interesa destacar principalmente la forma de organizar el viaje y el medio de arribo utilizado.

Organización del viaje

En general la forma de organizar el viaje más elegida es por cuenta propia, incrementándose esta opción para los meses de diciembre, enero, febrero y marzo en donde la participación del tour por agencia decae notablemente.

En relación a los viajes organizados por Obras Sociales y/o Sindicatos, la participación de estos en relación al total no supera el 10 %, siendo éste su valor máximo para el mes de noviembre.

Turistas / excursionistas

Si atendemos a la condición del visitante, en general, tanto para turistas como para excursionistas la preferencia es el viaje por cuenta propia

Puede observarse una leve tendencia entre los excursionistas a optar en mayor medida que los turistas por el tour por agencia. La excepción se dio en el mes de abril donde los excursionistas han optado por el tour por agencia más que por el viaje por cuenta propia.

Esta situación podría explicarse en que es muy frecuente observar que los programas de los operadores turísticos de diferentes centros emisores incluyen el alojamiento en la vecina Ciudad de Foz do Iguazú (BR).

Indistintamente de la época del año y observando al visitante en función de su procedencia la preferencia del viaje por cuenta propia es mayor entre los extranjeros que entre los nacionales.

Medio de arribo

Ligado a la forma de organizar el viaje se encuentra el medio de arribo utilizado. Así tenemos que el automóvil particular es el medio que se utiliza en mayor medida y de alguna manera el aéreo regular comparte esta posición que depende de las distintas épocas del año.

Le siguen en orden de importancia el uso del ómnibus regular y el ómnibus especial. La participación del aéreo especial -vuelos charter- es en general poco significativa.

Si hacemos referencia a las épocas del año puede observarse que en la temporada de verano el automóvil particular es el medio de arribo más utilizado, esto ocurre de enero a abril, también octubre y julio presentan esta situación.

Conclusión: cuando se incrementa la afluencia turística el uso del automóvil privado predomina en mayor medida que los restantes medios, no así en las consideradas temporadas baja.

El ómnibus regular es más utilizado en la temporada de verano que en los restantes meses del año.

En relación al ómnibus especial, en general es constante su participación a lo largo del año, decayendo para los meses de verano.

Turistas / excursionistas

Considerando la condición del visitante, no se advierten notables diferencias en cuanto al medio de transporte utilizado.

Puede observarse en cambio que entre los turistas existe una mínima tendencia al uso del aéreo regular más que entre los excursionistas.

También hay que destacar que entre los excursionistas se usa el ómnibus especial en mayor medida que entre los turistas.

Nacionales/extranjeros

En cuanto a la procedencia del visitante nos encontramos con que los extranjeros utilizan mayoritariamente el aéreo regular como medio de arribo a la región y luego el ómnibus regular

El medio más utilizado por los visitantes nacionales es el automóvil particular.

Forma de organizar el viaje / medio de arribo

También se analizó la relación entre la forma de organizar el viaje y el medio de arribo utilizado. Así tenemos que en general para quienes viajan por cuenta propia, a la opción automóvil particular le corresponden más de la mitad de los casos, siguiéndole la opción ómnibus regular y luego el aéreo regular.

Para los que organizan el viaje a la región mediante un tour por agencia, el ómnibus especial es el medio de arribo por excelencia, siguiéndole el aéreo regular con valores significativos.

Quienes viajan por Obra Social/Sindicato, lo hacen casi exclusivamente por ómnibus especial.

La decisión de viajar al P.N.I.

Referirnos a la decisión de viajar al P.N.I. implica hacerlo a una serie de aspectos que están involucrados en la decisión misma.

Considerando los elementos relevados a través de las encuestas, puede arribarse a ciertas tendencias en cuanto al comportamiento de algunas variables.

Medio de información

El medio de información que ha servido al visitante para decidir el viaje es uno de los aspectos que resultan de interés y del análisis de los resultados puede observarse que en general independientemente de su condición de turista o excursionista la información ha sido recibida a través de comentarios de amigos, visitas anteriores y/o por conocimiento general.

Llama la atención que las opciones como Agencias de Viajes, TV/cine, diarios, revistas hayan registrado mínimas menciones y por debajo de estas figuraron, la Casa de Misiones las Embajadas y/o Consulados.

De la observación anterior, en la que se menciona visitas anteriores como uno de los medios más citados en cuanto a información recibida, es notable destacar que sobre los totales

mensuales de visitantes al P.N.I. son recurrentes en su visita hasta más del 30 %, alcanzando valores máximos en Semana Santa (Abril) con un 45 % y Julio con un 44.24 % de visitantes que han estado otras veces.

También contribuyen a esta situación y es digno de destacar, la repetición de visitas que efectúan los misioneros, con altos valores en los meses de julio- agosto enero y abril.

Esta tendencia se acentúa aún más entre aquellos visitantes de condición turistas, es decir que entre los turistas existe mayor cantidad de personas que han estado otras veces en el P.N.I., que entre los excursionistas.

Motivo principal del viaje

Más del 80 % del total de visitantes, sin duda alguna, mencionó el conocer cataratas, como la motivación más importante, y en general, admitieron no tener un motivo secundario.

Motivo secundario

Se observó que, en general, el visitante no manifiesta tener algún motivo secundario trascendente.

Rescatando a aquellos que citaron conocer otros lugares de Misiones, los sitios que mayor cantidad de menciones han recibido fueron, San Ignacio, Mina de Piedras de Wanda y Posadas. En menor medida Monte Carlo, Puerto Rico, Gruta India, Ruinas de Santa Ana, Eldorado y Salto Tabay, todos sobre la ruta nacional No.12 - Corredor Turístico del Paraná.

En menor medida ,y como únicos sitios que no se hallan sobre la ruta mencionada, figuran Oberá , Salto Encantado y Moconá.

Visita al P.N.I.

En cuanto al tiempo de permanencia del visitante en el P.N.I., en general la tendencia es la de dedicarle un día, luego le sigue medio día y por último más de un día.

Entre los que mencionaron medio día de permanencia puede inferirse que se trata de aquellos visitantes que hayan contratado un tour por agencia, que es el tiempo medio que las mismas le dedican.

Número de visitas

En relación al número de visitas que realizan al P.N.I. durante el tiempo de estadía en la región, la mayoría lo hace una sola vez y alrededor del 20 % (valor promedio), lo hace dos veces los menos tres veces y- más.

La estadía en el Area / Región

Pernoctes

Resulta de suma importancia conocer el tiempo de permanencia del visitante y uno de los elementos más representativos de la estadía , es la cantidad de noches pernoctadas en la región.

En general puede notarse que la concentración de información en cuanto a la cantidad de noches pernoctadas se da en el siguiente orden tres, dos y cuatro noches.

Estos valores presentan algunas tendencias en distintas épocas del año y así tenemos que en los meses de verano, enero-febrero, existe un grupo de visitantes que pernocta entre cuatro, seis siete y más noches.

Esto implica advertir la presencia de un turismo de estancia en mayor medida que el turismo itinerante, o de breves estadías que caracteriza a los visitantes del resto del año.

Por otro lado, se analizó la relación entre la condición de visitante (turista/excursionista), la forma de organizar el viaje y la cantidad de pernoctes, observándose que entre los turistas que viajan por cuenta propia y para los meses de enero-febrero, las categorías de cinco noches y más, dos noches y tres noches, son las que concentran mayor número de respuestas.

Entre los excursionistas en general se mantiene lo señalado pero en menor medida, ya que aparece la opción, no pernocta, con valores significativos.

Alojamiento seleccionado

En relación al tipo de alojamiento seleccionado para pernoctar en la región, tenemos que tanto los turistas como los excursionistas que organizaron el viaje contratando el tour a una agencia de viajes han sido alojados en hoteles.

Los que viajan por cuenta propia, se distribuyeron en el resto de las alternativas existentes en materia de alojamiento, pero mantienen al hotel como al tipo más seleccionado.

En general, es entre turistas por cuenta propia donde los resultados se diversificaron, apareciendo registros, en: casa de familiares, carpa, cabañas, albergues y los menos en casa rodante.

El grupo primario

Composición del grupo primario

En lo que hace a la forma en que se compone el grupo encuestado, puede observarse que más de la mitad (69 %) -como valor promedio-, del total de los grupos encuestados la relación que los vincula como grupo son relaciones de parentesco, es decir son familiares; y la otra categoría de composición del grupo que registra un valor de importancia es el de viaja solo, con un (20.80 %) - como valor promedio.

Número de componentes

Con respecto al número de componentes que integran el grupo entrevistado, son notables aquellos grupos compuestos por dos personas y entre estos la relación es familiar, esto nos podría indicar que se trata principalmente de parejas sin hijos o que viajan sin ellos.

Luego tenemos a quienes viajan solos constituyendo un segmento muy importante en relación al total de grupos entrevistados.

Mientras que aquellos compuestos por tres, cuatro, cinco y más personas se destacan para los meses de enero-febrero, infiriendo que se trata de familias haciendo uso de sus vacaciones de verano.

Esta situación sin embargo, no afecta al predominio de la pareja como grupo que mantiene una regularidad a lo largo del año.

También es necesario hacer notar que salvo en los grupos constituidos por una sola persona, en la mayoría de los relevados e independientemente del número de componentes, la relación que vincula a los integrantes es la familia, siendo el vínculo amistad como forma de constituir el grupo, poco relevante.

Nacionales / Extranjeros

Como se mencionara en un párrafo anterior, quienes viajan solo, poseen un peso relativo significativo respecto del total de grupos entrevistados; por eso se creyó conveniente observar el número de componentes en relación con la procedencia del visitante:

Resulta entonces que entre los visitantes extranjeros existe una muy marcada tendencia a viajar en grupos conformados por dos integrantes o bien viajan solos.

En cambio entre los visitantes nacionales, la distribución es más amplia participando en mayor medida el grupo constituido por tres, cuatro, cinco y más componentes, manteniendo el grupo de dos personas el predominio por sobre los demás.

Conclusión: si se piensa en el tipo de grupo que arriba al P.N.I. , puede observarse:

- el vínculo familiar es el nexo que prevalece.
- que los grupos constituidos por dos y una persona son los que predominan.

Niveles de Instrucción

El nivel de instrucción del informante del grupo encuestado, es una de las variables interesantes de rescatar para la caracterización del visitante que arriba al P.N.I.

En general alrededor del (40%, valor promedio, ha completado los estudios universitarios/terciarios, el 25 % posee estudios secundarios completos, mientras que cerca del 15 % incursionó en la universidad, sin haber completado sus estudios.

En los meses de abril y julio, se registra la presencia de visitantes con un mayor nivel de instrucción, con una concentración en universitario completo.

Turista / excursionista

Si se atiende a la condición del visitante, no se destacan diferencias respecto al nivel de instrucción del informante. En general se mantiene la regularidad enunciada.

Ocupación principal del informante

En cuanto a la ocupación principal del informante, puede observarse claramente que el mayor peso relativo recae entre quienes se encuadran como asalariados, luego le siguen

aquellos trabajadores independientes que comprenden a los profesionales, rentistas y trabajadores por cuenta propia.

Los visitantes que se encuadraron en la categoría inactivos constituyen una franja importante con un 18 %, valor promedio.

Los menos eran empresarios y/o socios con un 12 % -valor promedio-

Conclusión: Analizada la relación entre ocupación y forma de organizar el viaje, pudo observarse que en general, e independientemente de la ocupación principal del informante la decisión de viajar por cuenta propia es la que prevalece.

La excepción corresponde a la categoría inactivos donde el viaje por tour por agencia prevalece entre los meses que van de Abril a Julio.

Edad

Con relación a la edad de los integrantes del grupo entrevistado, fue relevada la del informante y cada uno de los componentes.

A partir de esta información pueden establecerse ciertas categorías en las cuales se agrupan un número determinado de relevados.

Tenemos que el grupo más destacable se encuentra entre quienes se ubican en las categorías 20-29 / 30-39 y 40-49 años. Siendo también importante aquellos que se encuentran comprendidos en el grupo adolescentes 15-19.

Otro segmento que se puede identificar con el turismo de la tercera edad son los grupos de edades 50-59 y 60 y más, siendo relevante la presencia de estos durante los meses de agosto y septiembre, en mayor medida que en otras épocas del año.

Se observó además que para los meses de verano, el número de adolescentes y niños se incrementa confirmando entonces el viaje en familia .

Capítulo 2

CARACTERIZACION DEL TURISTA ALOJADO EN LA CIUDAD DE IGUAZU

Introducción

Para la encuesta de HOTELES se consideraron seis relevamientos , los que se efectuaron en los meses de Septiembre y Noviembre (1993) , Febrero - Abril - Junio y Julio (1994).

Características

Procedencia

Los entrevistados han declarado en su gran mayoría, ser residentes en el país.

Los porcentajes de extranjeros variaron entre un 10 a un 30 %, siendo junio el más bajo y noviembre el más alto.

Residencia

Nacionales

Analizando el grupo de respuestas brindadas por los nacionales nos encontramos que los porcentajes más elevados corresponden a la Capital Federal y Provincia de Bs. Aires. Los que en conjunto han sumado un 62.75 % para el mes de Junio -el más bajo- y 80.62 % para noviembre -el más alto.

Le continúan en orden de importancia Santa Fe, el conjunto de provincias integrantes del N.O.A. y luego Córdoba.

Es poco significativa la presencia de nacionales de las regiones geográficamente más alejadas, como Cuyo y Patagonia.

Extranjeros

De los extranjeros encuestados se destaca el mercado norteamericano y el europeo, dentro de este último y en el siguiente orden, es relevante la presencia de Alemanes, Italianos, Franceses y Españoles.

Los sudamericanos, en su conjunto, representan a un segmento importante, se sitúan luego de Estados Unidos y Alemania.

Ante esta situación se observó la participación que le cabe a los países integrantes del Mercosur, llegándose a apreciar que no poseen presencia significativa.

Ocupación

En general se confirma la tendencia registrada en las encuestas del P.N.I.; siendo el segmento más importante el de asalariados, siguiéndole cuenta propia, profesionales y rentistas, luego los inactivos y por último los empresarios.

Composición del grupo / Número de componentes

El viajar en familia es una constante dentro de las respuestas. Los viajeros solitarios constituyen un segmento importante, ya que un 21 % de los encuestados han optado por esta forma de viajar.

Aquellos grupos conformados por "amigos", "familiares y amigos", en su conjunto, no superan un 8 %.

En relación al número de componentes, puede observarse que aquellos que viajan en pareja constituyen casi la mitad de los entrevistados.

Del resto, sobresalen los viajeros solitarios y luego, los grupos familiares constituidos por tres y/o cuatro miembros. Los menos son aquellos integrados por cinco y más.

Medio de Arribo.

Han utilizado preferentemente como medio de arribo a la Ciudad de Iguazú, el auto particular y el aéreo regular, en la misma proporción. Los menos han llegado empleando ómnibus, de línea regular y/o especial. El aéreo especial -charter- prácticamente no está representado.

Forma de Organizar el Viaje

El viajar "por cuenta propia", primó en todo momento, fue constante a lo largo del año, alcanzando un valor promedio de un 70 % siguiendo quienes lo hicieron por "tour por agencia" y los menos (sólo el 2 %) de los encuestados manifestaron el estar viajando por intermedio de una Obra Social, como organizadora del viaje.

Forma de Organizar el Viaje / Medio de Arribo

Relacionando la forma de organizar el viaje con el medio de arribo se puede observar que quienes viajan "por cuenta propia" utilizan en mayor medida el automóvil particular, luego el aéreo regular y por último el ómnibus regular.

Quienes lo hacen "por tour por Agencia", han utilizado las líneas regulares de transporte aerocomercial, constituyendo casi la mitad del total, el resto lo hace en proporciones inferiores en ómnibus especial.

Los que viajaban por intermedio de obras sociales arribaban empleando ómnibus especial.

Nivel de Alojamiento

A los fines de analizar el nivel de alojamiento seleccionado por los entrevistados, se utilizaron las categorías preestablecidas para la determinación de la muestra. Estas agrupan establecimientos en función de la categorización y número de plazas que poseen.

Así tenemos cuatro niveles, los que se describen a continuación:

- Nivel I: Hoteles Cinco estrellas
- Nivel II: Hoteles Tres estrellas.
- Nivel III: Hosterías Una estrella y Residenciales Categoría A"
- Nivel IV: Residenciales Categorías B y C

A partir de esta clasificación de niveles de alojamiento se pueden observar ciertos comportamientos de la demanda, en relación con la forma de organizar el viaje, la procedencia y el nivel de alojamiento seleccionado.

Niveles de alojamiento / Organización del viaje

Tour por Agencia

Del total de entrevistados que mencionaron que su viaje estaba organizado por agencias de viajes, un 70 % manifestó el estar alojados en establecimientos correspondientes al primer nivel. El resto lo hacía en los del tercer y segundo nivel.

De los entrevistados en alojamientos del cuarto nivel ninguno manifestó el estar viajando bajo esta modalidad.

Cuenta Propia

Casi el 50 % de quienes viajan por cuenta propia utilizan establecimientos correspondientes al segundo nivel. Le siguen en orden de importancia los niveles, tercero, primero y cuarto.

En las oportunidades en que se entrevistaron turistas cuya organización del viaje depende de una obra social, las respuestas obtenidas nos indicaron el siguientes orden de preferencia: tercer, segundo, primer y cuarto nivel.

Nivel de alojamiento / Procedencia

Turistas nacionales

Se observa que, éstos, sin excepciones, y a lo largo de todos los relevamientos efectuados, utilizaron mayoritariamente establecimientos del segundo nivel.

Le siguieron en orden de preferencia aquellos alojamientos ubicados en el primer, tercer y cuarto nivel.

Turistas extranjeros

A diferencia de los nacionales, los turistas extranjeros no marcaron alguna preferencias en cuanto a la selección del nivel de alojamiento.

Pernoctes

Con relación a la estadía se observó que el pernoctar tres noches ha sido la instancia que concentró el mayor número de respuestas. Fue regular a lo largo del estudio le siguen las estadías de cuatro y dos noches.

Analizando en particular los meses relevados se aprecia que: el haber permanecido cuatro y cinco noches, tuvo respuestas significativas durante el mes de febrero, coincidente con la temporada estival. El relevamiento del mes de abril coincidió con el fin de semana largo de "Semana Santa". Aquí los promedios de estadías se situaron en el orden de las cuatro noches.

Forma de organizar el viaje / pernoctes

Quienes arriban al área en "tour por Agencia", pernoctan entre tres y cuatro noches, habiéndose observado que para el mes de febrero la tendencia fue de permanecer entre cinco y seis noches.

Mientras que quienes viajan "por cuenta propia", registran situaciones particulares, según la época del año. Tenemos que en el relevamiento del mes de febrero -verano- hubo un alto registro en la permanencia de cinco a seis noches.

Durante el mes de abril -Semana Santa- y Julio -vacaciones invernales- la máxima concentración correspondió a las tres noches.

Pernocte en Brasil y/o Paraguay

Prácticamente la totalidad de los entrevistados manifestó el no haber pernoctado, ni tener intenciones de hacerlo en alguna localidad de Brasil y/o Paraguay.

Pernoctes en Misiones

También quedó reflejado el bajo poder de retención de la corriente turística, ya que un 85 % de los turistas manifestaron el no tener previsto pernoctar "en algún otro lugar de la provincia". Los menos manifestaron el hacerlo por una o dos noches.

Hábitos de viaje

En esta sección se presentan los hábitos del turista que se aloja en Iguazú y que fueron relevados en las entrevistas. Lo interesante es destacar ciertos aspectos que están vinculados con la frecuencia de realizar viajes, con las actividades preferidas en el tiempo de vacaciones y con las que efectivamente han sido llevadas a cabo.

Frecuencia de realizar viajes.

Si consideramos las temporadas de vacaciones más importantes, verano-invierno, nos encontramos que el turista que arriba a Iguazú posee una frecuencia de viajes regulares durante el verano más que en tiempo de vacaciones invernales. Para el invierno, en general no viaja o no lo hace regularmente todos los años.

Se advirtió que la mayoría no viaja en otras épocas del año, son los menos quienes lo hacen en una forma no regular.

Casi la mitad declaró que siempre que puede efectúa viajes cortos, escapadas de fin de semana, etc. El resto, o no lo realiza o lo hace muy ocasionalmente.

Teniendo en cuenta la gran masa de asalariados entrevistados, podríamos suponer que los factores tiempo/dinero los condicionan en las intenciones de estar viajando con más frecuencia a lo largo del año.

Actividades preferidas

Teniendo en cuenta que se ha tomado contacto con turistas que provienen de grandes conglomerados urbanos, hemos encontrado que coherentemente con esta situación, la gran mayoría manifestó estar interesado en tomar contacto con la naturaleza, descansar, realizar caminatas y turismo de aventura.

En segundo lugar aparece el interés por conocer aspectos socio-culturales del sitio visitado, como recorrer museos, asistir a espectáculos folklóricos, etc.

Muy pocos fueron los que mencionaron a los Juegos de Azar - Casino - y Shows nocturnos

Si tenemos en cuenta que entre los grupos primarios, "el familiar", es el que predomina, podemos inferir entonces que las salidas nocturnas vinculadas a estos dos últimos ítems, no están incorporadas entre sus preferencias.

Actividades realizadas

Observando las actividades realizadas durante la permanencia en el área Iguazú, nos encontramos que las más mencionadas fueron :Excursión por Brasil y Paraguay, paseo por la Ciudad y Visita a la Garganta del Diablo. Luego le siguieron: paseos por la selva, visitas a Museos e Isla San Martín actividades que forman parte de la oferta interna del P.N.I.

Pocas menciones recibieron el "visita a plantaciones" y "salidas nocturnas". Las menos citadas fueron las vinculadas con la práctica de deportes náuticos, pesca, etc.

Si comparamos entre las actividades preferidas y las realizadas, nos encontramos con que, si descansar era una de las preferidas, no fue mencionada entre las llevadas a cabo.

Mientras que existe correspondencia con conocer atractivos naturales, turismo de aventura, y visita a museos.

La imagen que posee el turista sobre el área turística Iguazú

En todo estudio que se emprenda sobre la demanda turística, resulta de importancia el considerar la opinión del turista sobre los servicios, infraestructura, equipamiento, etc., de los que se convierte en usuario durante el tiempo de permanencia en el área.

El análisis de estas pueden contribuir a mejorar la

oferta, incrementar o corregirla. Los datos fueron relevados a partir de ciertas variables cuyas respuestas eran múltiples para cada uno de ellos, de tal manera de recoger la opinión que el turista posee sobre:

- las facilidades turísticas en el P.N.I.
- las facilidades turísticas de la Ciudad de Iguazú .
- aspectos de la Ciudad .

Las facilidades turísticas en el P.N.I.

Un elevado número de entrevistados (más del 60%), optó por "no opinar" sobre Excursiones, Alimentación, Comercios, Sanitarios, y Medios de Comunicación.

Mientras que para Información al visitante, Señalización, Pasarelas y Senderos las respuestas que recibieron mayores menciones, fueron en este orden : buena, sin opinión, regular y mala .

Para todos los ítems en general hubo una alta concentración en la alternativa "no opina".

Se infiere que esta situación pueda obedecer a que no se han hecho uso de los servicios mencionados.

Las facilidades turísticas en la Ciudad de Iguazú

Los servicios de alojamiento acumularon un 85 % de respuestas como "Bueno", también los servicios gastronómicos estarían en idéntica situación, pero en menor medida ya que aquí se incrementaron los que han preferido "no opinar".

Para el resto de las facilidades como comercio, medios de comunicación, seguridad pública, bancos, casas de cambio, etc., en general los turistas prefirieron "no opinar".

Esta circunstancia puede estar vinculada a que no se han hecho uso de los servicios, con las excepciones que le corresponden al alojamiento y a la alimentación.

Aspectos de la Ciudad

Al ser requerida la opinión del informante sobre la arquitectura y urbanización de la Ciudad, la mayor cantidad de menciones fueron para buena y regular.

En lo concerniente a la limpieza aparece como buena.

Una mención aparte es el concepto favorable que se lleva el visitante por las atenciones brindadas por el residente local.

Conclusión: no existe una postura sólida, clara, definida, en cuanto a los diversos aspectos relevados, esto avalado aún más por el importante segmento constituido por aquellos que prefirieron "no opinar".

Más allá de todo fueron categóricos con un 89 % cuando expresaron que retornarían al área o bien la recomendarían a sus amigos para que la visiten.

Estructura y nivel del gasto

El tratamiento de este punto se efectúa en función de la forma de organización del viaje, ya que quienes viajan "por tour por Agencia", han abonado en forma anticipada algunos de los componentes que conforman la estructura del gasto. y que no son declarados al momento de relevar la información.

Por lo tanto merecen tratamientos separados el nivel y estructura del gasto para quienes viajan por cuenta propia, respecto de quienes lo hacen por tour por agencia.

Los promedios de gastos analizados corresponden a un día completo de permanencia en la región, por tal motivo se discriminan los efectuados en nuestro territorio y los hechos en Brasil y/o Paraguay.

Turistas por cuenta propia

En territorio nacional

El promedio general del gasto diario se sitúa en el orden de los \$47.00, correspondiéndole más de la mitad a los gastos efectuados en alimentación \$13.00.- y alojamiento \$17.00.-

La diferencia se distribuye entre otros rubros en: excursiones \$8.00 .-, otros servicios \$5.42.- y transportes \$3.77.-.

En Brasil y/o Paraguay

Han manifestado gastar en el día unos \$54.88.-los cuales, prácticamente en su totalidad, fueron destinados a "Bienes y servicios y otros gastos" \$48.30 -.

La diferencia la destinaron a alimentación \$4.31 -, esparcimiento, \$1.08.-y con \$1.18 - para transporte y excursiones.

Turistas por Tour por Agencia

En territorio nacional

El promedio de gasto efectuado se sitúa en el orden de los \$25.00 .- Correspondiéndole \$11.00.- a la alimentación, \$7.00.- a bienes y servicios, \$5.00.- a excursiones , \$2.00- .a transportes y \$0.90.- a esparcimiento .-

En Brasil y/o Paraguay

El viajero por tour por Agencia tiene un gasto promedio diario de \$62.75 en los países vecinos, los que son destinados, prácticamente en su totalidad al pago de Bienes y Servicios \$58.00.-.El resto lo destina a cubrir alimentación fundamentalmente, puesto que a lo largo del estudio los demás componentes de la estructura del gasto, han registrado valores tan ínfimos que no merecen ser mencionados.

De las lecturas anteriores puede observarse que entre quienes viajan "por cuenta propia", la estructura del gasto por un día se reparte en valores similares para el territorio nacional y en Brasil y/o Paraguay. En esta última zona, la mayor parte del gasto se destina al pago de Bienes y servicios y otros gastos.

Mientras que quienes "viajan por tour" por agencia el gasto promedio diario en territorio nacional es menor que para quienes lo hacen por "cuenta propia". Hay que considerar que para esta categoría no se incluyó el rubro alojamiento; en lo concerniente a la alimentación también

el gasto es menor debido a que en muchos casos tienen incorporado al tour una de las dos comidas diarias principales .

Si se mira en el promedio de gasto diario en Brasil y/o Paraguay, se observa que es mayor respecto de los que viajan por cuenta propia; y en relación a la estructura de este gasto al ítem Bienes y servicios le corresponde la casi totalidad.

CONCLUSIONES GENERALES

El Parque Nacional Iguazú

El mercado total del PNI se compone de alrededor de 475.000 visitantes anuales. Cerca del 62.50 % corresponden al nacional y 37.50 % al internacional .

Del mercado nacional el 65 % de los visitantes proviene de nuestro principal centro emisor Capital Federal y Provincia de Bs. Aires.

Del mercado internacional el regional países del Mercosur participan con un 21 % de llegadas, mientras que el resto se distribuye entre norteamericanos y el conjunto de países europeos.

Identificado como un producto de invierno, quedaría restringido al segmento de mercado que sale de vacaciones más de una vez al año.

También es visualizado como un producto para ser consumido por un viaje con tiempos menores a los dedicados a las vacaciones anuales, generándose picos en los fines de semana largos.

Lo vertiginoso del consumo quedó reflejado en los tiempos de permanencia dentro del PNI, esto se debe a la falta de interacción del visitante con el recurso mismo. Las pocas actividades que hay para algunos resultan peligrosas o caras .

El comportarse como excursionistas, tanto por parte de los nacionales como de los extranjeros es una regularidad a lo largo del año.

Como forma de organizar el viaje predomina el de "por cuenta propia" utilizando preferentemente el automóvil como medio de traslación .

Teniendo en cuenta las grandes distancias desde los principales centros emisores a la región hay quienes optan por utilizar los servicios de los operadores turísticos como una manera de optimizar el tiempo libre disponible, empleando como medio de transporte el ómnibus.

Esta modalidad decae durante los meses de verano, ya que los empresarios orientan sus esfuerzos a comercializar el recurso playa.

Si bien por cultura general el destino es conocido, en la decisión de viajar influyó notablemente el comentario de los amigos.

El 60.32 % lo visita por primera vez, y un 37.65 % son repetidores

Existe un alto grado de intención de retornar.

El motivo central objeto del viaje se circunscribió a "Conocer las Cataratas".

Es muy baja la motivación para descubrir otros sitios dentro de la Provincia ..

La duración media de la estadía es de tres noches, utilizando preferentemente alojamiento tipo hotel .

Si bien hay un segmento importante de viajeros solitarios el viajar en familia es el predominante, constituido por dos o más personas. Utilizando el automóvil, viajando por cuenta propia con tendencias en el verano a utilizar el sitio para pasar sus vacaciones anuales.

El número de visitantes con estudios superiores terciarios universitarios completos es muy importante llegando a representar el 50 % de los casos en Semana Santa y vacaciones invernales.

Rescatando comentarios positivos encontramos que varios han logrado cumplir el objetivo del viaje y haber mantenido un contacto íntimo con la naturaleza.

Dentro de las observaciones negativas mencionaron con insistencia el estado calamitoso de la pasarela a Garganta del Diablo .

La optimización de las mismas mediante la reconstrucción de los tramos faltantes, adecuándolos al medio ambiente y al número de visitantes , brindando seguridad para quienes las transitan, fundamentalmente para aquellos que lo hacen con niños.

El permanente sobrevuelo de los Helicópteros que les impiden el tomar contacto con los "sonidos de la naturaleza".

Les resultó escasa la información, como así también la señalización, la que debería contemplar algún idioma extranjero

La Ciudad de Iguazú

Esta dependiendo fundamentalmente del turismo nacional .

Dentro de éste no capta el segmento del Turismo que se agrupa dentro de los inactivos: tercera edad, jubilados, pensionados, el que mueve un importante número de viajeros anuales.

El mercado regional limítrofe tiene una muy baja presencia.

El movimiento de extranjeros registrados en el P.N.I., muestra que en una proporción muy elevada se comportan como excursionistas. Superan en más de un 50 %, a lo largo de todo el año, a quienes lo hacen como turistas.

Parte de éstos llegan a América vía aérea, si lo hacen por Aeropuertos Internacionales de Brasil y/o Paraguay, las probabilidades de que luego tomen alojamiento en esta disminuyen ostensiblemente .

Coincidentemente con los registros obtenidos en el PNI el número de viajeros solitarios es importante pero, en general predominan las parejas y aquellos grupos constituidos por más de dos miembros cuyo vínculo es el familiar utilizando como medio de movilidad el automóvil

Con respecto a la permanencia surge una hipótesis que merecerá un estudio motivacional más profundo, pues se intuye que ante la necesidad de proteger a los miembros de su familia y sus bienes estos grupos están inducidos a tomar alojamiento en esta Ciudad aludiendo a las razones de seguridad imperante en la misma ya que la imagen de inseguridad social que transmiten las vecinas (robos) actúa como condicionante de la conducta de parte de este segmento del flujo turístico.

A tal punto que una amplia mayoría manifestó el no tener intenciones de pernoctar en alguna localidad de Brasil y/o Paraguay.

APENDICE METODOLOGICO



A continuación se describen en forma resumida las principales características metodológicas de las encuestas ESTUR 93/94 que dieron origen a los datos analizados en este informe.

Encuesta a Visitantes del PNI -ESTUR Cataratas-

Unidad de análisis

Grupo turístico primario, entendido como: el grupo de visitantes que viajan juntos, compartiendo los gastos de viaje de un mismo presupuesto y, en el lugar de residencia habitual conviven en el mismo hogar o se tratan con asiduidad.

La Muestra

Las encuestas se aplicaron en relevamientos mensuales, observando en cada mes un número de casos proporcional a la incidencia del mes en el movimiento turístico anual. En total se realizaron 3.205 entrevistas en el año. La distribución de la muestra en el año de estudio (agosto/93-julio/94) fue la siguiente:

MES	ENTREVISTAS
Agosto	259
Setiembre	237
Octubre	237
Noviembre	232
Diciembre	217
Enero	381
Febrero	333
Marzo	252
Abril	291
Mayo	156
Junio	125
Julio	485
TOTAL	3.205

Periodos de Aplicación

Las encuestas se levantaron en las "semanas típicas"¹ de cada mes, las que quedaron determinadas del siguiente modo:

¹Siete días corridos del mes (no necesariamente la semana calendario) en los que se registra el mayor promedio de visitantes por día.

MES	SEMANA
Agosto	del 15 al 21
Setiembre	del 17 al 23
Octubre	del 8 al 14
Noviembre	del 12 al 18
Diciembre	del 12 al 18
Enero	del 17 al 23
Febrero	del 12 al 18
Marzo	del 14 al 20
Abril (S. Santa)	del 28/3 al 3/4
Mayo	del 21 al 27
Junio	del 9 al 15
Julio	del 11 al 17 y del 21 al 27

Selección de los Grupos Primarios

Tratándose de una población de tamaño indefinido y en permanente desplazamiento por el lugar de trabajo, se adoptó el procedimiento de selección casual de los grupos primarios, abordándolos mientras circulaban por lugares estratégicamente determinados del PNI y Cataratas.

Encuesta a Turistas en Lugares de Alojamiento -ESTUR Hoteles-

Unidad de Análisis

Grupos turísticos primarios alojados en establecimientos de hotelería y camping del Area Turística Iguazú².

La Muestra

Las encuestas se relevaron mediante muestras en cada una de las temporadas definidas en el año turístico. En total se observaron 1.400 entrevistas en todo el año, distribuidas proporcionalmente de la siguiente manera:

²Area Turística Iguazú: es el área geográfica receptiva, conformada por el Municipio de Puerto Iguazú y el Parque Nacional Iguazú

TEMPORADA	ENTREVISTAS
Alta de Julio	392
Alta de S. Santa	220
Media Alta (enero/febrero)	290
Media Baja (agosto/diciembre)	
-Setiembre	200
-Noviembre	185
Baja (mayo/junio)	113

Períodos de Relevamiento

Los relevamientos se realizaron en las "semanas típicas" de cada temporada³, las que quedaron determinadas del siguiente modo:

TEMPORADA/MES	SEMANA
Alta de Julio	del 11 al 17 y del 21 al 31
Media Baja	
Setiembre	del 17 al 23
Noviembre	del 13 al 19
Media Alta (febrero)	del 12 al 18
Alta S. Santa	del 28/3 al 3/4
Baja (junio)	del 9 al 15

Selección de los Grupos Primarios

Se adoptó un procedimiento de selección por cuotas, según una estratificación de los establecimientos del Area por categorías y oferta de plazas.

³Siete días corridos de la estación que registran el mayor promedio de ingreso de visitantes al PNI

ANEXOS

ANEXO I

Anexo I**ESTUR - CATARATAS**

**Tabla 1-VISITANTES AL PNI POR
PROCEDENCIA**
(%)

MES	NACIONALES	EXTRANJEROS
AGO	63.21	36.79
SET	69.20	30.80
OCT	70.46	29.53
NOV	55.18	44.83
DIC	58.94	37.68
ENE	75.07	24.93
FEB	76.57	23.43
MAR	59.92	39.27
ABR	79.38	20.61
MAY	64.74	35.26
JUN	72.00	28.00
JUL	81.89	18.11

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 2 - VISITANTES NACIONALES AL PNI
(%)

MES	TURISTAS	EXCURSIONISTAS
AGO	41.21	58.80
SET	52.40	47.50
OCT	43.80	56.80
NOV	42.90	57.03
DIC	53.40	46.51
ENE	53.80	46.15
FEB	43.13	56.86
MAR	38.41	61.58
ABR	33.76	66.23
MAY	40.59	59.40
JUN	36.69	63.39
JUL	40.21	59.79

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 3- VISITANTES EXTRANJEROS AL PNI
(%)

MES	TURISTAS	EXCURSIONISTAS
AGO	38.50	61.40
SET	47.90	52.50
OCT	38.50	61.40
NOV	34.60	65.38
DIC	28.20	71.79
ENE	30.50	69.47
FEB	26.90	73.07
MAR	34.65	65.34
ABR	20.00	80.00
MAY	36.36	63.63
JUN	20.00	80.00
JUL	06.80	93.18

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 4- VISITANTES EXTRANJEROS AL PNI POR PAIS DE PROCEDENCIA

(%)

MES	USA	SUDAMER.	OTROS AMER.	ITALIA	ESPAÑA	FRANCIA	ALEMANIA	OTROS EUROPA	JAPON	OCEANIA	OTROS
AGO	12.50	13.54	03.12	12.50	18.75	04.16	12.50	14.58	04.16	02.08	02.08
SEP	16.44	13.69	06.85	05.48	06.84	04.11	26.02	12.32	02.73	02.73	02.73
OCT	18.57	17.14	03.85	02.85	14.28	07.14	12.85	17.95	-----	01.43	01.43
NOV	12.50	19.23	05.77	10.57	07.69	14.42	09.61	18.26	-----	01.92	-----
DIC	17.95	17.95	04.28	08.97	03.84	05.12	10.26	15.71	02.56	05.12	05.12
ENE	30.52	16.84	02.10	05.26	06.31	05.26	14.74	10.53	-----	03.16	05.26
FEB	28.20	21.79	12.82	05.12	06.41	05.12	10.26	05.12	03.85	01.28	-----
MAR	08.91	24.75	04.95	06.93	04.95	06.93	13.86	21.78	03.96	01.98	00.99
ABR	03.33	43.33	05.00	01.66	06.66	03.33	16.60	15.00	01.66	01.66	01.66
MAY	20.00	14.54	09.09	07.27	01.09	-----	10.90	16.36	03.63	03.63	03.63
JUN	45.71	17.14	05.71	02.85	-----	02.85	02.85	14.28	-----	05.71	02.85
JUL	17.04	38.63	05.68	01.13	07.95	04.54	11.36	10.22	-----	-----	01.36

Fuente :elaboración propia ESTUR '94

Tabla 5- VISITANTES NACIONALES AL PNI POR PROVINCIA/REGION DE PROCEDENCIA
(%)

MES	BUE/BUE	CORDOBA	SFN	LITORAL	MISIONES	NOA	CUYO	SUR/ PATAGONIA
AGO	64.80	06.06	12.12	04.24	09.09	01.21	01.21	01.21
SET	69.50	05.49	07.32	08.53	04.27	00.61	01.83	02.44
OCT	59.88	04.79	13.77	11.98	06.58	01.20	01.80	-----
NOV	67.97	03.91	06.25	04.72	13.28	00.78	01.56	01.56
DIC	56.60	06.20	04.65	11.63	10.07	02.32	06.20	02.32
ENE	60.49	05.94	06.99	08.74	09.79	04.19	01.40	01.40
FEB	67.45	05.88	06.27	07.85	05.09	03.14	00.40	03.53
MAR	72.84	03.97	01.99	01.33	06.62	02.65	00.66	03.31
ABR	50.65	06.93	12.12	14.29	09.52	01.73	02.16	01.30
MAY	69.30	08.91	12.87	00.99	03.96	00.66	01.98	00.66
JUN	76.66	02.22	05.55	02.22	07.78	01.11	01.11	03.33
JUL	66.08	06.78	08.79	06.28	04.27	01.50	03.51	02.76

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 6- VISITANTES AL PNI POR FORMA DE ORGANIZAR EL VIAJE

(%)

MES	TOUR AGENCIA	CTA. PROPIA	O.SOCIAL/ SINDICATO	OTRAS
AGO	33.72	61.70	04.21	00.38
SET	39.60	59.90	00.42	-----
OCT	25.30	68.80	05.49	-----
NOV	27.10	62.07	10.78	-----
DIC	24.15	70.05	05.80	-----
ENE	09.45	90.29	00.26	-----
FEB	12.61	86.29	02.10	-----
MAR	27.38	71.43	01.19	-----
ABR	41.92	56.01	02.06	-----
MAY	39.10	56.40	04.49	-----
JUN	34.40	65.60	-----	-----
JUL	36.86	61.11	01.85	-----

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 7 - FORMA DE ORGANIZAR EL VIAJE TURISTAS

(%)

MES	TOUR- AGENCIA	CUENTA PROPIA	O.SOCIAL SIND.	OTRAS
AGO	24.76	68.57	05.71	00.95
SET	32.23	66.94	00.82	-----
OCT	17.17	78.78	04.04	-----
NOV	28.57	64.83	06.59	-----
DIC	21.97	71.42	06.59	-----
ENE	06.55	92.89	00.54	-----
FEB	06.87	89.31	03.81	-----
MAR	19.35	79.56	01.07	-----
ABR	20.00	77.70	02.22	-----
MAY	31.14	67.21	01.62	-----
JUN	25.00	75.00	-----	-----
JUL	16.86	80.72	02.40	-----

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 8 - FORMA DE ORGANIZAR EL VIAJE - EXCURSIONISTAS

(%)

MES	TOUR AGENCIA	CUENTA PROPIA	O.SOCIAL /SINDICATO	OTRAS
AGO	39.74	57.05	03.20	-----
SET	47.41	52.58	-----	-----
OCT	31.15	61.59	06.52	00.72
NOV	26.24	60.28	13.47	-----
DIC	25.86	68.96	05.17	-----
ENE	12.12	87.87	-----	-----
FEB	16.33	82.67	00.99	-----
MAR	32.07	66.66	01.25	-----
ABR	51.74	46.26	01.99	-----
MAY	44.21	49.47	06.31	-----
JUN	38.82	61.17	-----	-----
JUL	47.18	50.93	01.56	00.31

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 9- VISITANTES AL PNI SEGUN MEDIO DE ARRIBO UTILIZADO

(%)

MES	AUTOM PARTIC	BUS REGULAR	BUS ESPECIAL	AEREO REGULAR	AEREO ESPECIAL	OTROS
AGO	29.90	12.64	20.70	35.63	00.77	00.38
SET	23.63	21.52	20.25	34.60	-----	-----
OCT	33.66	19.83	19.41	24.89	02.11	-----
NOV	21.55	13.79	22.41	37.93	04.31	-----
DIC	29.95	17.39	16.87	33.33	00.97	00.48
ENE	45.93	31.76	04.72	16.80	00.52	00.26
FEB	51.05	22.20	08.11	18.62	-----	-----
MAR	32.54	20.63	13.89	29.76	00.40	02.78
ABR	41.92	07.56	23.71	16.49	08.93	01.37
MAY	23.72	12.82	21.15	41.03	01.28	-----
JUN	23.60	18.40	20.80	30.40	-----	00.80
JUL	45.68	08.44	24.90	16.26	03.91	00.83

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 10 - MEDIO DE ARRIBO UTILIZADO - TURISTAS

(%)

MES	AUTO	BUS REG	BUS ESP	AEREO REG	AEREO ESP	OTROS
AGO	25.71	19.04	12.38	40.95	00.95	00.95
SET	25.61	19.83	10.74	43.80	-----	-----
OCT	41.41	21.21	10.10	24.24	03.03	-----
NOV	27.47	10.98	12.08	42.85	06.59	-----
DIC	35.16	17.58	14.28	30.76	01.09	01.09
ENE	48.60	34.40	03.27	12.56	00.54	00.54
FEB	50.38	23.36	04.58	21.37	-----	-----
MAR	33.30	19.35	04.30	37.63	-----	05.30
ABR	54.40	10.00	06.66	18.88	06.66	03.33
MAY	31.14	04.91	03.27	57.37	03.27	-----
JUN	37.50	17.50	07.50	35.00	-----	02.50
JUL	63.85	08.43	06.62	15.06	04.21	01.80

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 11 - MEDIO DE ARRIBO UTILIZADO - EXCURSIONISTAS

(%)

MES	AUTO	BUS REG	BUS ESP	AEREO REGULAR	AEREO ESPECIAL	OTROS
AGO	32.70	08.33	26.28	32.05	00.64	-----
SET	21.55	23.27	30.17	25.00	-----	-----
OCT	28.26	18.80	26.08	25.36	01.44	-----
NOV	17.73	15.60	29.07	34.75	02.83	-----
DIC	25.86	17.24	20.68	35.34	00.86	-----
ENE	43.43	29.29	06.06	20.70	00.60	-----
FEB	51.48	21.28	10.39	16.83	-----	-----
MAR	32.07	21.38	19.49	25.15	00.62	01.25
ABR	36.30	06.46	31.34	15.42	09.95	00.49
MAY	18.94	17.89	32.63	30.52	-----	-----
JUN	25.80	18.80	27.05	28.23	-----	-----
JUL	36.25	08.43	34.27	16.87	03.75	00.31

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 12 - MEDIO DE INFORMACION PARA DECIDIR EL VIAJE

(%)

MES	TV CINE	DIARIOS REVIST.	CASA MNES	EMB. CONS.	AGENCIA	COMENT. AMIGOS	VISITAS ANTER.	CONOC. GRAL.	OTROS MEDIOS	N-C
AGO	03.40	04.60	00.40	00.40	07.70	31.40	36.40	23.40	03.80	03.40
SET	01.70	05.10	00.80	00.40	02.10	39.70	36.30	23.20	02.10	03.00
OCT	02.50	02.50	00.80	-----	03.40	35.00	39.20	27.40	03.00	03.00
NOV	00.90	03.00	-----	-----	05.60	36.20	34.10	26.30	03.00	04.30
DIC	01.90	03.90	00.50	-----	00.50	36.70	35.30	22.70	04.80	05.80
ENE	03.90	03.10	-----	-----	01.30	42.30	43.00	15.20	01.60	00.30
FEB	03.90	03.00	00.30	-----	01.80	41.40	35.70	21.00	00.60	-----
MAR	05.20	03.60	00.80	00.40	05.20	39.30	31.70	16.30	07.90	-----
ABR	02.70	03.80	-----	-----	01.70	31.60	45.00	23.70	01.40	00.30
MAY	03.80	05.80	-----	-----	05.80	32.10	34.00	21.80	05.10	-----
JUN	06.40	-----	00.80	00.80	04.80	39.20	36.00	18.40	11.20	-----
JUL	06.00	02.90	00.80	-----	03.10	32.30	44.20	21.80	02.90	00.20

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 13 - MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE

(%)

MES	CONOCER CATARATAS	OTROS SITIOS MNES	COMPRAS BR-PY	VISITA FLIARES	CONG CONV	NEGOCIOS PROFES.	VAC. BRASIL	EN TRANSITO	DES- CANSO	OTROS	N-C
AGO	82.80	00.80		00.80	03.40	03.10	00.80	-----	-----	04.60	03.80
SET	86.50	-----	00.80	02.10	02.10	01.30	00.80	-----	-----	03.40	03.00
OCT	85.70	00.80	-----	01.70	03.80	01.30	00.40	-----	-----	03.00	03.40
NOV	85.78	-----	00.43	02.16	02.16	01.72	-----	00.43	02.16	00.86	04.31
DIC	86.96	-----	-----	00.97	00.97	01.45	00.48	01.45	01.43	-----	05.80
ENE	88.98	-----	-----	03.67	-----	01.05	01.57	-----	03.15	01.31	00.26
FEB	86.79	-----	-----	04.20	00.30	00.60	03.60	00.60	03.00	00.90	-----
MAR	92.06	00.40	-----	00.40	-----	01.59	02.38	00.40	01.59	00.40	00.79
ABR	90.72	-----	00.34	01.37	-----	00.69	03.44	01.72	-----	00.69	01.03
MAY	85.26	00.64	-----	-----	03.85	04.49	01.92	-----	01.92	01.92	-----
JUN	84.00	02.40	-----	00.80	-----	04.00	-----	00.80	06.40	01.60	-----
JUL	89.92	00.21	00.41	03.09	00.41	02.47	00.41	-----	02.88	-----	00.21

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 14 **MOTIVO SECUNDARIO DEL VIAJE**

(%)

MES	CONOCER CATARATAS	OTROS SITIOS MNES	COMPRAS BR-PY	VISITA FLIARES	CONG CONV	NEGOCIOS PROFES.	VAC. BRASIL	EN TRANSITO	DESCANSO	NO HAY MOTIVO	OTRO NS/NC
AGO	10.30	06.90	03.80	01.90	01.50	01.50	01.10	01.10	-----	65.10	06.50
SET	07.20	02.10	01.70	00.80	-----	-----	00.80	02.10	-----	81.40	03.80
OCT	06.30	01.70	03.40	03.40	-----	00.40	-----	00.40	-----	80.60	03.80
NOV	06.90	00.86	01.92	01.29	00.86	00.43	00.43	01.29	02.59	79.31	04.31
DIC	01.45	02.90	00.97	00.48	-----	-----	00.48	00.97	01.93	85.02	05.80
ENE	06.56	01.84	00.52	01.57	00.26	-----	-----	-----	01.05	87.93	00.26
FEB	06.91	01.50	00.60	01.50	-----	-----	02.10	00.30	02.10	84.98	-----
MAR	03.97	01.59		01.59	-----	01.98	01.98	00.40	04.76	83.73	-----
ABR	04.47	01.72	03.09	02.41	-----	00.34	-----	00.34	02.75	84.54	00.34
MAY	05.70	01.28		01.28	00.64	00.64	01.28	00.64	05.13	82.69	00.64
JUN	06.40	00.80	00.80	02.40	-----	-----	00.80	00.80	05.60	82.40	-----
JUL	06.38	02.67	00.21	01.44	-----	00.41	00.21	-----	04.73	83.74	00.21

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 15 - OTROS LUGARES VISITADOS EN MISIONES

(%)

MES	POSA- DAS	STA. ANA	SAN IGNACIO	SALTO TABAY	PUERTO RICO	MONTE- CARLO	ELDO- RADO	WANDA	OBERA/ SALTO ENCAN- TADO	MOCONA	OTROS	NS/NC
AGO	16.50	03.80	41.80	05.90	08.40	12.20	04.20	28.30	08.40	00.80	05.90	47.30
SET	14.30	03.00	41.40	01.70	02.60	08.90	03.40	28.70	03.00	00.40	00.80	54.00
OCT	17.20	03.80	39.10	01.90	07.30	04.20	06.50	22.60	05.30	01.10	05.40	49.20
NOV	09.91	01.29	30.17	02.59	04.31	06.03	06.90	25.00	03.88	00.86	01.72	60.34
DIC	12.08	02.90	33.30	05.31	06.76	04.83	07.25	25.12	06.28	00.48	03.87	54.11
ENE	15.49	03.94	39.63	14.17	07.88	07.87	09.19	24.41	04.20	00.79	10.23	45.93
FEB	17.12	03.60	43.24	07.51	06.60	09.61	06.61	23.42	05.40	00.60	10.20	47.45
MAR	15.08	02.38	31.75	04.76	04.76	02.78	05.95	20.24	04.76	01.98	03.96	57.54
ABR	09.62	01.92	40.38	01.92	01.92	02.56	03.85	24.36	02.56	01.28	03.84	50.64
MAY	13.75	05.15	45.02	04.47	04.81	04.81	09.28	21.31	02.75	-----	05.74	44.67
JUN	16.80	03.20	42.40	02.40	02.40	04.80	06.40	24.80	04.80	02.40	01.60	49.60
JUL	26.75	06.17	58.02	05.35	09.67	08.44	11.32	40.95	09.05	01.85	07.61	33.74

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 16 TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL P.N.I.

(%)

MES	MEDIO DIA	UN DIA	MAS DE UN DIA	SIN DATOS
AGO	35.25	42.91	21.46	00.38
SET	20.25	44.73	34.60	00.42
OCT	26.58	53.16	20.25	-----
NOV	25.00	51.72	22.84	00.43
DIC	25.12	54.59	19.32	00.97
ENE	16.80	61.42	21.26	00.56
FEB	19.22	63.06	16.82	00.90
MAR	41.67	41.67	15.48	01.19
ABR	39.80	49.48	10.31	00.34
MAY	42.95	36.54	19.87	00.64
JUN	32.80	45.60	20.80	00.80
JUL	32.10	49.38	16.46	02.06

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 17 - NUMERO DE VISITAS AL P.N.I. DURANTE LA ESTADIA

(%)

MES	UNA VEZ	DOS VECES	TRES VECES	MAS DE TRES VECES	SIN DATOS
AGO*					
SET	63.29	27.00	04.64	04.64	00.42
OCT	69.62	25.32	03.38	01.69	-----
NOV	77.59	17.67	02.16	02.16	00.43
DIC	84.54	12.56	01.93	00.48	00.48
ENE	79.27	15.22	02.62	02.62	00.26
FEB	79.88	14.71	03.60	01.80	-----
MAR	80.95	15.84	02.78	00.70	-----
ABR	83.51	13.40	02.06	00.69	00.34
MAY	80.13	15.38	-----	03.21	01.28
JUN	82.40	14.40	01.60	00.80	00.80
JUL	79.01	16.67	01.23	01.44	01.65

* Variable no relevada en Agosto

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 18 - VISITAS ANTERIORES AL P.N.I.

(%)

MES	PRIMERA VEZ	OTRAS VECES	SIN DATOS
AGO	60.10	36.02	03.83
SET	60.34	36.71	02.95
OCT	57.81	39.24	02.95
NOV	61.64	34.05	04.31
DIC	57.97	36.76	06.28
ENE	56.96	42.78	00.26
FEB	61.26	35.61	-----
MAR	67.86	32.12	-----
ABR	54.30	45.36	00.34
MAY	66.03	33.97	-----
JUN	64.10	36.00	-----
JUL	55.56	44.24	00.21

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 19- CANTIDAD DE PERNOCTES/FORMA DE ORGANIZAR EL VIAJE- TURISTAS

(%)

MES	FORMA DE ORGANIZAR	1 NOCHE	2 NOCHES	3 NOCHES	4 NOCHES	5 Y MAS NOCHES	NO PERNOCTA
AGO	TOUR	-----	23.10	57.70	11.50	07.20	-----
	CTA PROPIA	09.70	23.60	31.90	15.30	19.50	-----
	OB.SOCIAL	-----	16.70	16.70	-----	66.40	-----
DIC	TOUR	10.00	-----	40.00	20.00	30.00	-----
	CTA PROPIA	16.90	27.70	26.20	10.80	19.90	-----
	OB.SOCIAL	33.30	16.70	-----	16.70	33.40	-----
ENE	TOUR	08.30	08.30	25.00	25.00	33.30	-----
	CTA PROPIA	09.40	10.60	17.60	08.80	53.60	-----
	OB.SOCIAL	100.00	-----	-----	-----	-----	-----
FEB	TOUR	22.20	11.10	11.10	22.20	33.30	-----
	CTA PROPIA	11.10	13.70	26.50	12.80	36.00	-----
	OB.SOCIAL	20.00	20.00	20.00	-----	40.00	-----
MAR	TOUR	16.70	22.20	22.20	16.70	22.30	-----
	CTA PROPIA	18.90	35.10	17.60	14.90	13.60	-----
	OB.SOCIAL	-----	-----	-----	-----	100.00	-----
ABR	TOUR	-----	16.70	66.70	16.70	-----	-----
	CTA PROPIA	12.90	25.70	31.40	15.70	14.20	-----
	OB.SOCIAL	50.00	-----	50.00	-----	-----	-----
MAY	TOUR	-----	26.30	47.40	21.10	05.30	-----
	CTA PROPIA	24.40	19.50	22.00	14.60	19.40	-----
	OB.SOCIAL	-----	-----	-----	100.00	-----	-----
JUN	TOUR	-----	30.00	60.00	10.00	-----	-----
	CTA PROPIA	13.30	33.30	13.30	23.30	16.60	-----
	OB.SOCIAL	-----	-----	-----	-----	-----	-----
JUL	TOUR	3.6	3.6	17.9	67.9	7.1	-----
	CTA PROPIA	7.5	24.6	29.9	9.7	28.2	-----
	OB.SOCIAL	-----	-----	25	-----	75	-----

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 20: CANTIDAD DE PERNOCTES/FORMA DE ORGANIZAR EL VIAJE - EXCURSIONISTAS
(%)

MES	FORMA DE ORGANIZAR	1 NOCHES	2 NOCHES	3 NOCHES	4 NOCHES	5 Y MAS NOCHES	NO PERNOCTA
AGO	TOUR	06.50	14.50	40.30	25.80	12.80	-----
	CTA.PROPIA	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	OB.SOCIAL	-----	-----	-----	-----	-----	-----
DIC	TOUR	06.70	10.00	50.00	23.30	06.60	03.30
	CTA.PROPIA	13.80	28.70	17.50	08.80	16.30	15.00
	OB.SOCIAL	-----	16.70	16.70	-----	16.70	50.00
ENE	TOUR	04.20	25.00	20.80	25.00	25.10	-----
	CTA.PROPIA	03.40	10.30	16.70	08.60	36.80	24.10
	OB.SOCIAL	-----	-----	-----	-----	-----	-----
FEB	TOUR	12.10	24.20	15.20	18.20	27.30	03.00
	CTA.PROPIA	04.20	19.80	10.80	08.40	29.90	26.90
	OB.SOCIAL	-----	-----	-----	-----	-----	100.00
MAR	TOUR	05.90	21.60	27.50	31.40	09.90	03.90
	CTA.PROPIA	12.30	18.90	27.40	05.70	11.30	24.50
	OB.SOCIAL	-----	-----	-----	50.00	50.00	-----
ABR	TOUR	01.00	09.60	66.30	18.30	03.90	01.00
	CTA.PROPIA	09.70	12.90	21.50	12.90	09.80	33.30
	OB.SOCIAL	25.00	25.00	50.00	-----	-----	-----
MAY	TOUR	02.40	16.70	47.60	26.20	07.20	-----
	CTA.PROPIA	14.90	19.10	23.40	19.10	08.50	14.90
	OB.SOCIAL	-----	-----	50.00	33.30	16.70	-----
JUN	TOUR	03.00	15.20	39.40	24.20	18.20	-----
	CTA.PROPIA	13.50	26.90	19.20	13.50	07.70	19.20
	OB.SOCIAL	-----	-----	-----	-----	-----	-----
JUL	TOUR	2.6	9.9	37.7	29.1	18.6	2.0
	CTA.PROPIA	5.50	23.3	27.6	14.14	13.5	16.0
	OB.SOCIAL	-----	-----	-----	40.00	60.00	-----

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 21- TIPO DE ALOJAMIENTO / FORMA DE ORGANIZAR EL VIAJE - TURISTAS

(%)

MES	FORMA DE ORGANIZAR	HOTEL	CABAÑA	CASA RODANTE	CARPA	CASA FLIARES	ALBERGUE	SIN DATOS
AGO	TOUR	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	CTA PROPIA	86.10	01.40	02.80	02.80	06.90	-----	-----
	OB SOCIAL	16.70	-----	-----	60.00	-----	33.30	-----
DIC	TOUR	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	CTA PROPIA	75.40	07.70	04.60	04.60	06.20	-----	01.50
	OB SOCIAL	66.70	-----	-----	-----	-----	33.30	-----
ENE	TOUR	100	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	CTA PROPIA	46.50	05.30	02.90	20.00	13.50	10.60	01.20
	OB SOCIAL	-----	-----	-----	-----	100.00	-----	-----
FEB	TOUR	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	CTA PROPIA	71.80	02.60	-----	04.30	08.50	12.80	-----
	OB SOCIAL	60.00	20.00	-----	-----	-----	-----	20.00
MAR	TOUR	100	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	CTA PROPIA	74.30	-----	01.40	08.10	06.80	06.80	02.70
	OB SOCIAL	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----
ABR	TOUR	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	CTA PROPIA	64.30	02.90	01.40	17.10	10.00	-----	04.300
	OB SOCIAL	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
MAY	TOUR	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	CTA PROPIA	82.90	02.40	02.40	-----	07.30	-----	04.80
	OB SOCIAL	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----
JUN	TOUR	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	CTA PROPIA	83.30	03.30	03.30	03.30	-----	-----	06.70
	OB SOCIAL	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
JUL	TOUR	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	CTA PROPIA	73.1	3.00	7.50	03.00	9.70	-----	03.50
	OB SOCIAL	-----	-----	-----	50.00	-----	50.00	-----

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 22- TIPO DE ALOJAMIENTO / FORMA DE ORGANIZAR EL VIAJE - EXCURSIONISTAS

(%)

MES	FORMA DE ORGANIZAR	HOTEL	CABAÑA	CASA RODAN.	CARP A	HAB. ALQ.	CASA FLIARES	ALBER-GUES	SIN DATOS
AGO	TOUR	93.50	-----	-----	-----	-----	-----	-----	04.80
	CTA PROPIA	64.00	-----	-----	01.60	-----	-----	-----	34.80
	OB SOCIAL	60.00	-----	-----	-----	-----	01.60	-----	40.00
DIC	TOUR	96.70	-----	-----	-----	-----	-----	-----	03.30
	CTA PROPIA	80.00	-----	-----	-----	-----	03.80	-----	16.30
	OB SOCIAL	50.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----	50.00
ENE	TOUR	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	CTA PROPIA	67.80	00.60	-----	02.30	-----	02.90	01.10	25.30
	OB SOCIAL	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
FEB	TOUR	97.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----	03.00
	CTA PROPIA	71.30	-----	-----	00.60	-----	01.20	-----	26.90
	OB SOCIAL	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	100.00
MAR	TOUR	94.10	-----	-----	-----	-----	-----	02.00	03.90
	CTA PROPIA	64.20	-----	-----	-----	-----	00.90	02.80	32.10
	OB SOCIAL	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
ABR	TOUR	99.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----	01.00
	CTA PROPIA	55.90	01.10	-----	-----	-----	-----	02.20	40.90
	OB SOCIAL	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
MAY	TOUR	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	CTA PROPIA	78.79	-----	-----	-----	-----	-----	02.10	19.10
	OB SOCIAL	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
JUN	TOUR	97.00	03.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	CTA PROPIA	71.20	-----	01.90	-----	-----	01.90	-----	25.00
	OB SOCIAL	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
JUL	TOUR	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	CTA PROPIA	93.70	-----	-----	0.78	0.78	3.14	0.78	0.78
	OB SOCIAL	100.00	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 23- COMPOSICION DEL GRUPO

(%)

MES	FAMILIARES	FAMILIARES/ AMIGOS	AMIGOS	VIAJA SOLO	CONTIN - GENTE	OTROS S/DATOS
AGO	61.30	01.92	05.36	27.97	03.45	-----
SET	61.60	01.27	08.44	25.74	02.95	-----
OCT	66.24	02.95	05.49	22.36	02.95	-----
NOV	55.60	02.59	06.90	30.60	04.31	-----
DIC	58.45	-----	04.35	31.40	05.80	-----
ENE	75.59	00.26	07.09	16.54	00.26	00.26
FEB	80.78	-----	03.90	15.32	-----	-----
MAR	65.87	02.78	13.10	18.25	-----	-----
ABR	79.73	02.75	06.19	10.65	00.34	00.34
MAY	71.15	01.92	05.13	21.79	-----	-----
JUN	72.80	02.40	06.40	18.40	-----	-----
JUL	79.42	01.65	07.20	11.52	00.21	-----

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 24- CANTIDAD DE COMPONENTES / COMPOSICION DEL GRUPO
(%)

MES	No. COMPO- NENTES	TOTAL	FAMILIARES	FAMILIA- RES/ AMIGOS	AMIGOS	VIAJA SOLO
AGO	1 PER	24	-----	-----	-----	24
	2 PER	39	36		3	-----
	3 PER	19	15	1	3	-----
	4 PER	11	10	1	-----	-----
	5 Y MAS	5	5	-----	-----	-----
SET	1 PER	28	-----	-----	-----	28
	2 PER	60	55	-----	5	-----
	3 PER	13	8	-----	5	-----
	4 PER	9	8	-----	1	-----
	5 Y MAS	8	6	-----	2	-----
OCT	1 PER	27	-----	-----	-----	27
	2 PER	37	28	-----	9	-----
	3 PER	8	8	-----	-----	-----
	4 PER	15	13	2	-----	-----
	5 Y MAS	10	10	-----	-----	-----
NOV	1 PER	27	-----	-----	-----	27
	2 PER	44	38	-----	6	-----
	3 PER	9	8	1	-----	-----
	4 PER	4	3	1	-----	-----
	5 Y MAS	3	2	1	-----	-----
DIC	1 PER	28	-----	-----	-----	28
	2 PER	25	22	-----	3	-----
	3 PER	11	10	-----	1	-----
	4 PER	10	10	-----	-----	-----
	5 Y MAS	11	10	-----	1	-----
ENE	1 PER	31	-----	-----	-----	31
	2 PERT	58	51	-----	6	1
	3 PER	25	22	-----	3	-----
	4 PER	36	35	1	-----	-----
	5 Y MAS	32	32	-----	-----	-----
FEB	1 PER	23	-----	-----	-----	23
	2 PER	48	47	-----	1	-----
	3 PER	26	26	-----	-----	-----
	4 PER	13	13	-----	-----	-----
	5 Y MAS	21	21	-----	-----	-----
MAR	1 PER	11	-----	-----	11	-----
	2 PER	55	45	-----	10	-----
	3 PER	12	11	-----	1	-----
	4 PER	7	5	2	-----	-----
	5 Y MAS	4	2	-----	2	-----
ABR	1 PER	13	-----	-----	-----	13
	2 PER	27	23	-----	3	-----
	3 PER	9	7	-----	2	-----
	4 PER	14	12	2	-----	-----
	5 Y MAS	25	25	-----	-----	-----
MAY	1 PER	8	-----	-----	-----	8
	2 PER	34	30	-----	4	-----
	3 PER	6	6	-----	-----	-----
	4 PER	11	9	2	-----	-----
	5 Y MAS	2	2	-----	-----	-----

Tabla 24- Continuación
(%)

MES	No. COMPO- NENTES	TOTAL	FAMILIARES	FAMILIA- RES/ AMIGOS	AMIGOS	VIAJA SOLO
JUN	1 PER	3	-----	-----	-----	3
	2 PER	19	16	-----	3	-----
	3 PER	5	3	-----	2	-----
	4 PER	9	8	1	-----	-----
	5 YMAS	4	4	-----	-----	-----
JUL	1 PER	43	-----	-----	-----	43
	2 PER	119	96	-----	23	-----
	3 PER	47	44	1	2	-----
	4 PER	60	54	3	3	-----
	5 Y MAS	51	50	1	-----	-----

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 25- NIVEL DE INSTRUCCION
(%)

MES	SIN ESTUJO	PRIMARI A INCOMP.	PRIMARIA COMPLETA	SECUN.- INCOMP.	SECUN.- COMPLETA	UNIVER.- INCOM.	UNIVER.- COMPLETO
AGO	-----	01.92	07.66	05.86	23.37	13.03	43.68
SET	-----	01.69	08.44	05.49	19.83	21.94	39.24
OCT	-----	01.27	10.13	04.64	23.21	16.03	41.35
NOV	-----	01.29	09.91	04.74	21.12	17.24	41.38
DIC	-----	01.45	07.25	04.35	23.67	13.53	43.96
ENE	00.26	01.31	08.14	06.56	26.51	21.26	35.70
FEB	-----	00.30	16.52	06.91	31.23	13.51	31.53
MAR	00.40	01.59	10.32	06.35	31.35	16.67	33.30
ABR	-----	01.28	06.41	03.85	25.00	12.82	50.64
MAY	-----	01.37	09.97	05.50	27.44	12.71	42.61
JUN	-----	01.60	14.40	03.20	28.80	11.20	40.80
JUL	00.21	00.41	10.91	04.94	29.63	06.38	47.33

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 26- OCUPACION PRINCIPAL DEL INFORMANTE
(%)

MES	EMPRESARIO SOCIO	CTA PROPIA RENTISTA PROF.INDEP.	ASALARIADO	TRABAJADOR FAMILIAR	INACTIVO	N/C S/D
AGO	17.20	18.40	35.60	00.80	19.50	08.30
SET	13.90	23.60	33.00	-----	25.40	04.20
OCT	15.60	28.20	34.10	-----	16.90	05.10
NOV	17.24	21.98	35.34	-----	18.54	06.90
DIC	09.68	16.91	52.14	-----	12.56	08.70
ENE	13.91	31.49	40.15	-----	12.86	01.57
FEB	15.02	27.03	46.55	-----	10.81	00.60
MAR	10.71	18.26	50.80	-----	17.47	02.78
ABR	07.90	25.09	45.70	-----	20.96	00.34
MAY	07.69	26.28	42.95	-----	22.44	00.64
JUN	06.40	27.20	47.20	-----	19.20	-----
JUL	06.19	29.01	47.74	00.21	16.05	00.62

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

ANEXO II

Anexo II

ESTUR HOTELES

Tabla 1- PROCEDENCIA

(%)

MES	NACIONALES	EXTRANJEROS
SET	79.50	20.50
NOV	69.73	30.27
FEB	84.83	15.17
ABR	87.88	12.12
JUN	90.27	09.73
JUL	93.88	06.12

Fuente: Elaboración propia - ESTUR '94

Tabla 2- NACIONALES POR REGION TURISTICA

(%)

MES	BUE-BUE.	COR	SFN	NEA	MNS.	NOA	CUYO	SUR
SET	75.47	05.66	06.92	06.92	01.26	00.63	01.88	00.63
NOV	80.62	02.32	04.65	03.87	03.10	03.10	01.55	00.77
FEB	74.79	03.66	06.91	07.72	02.44	01.22	00.40	02.84
ABR	63.22	02.87	01.15	11.50	03.45	15.51	01.15	01.15
JUN	62.74	07.84	09.80	02.94	03.92	02.94	03.92	05.88
JUL	70.38	05.98	07.88	06.25	01.63	02.44	01.90	03.53

Obs.: BUE-BUE (Capital Federal y Provincia de Bs. Aires) SUR =Pcias. Patagónicas

Fuente: Elaboración propia ESTUR '94

Tabla 3- INTERNACIONALES POR PAIS DE ORIGEN/RESIDENCIA

(%)

MES	USA	OTROS AMER.	ITALIA	ESPAÑA	FRANCIA	ALEMANIA	OTROS EUROPA	OTROS OCEAN	JAPON	OTROS ASIA
SET	07.32	07.32	04.88	12.19	19.51	19.51	19.51	02.44	02.44	-----
NOV	25.00	07.14	14.28	07.14	08.93	10.71	23.21	03.57	-----	-----
FEB	02.27	13.63	04.54	04.54	06.82	22.73	29.54	13.64	02.27	-----
ABR	08.33	25.00	08.33	16.66	12.05	04.16	12.05	08.33	-----	-----
JUN	36.36	18.18	-----	-----	09.09	27.27	09.09	-----	-----	-----1
JUL	12.50	08.33	-----	08.33	25.00	16.66	08.33	04.16	04.16	12.50

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

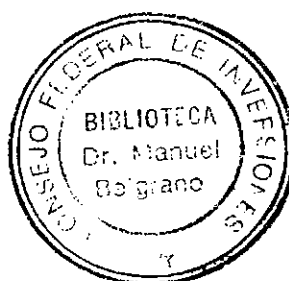


Tabla 4- COMPOSICION DEL GRUPO

(%)

MES	FAMILIARES	FLIARES / AMIGOS	AMIGOS	VIAJA SOLO	OTRO	S/D
SET	69.00	01.50	07.50	22.0	-----	-----
NOV	51.89	01.08	05.41	41.62	-----	-----
FEB	71.73	03.45	05.86	17.59	00.34	01.03
ABR	77.78	03.03	08.59	10.10	-----	00.51
JUN	63.72	00.88	08.85	26.55	-----	-----
JUL	84.69	00.51	04.34	10.46	-----	-----

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 5- MEDIO DE ARRIBO

(%)

MES	AUTO	OMNIBUS REGULAR	OMNIBUS ESPECIAL	AREREO REGULAR	AREREO ESPECIAL	OTROS	S/D
SET	29.50	25.50	05.00	35.00	05.00	-----	-----
NOV	20.00	17.30	11.89	45.41	05.41	-----	-----
FEB	43.45	22.07	09.66	24.48	-----	00.34	-----
ABR	38.89	17.17	08.08	30.30	05.05	00.51	-----
JUN	38.94	10.62	12.39	31.86	06.19	-----	-----
JUL	53.52	10.20	09.69	23.21	03.32	00.26	-----

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 6- FORMA DE ORGANIZAR EL VIAJE

(%)

MES	TOUR AGENCIA	CTA. PROPIA	O.SOCIAL	OTROS	S/D
SET	21.00	76.50	02.00	00.50	-----
NOV	27.57	67.03	05.41	-----	-----
FEB	15.86	82.07	02.07	-----	-----
ABR	26.26	73.23	00.51	-----	-----
JUN	30.97	66.37	01.77	00.88	-----
JUL	26.28	72.96	00.51	-----	00.26

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 7- OCUPACION PRINCIPAL DEL INFORMANTE

(%)

MES	EMPRESA- RIO	CTA. PROP./ PROFES.	ASALA- RIADO	TRAB. FAMILIAR	INACTI- VOS	OTROS
SET	12.00	25.50	34.50	00.50	26.00	01.50
NOV	15.14	19.46	45.94	-----	18.91	00.54
FEB	11.38	28.27	45.17	00.69	14.48	-----
ABR	10.61	22.23	50.01	-----	16.67	00.51
JUN	09.73	28.32	46.01	-----	15.92	-----
JUL	10.97	36.73	41.08	-----	11.22	-----

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 8 - NUMERO DE COMPONENTES
(%)

MES	1 PERS.	2 PERS.	3 PERS.	4 PERS.	5 PERS.	6 PERS.	7 PERS.	8-10 PERS.
SET	22.00	54.00	10.50	10.00	02.50	00.50	-----	00.50
NOV	41.62	41.62	08.65	03.24	03.78	-----	00.54	00.54
FEB	17.59	35.52	15.17	15.17	10.00	03.10	02.76	00.69
ABR	10.10	46.46	13.13	18.69	07.58	04.04	-----	-----
JUN	26.55	48.67	11.50	08.85	02.65	01.77	-----	-----
JUL	10.46	30.61	17.09	23.72	10.20	05.61	01.02	01.29

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 9 - EDAD Y SEXO
(%)

MES	0 - 4	5 - 9	10 - 14	15 - 19	20 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 Y MAS	TOTAL
SET V	8	6	9	4	36	46	34	35	37	215
M	8	11	14	7	54	34	39	35	36	228
NOV V	5	7	5	5	29	58	33	20	27	189
M	5	4	5	3	34	37	29	18	29	164
FEB V	16	31	52	17	62	78	84	41	23	404
M	14	43	49	26	80	89	74	34	25	434
ABR V	9	17	23	19	49	45	55	28	18	263
M	25	22	22	15	52	55	51	31	17	290
JUN V	2	6	2	2	21	36	29	15	20	133
M	8	3	6	2	23	18	14	22	17	113
JUL V	38	78	85	30	47	122	127	54	33	614
M	32	78	73	50	56	146	112	57	39	643

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 10 - CUADRO DE PERNOCTES
(%)

MES	1	2	3	4	5	6	7	8	10	11-13	14-16	17 y MAS
SET	16	32	53	33	20	8	25	11	-----	2	-----	-----
NOV	10	33	56	32	22	6	18	5	-----	3	-----	-----
FEB	10	41	60	48	50	20	31	17	-----	6	3	4
ABR	10	27	83	47	17	6	3	2	3	-----	-----	-----
JUN	8	23	26	32	11	4	4	3	1	-----	-----	1
JUL	24	53	115	103	42	19	22	5	2	1	1	1

Obs.: 1-2-3 n = cantidad de noches

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 11 - PERNOCTES EN BRASIL Y /O PARAGUAY

(%)

MES	NO PERNOCTA	PERNOCTA
SET	92.50	7.50
NOV	95.14	4.86
FEB	94.48	5.52
ABR	100	----
JUN	94.69	5.31
JUL	94.48	5.50

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 12. - PERNOCTES EN OTROS LUGARES DE MISIONES

(%)

MES	NO PERNOCTA	1 NOCHE	2-3NOCHES	MAS DE 3 NOCHES
SET	79.50	12.50	07.00	01.00
NOV	91.35	03.24	03.78	01.62
FEB	81.72	07.24	08.96	02.05
ABR	94.44	03.03	01.52	01.02
JUN	80.53	11.50	07.08	00.88
JUL	69.64	14.29	13.52	02.56

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 13 - FRECUENCIA DE VIAJES DE VACACIONES SEGUN TEMPORADA

(%)

MES		REGULAR	NO REGULAR	NO VIAJAN	SIN DATOS
SET	VER	58.00	21.00	21.00	----
	INV	26.50	30.00	43.50	----
	OEP	21.00	31.00	47.50	00.50
NOV	VER	59.46	27.03	10.81	02.70
	INV	17.84	33.51	45.95	02.70
	OEP	17.84	27.03	52.43	02.70
FEB	VER	67.59	25.17	06.90	00.34
	INV	17.93	30.69	51.03	00.34
	OEP	05.52	10.69	83.45	00.34
ABR	VER	76.26	17.68	06.06	----
	INV	30.30	31.31	38.38	----
	OEP	06.06	14.65	79.29	----
JUN	VER	57.52	35.40	06.19	00.88
	INV	19.47	41.52	38.05	00.88
	OEP	07.96	28.32	62.83	00.88
JUL	VER	64.80	24.49	10.20	00.51
	INV	31.38	39.80	28.32	00.51
	OEP	05.87	07.40	86.22	00.51

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 14 - FRECUENCIA DE VIAJES CORTOS

(%)

MES	SIEMPRE Q/PUEDA	MUY OCASIO- NALMENTE	NO REALIZA	SIN DATOS
SET	45.50	19.00	34.50	01.00
NOV	43.24	28.11	27.03	01.62
FEB	45.52	21.38	32.41	00.69
ABR	59.60	22.22	17.17	01.01
JUN	63.72	16.81	19.47	-----
JUL	48.47	21.17	28.83	01.53

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 15 - ACTIVIDADES PREFERIDAS

(%)

	SET	NOV	FEB	ABR	JUN	JUL
DESCANSAR	-----	48.11	74.14	79.29	70.80	63.01
CONOCER ATRA. NAT	77.00	85.41	90.69	97.47	92.92	97.96
CAMINAR TUR AVENTURA	79.00	61.08	57.93	57.07	58.41	56.38
MUSEOS	52.00	54.05	65.52	60.61	66.37	78.57
ESP.FOLKLORIC.	35.50	32.97	48.97	44.95	60.18	63.01
SHOWS NOCTURNOS	19.50	16.22	28.28	29.29	32.74	22.45
CASINO	14.00	12.97	18.62	18.69	20.35	28.83
DEPORTES	03.56	04.58	08.39	06.90	08.10	
OTRAS	06.50	14.05	14.14	05.56	12.39	25.26
S/DATOS	00.50	01.62	00.34	-----	00.88	-----

Fuente : elaboración propia Estur '94

Tabla 16 - ACTIVIDADES REALIZADAS

(%)

	SET	NOV	FEB	ABR	JUN	JUL
GARGANTA	78.50	81.62	86.21	93.94	82.30	84.18
RIO/SELVA	36.75	63.24	65.86	54.55	65.49	76.28
LA.S.MART.	31.00	50.81	62.41	59.09	46.02	40.56
HELICOPT.	07.00	10.27	05.86	07.58	06.19	10.46
MUSEO	28.00	32.43	50.34	52.53	52.21	54.08
CITY TOUR	66.00	78.38	90.00	91.92	90.27	94.39
PLANTAC.	11.00	08.11	20.69	12.63	19.47	28.57
EXC. BYP	80.50	80.54	89.31	91.41	88.50	89.29
BY NIGTH	18.50	13.51	12.41	13.13	20.35	18.88
PESCA	02.00	01.08	02.76	-----	-----	02.30
DPTES	04.25	04.86	03.79	02.69	03.53	10.46
OTRAS ACT	02.50	03.78	02.76	02.53	-----	02.55
S/DATOS	00.50	01.62	00.34	-----	-----	-----

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

**Tabla 17 - OPINION DE LOS INFORMANTES SOBRE LAS
FACILIDADES TURISTICAS EN EL PARQUE NACIONAL IGUAZU**
(%)

MES		INFOR- MACION	SEÑALI- ZACION	SANITA- RIOS	RESTAU- RANTES	COMER- CIOS	COMUNI- CACION	EXCUR- SIONES	OTRAS FAC.
SET	B	59.50	31.25	29.50	32.00	20.50	18.000	34.50	11.25
	R	11.00	16.00	18.50	12.50	12.00	03.50	04.50	01.75
	M	03.50	10.25	06.50	02.50	04.50	04.50	01.50	01.00
	S/O	26.00	23.50	45.50	53.00	63.00	74.00	59.50	86.00
NOV	B	56.76	43.78	31.89	40.00	19.46	09.73	44.86	01.62
	R	05.95	15.14	14.05	08.65	07.03	01.08	03.24	00.64
	M	03.24	12.97	02.70	03.24	01.08	0.54	01.08	01.08
	S/O	34.05	28.11	51.35	48.11	72.43	88.65	50.81	96.76
FEB	B	58.97	47.24	36.55	46.55	31.72	16.21	32.41	00.69
	R	09.62	21.03	11.72	11.72	09.31	01.03	01.03	00.69
	M	02.07	10.00	06.55	01.38	02.41	01.72	01.72	00.34
	S/O	30.34	21.72	45.13	40.34	56.55	81.03	64.83	98.28
ABR	B	66.67	51.52	35.35	47.47	21.21	19.19	38.38	01.01
	R	08.59	18.69	15.15	10.61	11.11	00.51	01.01	-----
	M	01.52	09.09	03.54	03.03	01.52	-----	00.51	-----
	S/O	23.23	20.71	45.96	38.89	66.16	80.30	60.10	98.99
JUN	B	46.02	30.09	23.89	38.05	17.70	07.08	15.93	-----
	R	07.96	23.89	15.04	04.42	07.08	-----	00.88	-----
	M	00.88	07.96	00.88	01.77	00.88	-----	-----	-----
	S/O	45.13	38.05	60.18	55.75	74.34	92.92	83.19	-----
JUL	B	53.06	38.27	31.63	40.82	29.34	11.22	23.98	07.66
	R	05.87	19.90	12.24	10.97	08.67	-----	01.02	00.77
	M	01.53	11.48	05.61	04.08	02.30	00.26	00.51	-----
	S/O	39.54	30.36	50.51	44.13	59.69	88.52	74.49	91.57

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

**Tabla 18 OPINION DE LOS INFORMANTES SOBRE
LAS FACILIDADES TURISTICAS DE LA CIUDAD DE IGUAZU
(%)**

MES	ALOJA MIENTO	SGDAD PUBLICA	GASTRO- NOMIA	COMER- CIOS	MEDIOS COMUNIC.	TPTES	BANCOS	ENTR	DTES.
SET B	85.50	21.00	65.00	16.00	35.00	33.50	10.00	03.00	04.00
R	05.00	00.50	11.50	17.00	08.50	02.50	01.50	01.00	01.00
M	01.00	01.00	02.00	11.00	05.50	01.00	04.00	04.50	-----
S/O	08.50	77.50	21.00	56.00	51.00	63.00	84.50	91.50	95.00
NOV B	92.43	61.08	72.97	27.03	51.89	42.16	05.41	05.95	08.65
R	03.24	00.54	11.89	19.46	01.62	04.86	02.70	04.32	-----
M	00.53	-----	01.62	04.86	02.70	00.54	02.16	04.32	01.62
S/O	03.78	36.38	13.51	48.65	43.78	52.43	89.73	85.41	89.73
FEB B	84.14	50.34	63.10	31.38	52.41	30.00	07.93	02.76	02.41
R	07.59	02.07	06.90	15.86	01.72	04.14	00.69	01.72	00.34
M	00.34	00.69	01.72	05.17	01.03	00.69	01.72	0-3.10	01.03
S/O	07.93	46.90	28.28	47.59	44.83	65.17	89.66	92.41	96.21
ABR B	88.89	31.82	62.12	16.16	49.49	16.16	04.55	01.52	02.53
R	05.56	02.53	08.59	12.63	02.53	03.54	00.51	01.01	-----
M	01.01	-----	02.53	04.04	02.53	00.51	01.01	02.02	00.51
S/O	04.55	65.66	26.77	67.17	45.45	79.80	93.94	95.45	96.97
JUN B	95.58	36.28	74.34	12.39	45.13	34.51	08.85	02.65	02.65
R	03.54	-----	03.54	16.81	02.65	00.88	00.88	-----	-----
M	-----	00.88	00.88	04.42	01.77	00.88	00.88	00.88	-----
S/O	00.88	62.83	02.24	66.37	50.44	63.72	89.38	96.46	97.35
JUL B	91.33	50.26	67.60	24.74	58.93	23.21	05.87	05.61	01.28
R	05.36	02.04	10.97	17.86	02.81	03.32	00.26	01.28	00.26
M	02.04	00.26	02.81	03.83	01.28	01.02	01.28	01.28	-----
S/O	01.28	47.45	18.62	53.57	36.99	72.45	92.60	91.84	98.47

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 19 - ASPECTOS DE LA CIUDAD

(%)

MES		ARQUITECTURA	LIMPIEZA	ATENCION
SET	BUENA	41.00	51.00	79.50
	REGULAR	30.00	21.50	03.00
	MALA	10.50	07.50	01.00
	S/O	18.50	20.00	16.50
NOV	BUENA	47.50	65.95	87.03
	REGULAR	30.20	20.00	03.78
	MALA	09.73	01.08	-----
	S/O	12.43	12.97	09.19
FEB	BUENA	53.45	70.69	83.79
	REGULAR	23.79	15.52	02.76
	MALA	10.34	02.41	00.69
	S/O	12.41	11.38	12.76
ABR	BUENA	56.57	62.63	75.76
	REGULAR	14.65	11.11	01.01
	MALA	03.54	01.52	00.51
	S/O	25.25	24.75	22.73
JUN	BUENA	43.36	59.29	76.11
	REGULAR	23.89	10.62	-----
	MALA	05.31	02.65	-----
	S/O	27.43	27.43	23.89
JUL	BUENA	45.66	54.08	75.00
	REGULAR	22.19	16.84	02.55
	MALA	06.89	05.10	00.26
	S/O	25.26	23.98	22.19

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 20 - RECOMENDACION DE VOLVER A VISITAR

(%)

MES	SI - SIN DUDA	SI C/RESERVAS	NO	SIN DATOS
SET	89.00	06.50	02.00	02.50
NOV	94.59	03.78	00.54	01.08
FEB	94.14	03.79	01.03	01.03
ABR	97.47	02.02	-----	00.51
JUN	98.23	01.77	-----	-----
JUL	94.90	01.79	00.26	03.06

Fuente : elaboración propia ESTUR '94

Tabla 21 CONCEPTO DEL GASTO PROMEDIO EN ARGENTINA / CUENTA PROPIA

(EN U\$S)

MES	TRANS - PORTE	ALOJA - MIENTO	ALIMEN- TACION	EXCUR- SIONES	ESPARC. Y DEPTES.	BS. Y SVS OTROS GASTOS	TOTAL GASTO
SET	05.20	19.50	13.00	07.00	00.40	*	45.25
NOV	04.45	14.83	12.56	09.00	00.45	08.16	49.46
FEB	02.43	12.92	09.10	04.80	00.02	03.75	32.25
ABR	03.18	17.46	11.99	10.27	00.33	02.76	45.58
JUN	04.95	19.21	18.15	09.64	00.89	08.11	60.95
JUL	02.45	20.30	14.08	06.44	00.20	04.49	47.96

Obs.: * dato no relevado.

Fuente: elaboración propia ESTUR 94

Tabla 22 - CONCEPTO GASTO PROMEDIO EN BRASIL Y/O PARAGUAY / CUENTA PROPIA
(EN U\$S)

MES	TRANSPORTE	ALIMENTACION	EXCURSIONES	ESPARC. Y DPTES	BS./Y SVS. O.GASTOS	TOTAL GASTO
SET	*	*	*	*	*	*
NOV	00.59	02.53	01.57	05.38	61.14	71.20
FEB	01.10	03.62	00.28	00.05	42.45	47.51
ABR	00.26	03.77	00.24	00.00	58.81	63.09
JUN	00.79	07.09	00.32	-----	37.56	45.76
JUL	00.21	04.54	00.56	-----	41.57	46.88

Obs.: * dato no relevado.

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 23 - CONCEPTO GASTO PROMEDIO EN ARGENTINA / TOUR POR AGENCIA
(EN U\$S)

MES	TRANSPORTE	ALIMENTACION	EXCURSIONES	ESPARC. Y DPTES	BS. Y SVS. O. GASTOS	TOTAL GASTO
SET	03.15	06.20	07.30	02.60	*	20.60
NOV	05.42	11.40	05.75	01.43	05.90	29.90
FEB	02.27	09.75	02.18	01.00	03.70	19.00
ABR	00.12	12.35	07.22	-----	09.73	29.43
JUN	02.28	13.09	03.22	00.06	04.67	23.33
JUL	01.37	13.23	06.07	00.36	11.06	32.10

Obs.: * dato no relevado.

Fuente: elaboración propia ESTUR '94

Tabla 24 CONCEPTO GASTO PROMEDIO EN BRASIL Y/O PARAGUAY / TOUR POR AGENCIA
(EN U\$S)

MES	TRANSPORTE	ALIMENTACION	EXCURSIONES	ESPARC. Y O. DPTES	BS. Y SVS. O. GASTOS	TOTAL GASTO
SET	*	*	*	*	*	*
NOV	00.07	02.67	-----	03.60	72.67	79.00
FEB	01.43	05.00	-----	-----	41.20	47.60
ABR	-----	05.77	-----	-----	55.55	61.33
JUN	00.11	02.79	00.36	-----	46.07	49.32
JUL	00.10	02.19	00.23	-----	73.98	76.50

Obs.: * dato no relevado.

Fuente: elaboración propia ESTUR '94