

0/4.39
A 14
T

MFN-131

39721

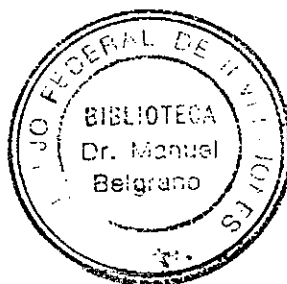
Acuerdo

Consejo Federal de Inversiones
Universidad Nacional de Misiones

Estudio

Sistema de Estadísticas de Turismo
"Provincia de Misiones"

INFORME DE AVANCE



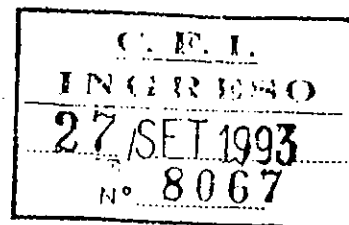
RESPONSABLES

Estad.CESAR N. AGUIRRE
Lic.VICTOR TORRES
Estad.EDUARDO SIMONETTI

0/4.39
A 14
T



MINISTERIO DE CULTURA Y EDUCACION
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
TUCUMÁN 1946
3300 - POSADAS - MISIONES - Rep. ARGENTINA



Sr.
Secretario General del CFI
Ing. JUAN JOSE CIACERA
S. Martín 871
Capital Federal

Tengo el agrado de dirigirme a Ud en mi carácter de responsable del estudio "SISTEMA DE ESTADISTICAS DE TURISMO" para la Provincia de Misiones, acordado entre ese organismo y la Universidad Nacional de Misiones.

El motivo es dar cumplimiento a los términos del Anexo I del acuerdo vigente en lo referente a la presentación de informes del estudio. Con tal motivo se agrega a la presente el primer INFORME DE AVANCE, en el cual se pone a consideración la propuesta metodológica de los proyectos que forman parte del mismo.

Sin otro particular, lo saludo con distinguida consideración.

Posadas, 22 de setiembre de 1.993

Est. CESAR N. AGUIRRE

PRESENTACION

El presente informe tiene por objeto dar cumplimiento a los términos del acuerdo CFI-UNaM relacionado con el estudio "Sistema de Estadísticas de Turismo" para la Provincia de Misiones. En particular se satisface la exigencia prevista en el ANEXO I -Plan de Trabajo-, ítem 3, inciso B de dicho Acuerdo, referente al desarrollo metodológico de los tres proyectos que forman parte del estudio.

A-DEFINICIONES TECNICAS

Consideraciones Previas

Cabe citar que el estudio tiene carácter experimental por los primeros doce meses de su aplicación. Una vez concluido este período de acumulación de información y experiencias, se deberán establecer los alcances, contenidos, métodos y procedimientos definitivos de los trabajos; para su posterior replicación por parte de la Secretaría de Turismo de Misiones.

En consideración a esta condición y a otras cuestiones de orden práctico bajo las cuales debieron diseñarse los proyectos, la metodología propuesta estará sujeta a las revisiones y ajustes que las experiencias y resultados indiquen como necesarias.

Visitante, Turista, Excursionista

Seguidamente se citan las definiciones sobre conceptos centrales tales como: turismo, visitante, turista, etc, que serán de aplicación en este estudio. Los enunciados se ajustan a las RECOMENDACIONES SOBRE ESTADISTICAS DE TURISMO de la Organización Mundial de Turismo, aprobadas por el Comité de Seguimiento en Madrid; Mayo de 1992.

Otras definiciones y conceptos específicos a aplicar en los tres proyectos, se presentarán detalladamente en la metodología e instructivos de cada uno de ellos.

Región Turística Internacional Iguazú: Se define de esta manera al área geográfica que incluye al Parque Nacional Iguazú y Municipio de Puerto Iguazú, por el lado argentino; al Parque Nacional de Foz do Iguacú y ciudad de Foz do Iguacú, del lado brasileño; y a la Ciudad del Este por el

lado paraguayo.

Area Turística Iguazú: Constituye el área geográfica receptiva que es objeto del estudio. Se trata de la unidad territorial de referencia para las estadísticas a elaborar. El Area estará conformada por la unión de los límites del Municipio de Puerto Iguazú y el Parque Nacional Iguazú

Turismo Receptivo en el Area Iguazú: Se refiere a los visitantes que arriban al Area Iguazú por un período continuado de estancia inferior al año, sea el motivo principal de la visita el ocio, los negocios u otros motivos turísticos.

Visitante del Area: Toda persona no residente en el Area, que ingresa a ella por un período continuo de tiempo inferior al año y cuyo motivo de traslado no es ejercer una actividad que se remunere en el Area.

Los conceptos centrales de esta definición son:

- No residencia en el Area Iguazú.
- Ingreso al Area por un período inferior al año.
- El desplazamiento implica un cambio de localidad o de unidad territorio o administrativa.
- Los desplazamientos no se realizan en forma regular (semanal, diaria, etc.).
- El motivo principal del viaje no es ejercer una actividad que se remunere dentro del Area.

Seguidamente se ejemplifican algunas situaciones particulares que pueden originar dudas en su interpretación:

a) No son visitantes del Area:

- 1) una persona que visita las Cataratas, cuya residencia habitual es Eldorado y se encuentra trabajando como camarero de un hotel de Pto Iguazú por la temporada alta del mes de julio.
- 2) una persona alojada en un hotel de Pto Iguazú, que es proveedor de varios comercios del lugar y que en forma repetitiva, todas las semanas (con regularidad), viaja por uno o dos días a la localidad para abastecer a sus clientes.

- 3) una persona con residencia habitual en Puerto Iguazú que se encuentra en Cataratas acompañando a familiares que son visitantes del Area.
- 4) una persona de visita en Cataratas que recientemente, ha fijado su domicilio o residencia habitual en Puerto Iguazú, sea éste un hotel o vivienda particular.
- 5) una persona con residencia habitual en Foz do Iguacu o Ciudad del Este (PY) que se traslada al Area para ejercer algún tipo de trabajo.

b) Son visitantes del Area:

- 1) una persona con residencia habitual en Puerto Libertad, que ocasionalmente se encuentra visitando las Cataratas junto a su familia como paseo de vacaciones.
- 2) un empresario alojado en un hotel de Puerto Iguazú, con residencia habitual en Bs. As., que viajó al área por razones de negocios.
- 3) un médico español que se encuentra visitando el área y está alojado en Foz do Iguacu para asistir a un congreso de su especialidad.
- 4) dos profesores de la UNaM con residencia habitual en Posadas que, por el término de cinco días, se instalan en el Area para organizar la encuesta turística ESTUR93/94.

Según el tiempo de permanencia en el Area los visitantes podrán ser: Turistas o Excursionistas.

Turista: Todo visitante que ingrese al Area y que permanece en ella al menos por una noche y cuyo motivo principal de visita puede ser alguno de los siguientes:

a) Ocio, Recreo y Vacaciones:

- 1) recreación y uso del tiempo libre exclusivamente (vacaciones, viajes de paseo, etc.)
- 2) asistencia a eventos científicos culturales y similares (congresos, conciertos, conferencias, etc)
- 3) atención de la salud. (recibir algún tipo de tratamiento y/o atención médica)

4)práctica de deportes (participar en competencias deportivas y su preparación para ello).,

5)visita a familiares y amigos

b)Negocios, Motivos Profesionales y/o Laborales:

1)realizar reuniones, visitas y/o gestiones similares cuyo fin son los negocios; razones profesionales y de trabajo.

2)asistir a convenciones y encuentros de negocios , profesionales y/o laborales.

3)otros fines relacionados con los negocios y razones profesionales.

c)Otros Motivos:

1)realizar estudios y/o trabajos de investigación en el Area.

2)encontrarse en el Area en tránsito hacia otros destinos cualquiera sea el motivo del viaje.

Excursionista:Todo visitante que ingresa al Area por un período inferior a las 24.00 horas, sin pernoctar en ella y cuyo motivo principal de visita es alguno de los señalados en el punto anterior.

De acuerdo con el lugar de residencia habitual, los turistas y excursionistas pueden clasificarse en algunas de las siguientes categorías:

Turista (excursionista) Internacional: tiene en otro país su lugar de residencia habitual.

Turista (excursionista) Interno Nacional: tiene residencia habitual en otra provincia (no es Misiones) de nuestro país.

Turista (excursionista) Interno Provincial: su residencia habitual se encuentra en algún lugar (distinto del Area Iguazú) de nuestra provincia.

Debe notarse que la distinción entre una y otra categoría de turista (excursionista), está dada exclusivamente por el lugar de residencia habitual y no por la nacionalidad del visitante.

Asi es como un ciudadano extranjero, residente en alguna

provincia de nuestro país, será un turista (excursionista) interno nacional. Del mismo modo será considerado un turista (excursionista) nativo de Misiones cuya residencia se encuentra en algún lugar del País, fuera de la Provincia. En cambio, un ciudadano con nacionalidad extranjera (o también un nativo de otra provincia argentina), que reside en esta provincia, será un turista (excursionista) interno provincial

A su vez, un ciudadano argentino con residencia habitual en otro país será considerado turista (excursionista) Internacional.

Por la particular modalidad del turismo de excursión que se observa en el Area, es necesario definir categorías clasificatorias de los excursionista, a partir de considerar los lugares de inicio y regreso de viaje.

En este sentido se definen las siguientes clases de excursionistas:

Internacionales con ida y vuelta desde otro lugar de residencia turística: visitantes

internacionales que registran una residencia turística (transitoria) ubicada fuera del Area y en viaje del día la visitan, regresando a esa residencia.

Es el caso de turistas extranjeros alojados en otros centros turísticos (BsAs, San Pablo, Rio de Janeiro, etc) que en viaje de ida y vuelta en el día visitan el Area. Tambien es el caso de los turis-tas extranjeros que alojados en algún lugar de la provincia de Misiones visitan el Area en el día.

Internacionales con ida y vuelta desde su lugar de residencia: visitantes que residen en los países limítrofes y en viajes del día visitan el Area regresando a su residencia.

Internacionales en tránsito: visitantes internacionales que en viaje hacia (desde) otro lugar, visitan el Area.

A modo de ejemplo, quedan en esta condición los residentes paraguayos, uruguayos y chilenos que, en viaje hacia(desde)

destinos turísticos del Brasil, visitan el Area.

Internos Nacionales con ida y vuelta desde su residencia habitual: residentes en otras provincias argentinas, principalmente Corrientes y Chaco, que visitan el Area en viaje de ida y vuelta en el día.

Internos Nacionales con ida y vuelta desde otro lugar de residencia turística: residentes en otras provincias argentinas que registran una residencia turística fuera de el Area, que en viaje de ida y vuelta en el día visitan el Area.

Se incluye en esta categoría a los residentes en otras provincias que estando alojados en algun lugar de la provincia o en ciudades limítrofes brasileñas o paraguayas, en viaje del día, visitan el Area regresando a ese alojamiento.

Internos Nacionales en tránsito: residentes en el país que en viaje hacia (desde) otros destinos visitan el Area.

Internos provinciales con ida y vuelta desde su residencia habitual: residentes en Misiones (fuera del Area) que en viaje de ida y vuelta en el día visitan el Area.

Internos Provinciales en tránsito: residentes en Misiones que en viaje hacia (desde) otro destino visitan el Area.

De las definiciones anteriores se desprende que la propiedad que distingue al visitante del Area es el lugar donde reside habitualmente.

Lugar de Residencia: es el lugar donde la persona ha permanecido por al menos, los últimos doce meses consecutivos previos al momento de la visita al Area. Es decir, se trata del lugar donde la persona vive y desarrolla sus actividades habituales (laborales, sociales, etc).

Grupo Turístico Primario

El diseño de los relevamientos muestrales que forman parte del estudio, requiere de la explicitación de la unidad de análisis a la cual estarán referidas las observaciones. Esta será el *grupo turístico primario* de visitantes al Area, definido del siguiente modo:

Grupo turístico primario: grupo de visitantes del Area 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.

Esta noción de grupo primario está claramente representada por el *grupo familiar primario* y es en este sentido como debe interpretarse la definición anterior.

Estación o Temporada Turística

Por razones de diferente orden -teóricas, metodológicas y operativas- es necesario identificar los períodos estacionales (temporadas) que sigue el movimiento de visitantes al Area. Por idénticos motivos también se deben determinar "semanas típicas" en los diferentes meses del año. Las definiciones adoptadas en tal sentido son las siguientes:

Temporada: es un período del año en el cual el turismo del Area presenta ciertas particularidades propias que lo diferencian de otras épocas del año.

Los elementos que permitirán distinguir las diferentes temporadas serán de tipo cuantitativo (intensidad del movimiento diario de visitantes al Parque Nacional, días de permanencia, etc.) y también cualitativos de los visitantes (procedencia, organización del viaje, composición de los grupos turísticos, etc.).

Semana Típica: siete días corridos del mes (no necesariamente semana calendario) en los que se registra la mayor intensidad diaria en el movimiento de visitantes al

Area. En otro términos, se tratará de los siete días consecutivos de un mismo mes en los que se observe el mayor promedio de visitantes por día.

Los procedimientos aplicados para establecer las temporadas y semanas típicas de referencia para este estudio se describen en el capítulo siguiente.

B-DETERMINACION DE TEMPORADAS Y SEMANAS TIPICAS

1-Temporadas

Para operacionalizar el concepto de temporada definido anteriormente, se trabajó sobre las series estadísticas de ingreso mensual al Parque Nacional Iguazú, elaboradas por la administración local de APN. También se consideraron elementos cualitativos aportados por informantes calificados del Area. (Anexos I y III, respectivamente).

A partir de estos registros estadísticos se construyó un índice de las variaciones estacionales o por el método de los Eslabones Relativos de Warren-Parsons (Anexo IV). Los resultados así obtenidos fueron complementados con las referencias cualitativas de los informantes, permitiendo definir las siguientes estaciones características dentro del año calendario:

Alta de Julio

Coincide con las vacaciones invernales de julio en el país y es cuando se observa el mayor índice de estacionalidad en el año. Predominan de modo casi excluyente los visitantes internos nacionales.

Alta de Semana Santa

Es un período de corta duración que alternativamente se ubica en marzo o abril. Si bien la temporada es breve (no mas de siete días), es en esta época del año donde se observa el mayor número de visitantes por día.

Esta intensidad no se refleja en su exacta dimensión en el índice de estacionalidad, debido a que las restantes semanas de estos meses son de muy baja afluencia.

También se destaca en este período el casi absoluto predominio de los visitantes de procedencia nacional.

Media Alta

Se ubica en los meses de enero y febrero y de acuerdo con los índices calculados, se trata de un período de gran afluencia de visitantes al Area.

Atendiendo a los valores de estos índices se trataría del segundo período mas importante del año. A pesar de ello, a esta temporada se la ubica en un nivel inferior al de Semana Santa debido a que no es tan importante la demanda del recurso, los servicios, etc; que realizan los visitantes en esta época.

Ello se explica por que se trata en mayor medida, de viajeros nacionales en tránsito hacia (desde) lugares de veraneo en el Brasil que en promedio, permanecen no mas de un día en el Area.

Media Baja

Se ubica entre los meses de agosto y diciembre. Los niveles de afluencia (índices) de visitantes son ligeramente inferiores a la media anual y con valores uniformes a lo largo de todo el período.

En términos generales se puede señalar que en esta temporada existe un predominio de jubilados, visitantes en tours y un importante número de extranjeros de origen europeo y norteamericano.

Precisamente, la relativamente mayor presencia de visitantes internacionales en la segunda mitad de esta temporada (octubre-diciembre), permite identificar dos subestaciones de este período:

-agosto-septiembre

-octubre-diciembre

Baja

Es el período del año en el que se registra el menor número de visitantes al Area, con índices de afluencia cercanos a la mitad del promedio anual.

Esta temporada se corresponde con los meses de mayo y junio.

2-Semanas Típicas

De acuerdo con la información aportada por los informantes consultados, el turismo en el Area se concentra mayoritariamente entre la segunda y tercer semana de cada mes. Una excepción a este patrón de comportamiento es la Semana Santa.

A efectos de contrastar esta afirmación con datos estadísticos, se trabajó con la serie de ingresos diarios de visitantes al PNI, datos suministrados por la administración local de ANP (Anexo II).

A partir de los mismos se calcularon -para la serie de cada mes- las medias móviles por períodos de siete días consecutivos (Anexo IV). De esta manera se identificaron los siete días corridos (no necesariamente semana calendario) de cada mes que concentran el mayor número promedio de visitantes diarios. Como resultado de este procedimiento fueron determinadas en forma aproximada, las siguientes semanas típicas para todo el año:

Agosto	: semana del 14 al 20
Setiembre	: semanas del 15 al 21 ó del 24 al 30
Octubre	: semana del 10 al 16
Noviembre	: semana del 10 al 16
Diciembre	: semanas del 1 al 7 ó del 11 al 17(1)
Enero	: semana del 17 al 23
Febrero	: semana del 12 al 18
Marzo	: semana del 20 al 26(2)
Abril	: Semana Santa
Mayo	: semana del 19 al 25
Junio	: semanas del 9 al 15 ó del 22 al 28
Julio	: dos semanas a determinar de acuerdo

con el calendario de vacaciones de invierno en las distintas provincias.

(1) No se considera la última semana de este mes, a la cual corresponde el mayor promedio diario, porque estos valores

se corresponden con el inicio de la temporada alta de verano.

(2) En este caso no se consideran los primeros días del mes por que se encuentran afectados por el movimiento de verano.

C- ESTIMACION DE LA AFLUENCIA TURISTICA

1- La Medida de la Afluencia Turística

De acuerdo con los términos de referencia que orientan este proyecto, será el "ingreso de personas" al Parque Nacional Iguazú la medida indirecta (indicador) del volúmen de la demanda turística del Area.

Los datos sobre este indicador son elaborados por la Intendencia del PNI, a partir de los procedimientos administrativos rutinarios de control que se realizan sobre la venta diaria de tickets de ingreso al Parque.

Con el fin de evaluar la calidad de estas mediciones, se concretaron las siguientes acciones:

a-Entrevistas a los funcionarios responsables del tratamiento estadístico de la información administrativa, para conocer en detalles los procedimientos que dan origen a los datos.

b-Recopilación y análisis de los datos disponibles en estas fuentes.

c-Observaciones directas en el lugar de control del acceso y dentro del PNI.

Las conclusiones obtenidas como resultado de estas actividades son las siguientes:

-La administración local del PNI no cuenta en su organización formal con un área estadística específica. En consecuencia, no existen normas técnicas estrictas para la captación y elaboración de los datos.

-Los datos sobre el movimiento diario de visitantes se obtienen a partir del conteo (rendición de caja) de los tickets vendidos en el día.

-Los visitantes menores de doce años y jubilados están eximidos de abonar el ingreso con la sola presentación del

documento que los acredite como tales. En determinadas épocas del año estas categorías pueden representar un número importante de personas que no son computadas en forma directa.

- Otros visitantes (contingentes escolares, visitas oficiales, etc) pueden ser autorizados a ingresar en forma gratuita.

- Se ha observado que por razones operativas ocasionales, puede ocurrir que se interrumpa la venta de tickets por determinados momentos del día.

- Algunos visitantes del Area concurren al PNI en mas de una oportunidad durante su estadía, abonando el ingreso correspondiente en cada visita.

- En la temporada de verano es común que algunos visitantes ingresen al PNI antes o después de los horarios de control de acceso (de 8 a 18 horas en forma ininterrumpida).

- Las cifras obtenidas por el conteo de tickets vendidos son corregidas mensualmente (debido al subregistro por el ingreso gratuito), mediante la aplicación de coeficientes de ajuste basados en información de vieja data y en la experiencia (elementos subjetivos) de los funcionarios del PNI.

De las conclusiones anteriores se infiere que el indicador de la afluencia turística al Area está sujeto a errores cuya magnitud y sentido del sesgo son impredecibles. Mejorar su calidad requiere de acciones en dos sentidos: ajustar la captación de los datos primarios que dan lugar a las estimaciones y construir medidas de control del sesgo probable.

Las propuestas a tal fin se describen a continuación.

2-Recomendaciones para Ajustar los Registros de Ingreso al PNI

1-Control del ingreso de menores y jubilados

Se propone otorgar tickets gratuitos a los visitantes de estas categorías, con lo cual podrán ser incluidos en los

conteos diarios de control de caja. Este boleto debería ser fácilmente diferenciable de aquellos que se cobran (por ejemplo por el color) y además, llevar impresa la palabra "gratuito" en caracteres muy visibles.

De este modo se incorporaría un mecanismo para el registro de estas personas que no significaría agregar nuevas tareas al personal encargado del control de acceso.

2-Visitantes con autorización oficial

Se propone poner en práctica el uso de una planilla que permita consignar cierta información sobre los visitantes que ingresan bajo esta condición. La información que se sugiere recabar es la siguiente: fecha de ingreso, período de visita, motivo de la visita, medio de transporte utilizado, lugar de origen de los visitantes, y el número de personas que integran el grupo.

3-Recomendaciones para Medir el Sesgo de las Estimaciones

Se sugiere realizar las siguientes tareas con este fin:

1-Conteos del ingreso de visitantes en días al azar

El propósito de estos conteos es recopilar datos que puedan ser contrastados con los registros diarios de la Intendencia del PNI. De esta manera podrían detectarse los posibles sesgos sistemáticos de estos registros, e intentar construir medidas del error de las estimaciones.

Se trata de relevamientos a realizar con personal propio del proyecto en el portón de acceso al PNI. Consistirán en registrar (vehículo por vehículo, incluyendo los del transporte local público y privado) el número de personas que ingresan diariamente al

Parque, durante semanas elegidas aleatoriamente en cada una de las temporadas definidas anteriormente.

En estos relevamientos también se levantarán datos sobre el medio de transporte con el que arriban al Parque y el lugar de procedencia de los viajeros.

2-Utilización de la Encuesta en Cataratas

Al cuestionario de la encuesta que se realizará mensualmente en Cataratas se le incorporarán preguntas que puedan aportar datos para la verificación de las estimaciones de afluencia.

Finalmente, debe señalarse que la posibilidad de poner en práctica la mayoría de estas recomendaciones, principalmente las que se refieren a optimizar los registros de ingresantes, está sujeta al resultado de gestiones institucionales iniciadas por la Secretaría de Turismo de Misiones ante las autoridades locales de la ANP.

Actualmente se está tramitando un convenio entre ambos organismos para facilitar la realización de las tareas descriptas. Por consiguiente y hasta tanto esta gestión no se encuentre concluida, se utilizarán las cifras de afluencia turística al Area que se obtienen según los procedimientos actuales.

D- ENCUESTA A VISITANTES DEL PNI

El objetivo principal de esta encuesta es proporcionar los datos necesarios para desagregar las estimaciones globales de afluencia turística, en ciertas categorías de análisis recomendadas por la OMT.

De acuerdo con este propósito fueron diseñados los contenidos y las técnicas de recolección y análisis de los datos que se explican a continuación.

1-Unidad de Análisis

La unidad de observación será el *grupo turístico primario*, en el sentido de la definición dada anteriormente.

Los datos de cada grupo seleccionado en la muestra se recabarán del *Informante*, quien será uno de sus miembros, mayor de 16 años y preferentemente, el que ejerce su liderazgo.

2-VARIABLES y Cuestionario (Anexo V)

Las variables que se propone observar son las siguientes:
Lugar de residencia, discriminando los residentes en Misiones, en otras provincias (registradas individualmente) y en otros países, también distinguidos individualmente.
Cantidad de pernoctes (estadía) en la Región Internacional Iguazú, discriminando los grupos que no permanecen (excursionistas) en la Región.

Lugar de la Región Internacional donde se ubica el alojamiento, discriminando entre la zona argentina (turista del Area) y las zonas de Brasil-Paraguay (excursionistas del Area). Además se distinguen otras situaciones de excursionistas para el Area y Región: residente cercano de la Región que regresa en el día, visitante alojado en otro lugar de Misiones que regresa en el día y viajeros en tránsito.

Tipo de alojamiento (para turistas del Area y Región), discriminando entre hoteles-hosterías-residenciales, cabaña-bungalows, habitación alquilada casa de familia, casa rodante-motor home-carpa, casa de familiares y amigos, albergues y otros alojamientos.

Medio de transporte para el arribo a la Región, discriminando los arribos por automotor privado, omnibus de línea regular, omnibus servicio especial, aéreo en vuelo regular y especial (charter) y otros medios.

Forma de organización del viaje, discriminando los viajes por cuenta propia, en tour contratado por agencias y los organizados por obras sociales, sindicatos, etc. (no contratados como tours por agencias)

Número de visitas (ingresos) al PNI durante la estadía en el Area-Región, discriminando la cantidad de visitas entre una sola vez, dos veces, tres veces y mas de tres.

Tiempo (en total para todas las visitas) de permanencia en el predio de Cataratas y PNI, discriminando en medio día, un día y mas de un día.

Otros lugares de la Provincia de Misiones visitados en el viaje, discriminando lugares de los principales corredores turísticos de la Provincia.

Composición del grupo primario, discriminando entre grupos de personas vinculadas por lazos familiares unicamente, de personas unidas familiarmente que viajan con amigos, de personas unidas solo por vínculos de amistad, visitantes que viajan solos, y contingentes de menores (escolares, delegaciones deportivas, etc) que viajan bajo el cuidado de personas mayores.

Edad (años cumplidos al momento de la entrevista) y sexo de los componentes del grupo, discriminando por grupos quinquenales de edad desde 0 a 59 años y sin discriminar desde 60 y mas.

Total de componentes del grupo primario entrevistado, incluyendo al informante.

Motivos principal y secundario del viaje a la Región, discriminando entre diferentes categorías de motivos relacionados con el ocio-vacaciones-recreación, motivos profesionales-laborales y otros motivos turísticos.

Visitas anteriores del entrevistado al Area-Región, discriminando entre visita por primera vez y otras visitas anteriores.

Medio de información utilizado por el grupo primario para motivarse, decidir y/o programar el viaje al Area/Región, discriminando entre diferentes medios de comunicación masiva, oficinas estatales de información (representación del Gobierno Provincial en Capital Federal, embajadas, consulados, etc.), agencias de viaje y turismo, amigos o familiares que han visitado la zona, visitas anteriores de algún miembro del grupo y conocimientos (ocultura) generales del grupo.

Nivel de instrucción (educación formal) mas alto alcanzado por el informante, discriminando entre los niveles elemental primario, secundario y superior; distinguiendo si trata de estudios completos o incompletos.

Ocupación principal (la del mayor ingreso) del informante, discriminando entre diferentes categorías ocupacionales de los entrevistados activos y diferentes categorías de lo no económicamente activos.

3-La Muestra

Considerando cual es el propósito principal de esta encuesta, la muestra mensual de casos debe ser confiable en cuanto a describir los atributos predominantes en los grupos primarios que visitan el PNI en cada mes.

Las cuestiones técnicas que surgen en relación con esta condición son: la asignación por meses del tamaño total de muestra establecido para todo el período del estudio (3.200 observaciones), la determinación del período del mes en que se aplicarán las encuestas y el procedimiento de

selección (técnica de muestreo) de los grupos a entrevistar.

Adjudicación de la muestra

Para establecer el tamaño de las muestras mensuales se utilizaron los índices de variación estacional (Anexo IV), asignando a cada mes del año un número de entrevistas proporcional al valor del índice de ese mes.

El criterio de asignación aplicado asegura una distribución mensual del total de casos en el año, equivalente al "peso" de cada mes en el movimiento turístico anual.

El resultado de esta operación es el siguiente:

Agosto	:	259	casos
Febrero	:	333	casos
Setiembre	:	237	"
Marzo	:	252	"
Octubre	:	237	"
Abril	:	291	"
Noviembre	:	232	"
Mayo	:	156	"
Diciembre	:	217	"
Junio	:	125	"
Enero	:	381	"
Julio	:	485	"

Período de aplicación de las encuestas

Las encuestas se levantarán en las "semanas típicas" de cada mes, las que fueron definidas y determinadas en capítulos anteriores.

Las series históricas de afluencia turística al PNI analizadas, demuestran fluctuaciones regulares en la intensidad de visitas entre los días de la semana. Por ello, el número de entrevistas a realizar diariamente estará asignado en proporción con estas variaciones, de acuerdo con la siguiente tabla:

DIA	(%)
Lunes	8,0
Martes	12,0
Miércoles	14,0
Jueves	16,0
Viernes	13,0
Sábado	15,0
Domingo	22,0

Selección de los grupos a entrevistar

Los elementos considerados para la determinación del método de selección a aplicar son los siguientes:

- una población de tamaño indefinido y en permanente desplazamiento por el lugar,
- falta de información previa suficiente sobre ciertas características de la misma,
- el carácter cualitativo predominante de la encuesta.

Estos elementos plantean restricciones para la aplicación de las técnicas de muestreo de mayor complejidad y confiabilidad en los resultados (probabilísticas, por

cuotas,etc.). Por ello se adoptó el procedimiento de selección casual (muestreo fortuito) de los grupos primarios, durante su desplazamiento por lugares estratégicamente seleccionados dentro del PNI.

A los efectos de minimizar posibles sesgos de los entrevistadores en la selección de los grupos, éstos cuentan con pautas de trabajo precisas al respecto.

A medida que se disponga de mayor información a partir de los resultados de la propia encuesta y de los trabajos propuestos en el capítulo anterior, el propósito es perfeccionar el diseño de muestreo a aplicar.

4-Tabulados

En relación con este punto cabe señalar que el sistema de procesamiento de los datos que se describe mas adelante, ha sido diseñado de manera lo suficientemente flexible como para satisfacer diferentes necesidades de análisis. En consecuencia se podrán obtener todas aquellas tablas estadísticas que se consideren de utilidad.

A continuación se describen a modo indicativo, algunos de los criterios generales que se adoptarán para la elaboración de los datos, los que naturalmente, estarán en relación con los propósitos de la encuesta.

-Clasificar a los grupos primarios según su condición de turistas o excursionistas para el Area.

-Para la clasificación anterior, ordenarlos según variables como: lugar de residencia, tipo de alojamiento (solo turistas de la Región/Area), medio de arribo, composición del grupo, pernoctes (solo turistas de la Región/Area), total de componentes, sexo y edad de los mismos, etc.

-Clasificar a los grupos primarios de excursionistas del Area, según sus diferentes modalidades: residentes cercanos que regresan en el día, turistas alojados en la zona Brasil/Paraguay, en tránsito, etc.

Estos mismos criterios se observarán para clasificar el total de personas que representan los grupos primarios observados.

E- ENCUESTA EN LUGARES DE ALOJAMIENTO

Esta encuesta está dirigida a los turistas del Area Iguazú (visitantes alojados en ella), con el fin de conocer con cierta profundidad y detalle sobre sus hábitos y preferencias turísticas, su evaluación sobre diferentes componentes (infraestructura, equipamiento, etc) de la oferta del Area y sobre la estructura y nivel del gasto turístico.

1-Unidad de Análisis

En este caso se observará a los grupos turísticos primarios que se encuentran hospedados en hoteles, establecimientos similares y campings turísticos; entrevistando a los informantes ya descriptos anteriormente.

2-VARIABLES y Cuestionario (Anexo VI)

En concordancia con los objetivos señalados, se considerarán las siguientes variables:

Lugar de residencia habitual: con el mismo sentido y alcances de la encuesta en Cataratas.

Composición del grupo primario: idem encuesta Cataratas.

Edad y sexo de los componentes del grupo: idem encuesta Cataratas.

Total de componentes del grupo primario: idem encuesta Cataratas.

Nivel de instrucción del informante: idem encuesta Cataratas.

Ocupación principal del informante: idem encuesta Cataratas.

Motivo principal del viaje a la Región: idem encuesta Cataratas.

Medio de información utilizado por el grupo: idem encuesta Cataratas.

Medio de transporte para el arribo a la Región: idem encuesta Cataratas.

Forma de organización del viaje: idem encuesta Cataratas, excluyendo a los "contingentes".

Lugares de pernocte en el viaje de la residencia al Area: discriminando hasta cinco lugares donde el grupo pernoctó en su viaje, preferentemente con fines de visita, paseos, etc. (corredor turístico).

Lugares de pernocte en el viaje desde el Area a la residencia: discriminando hasta cinco lugares donde el grupo planea pernoctar en su viaje de regreso, preferentemente con fines de visitas, paseos, etc. (corredor turístico).

Otros lugares de la Provincia de Misiones visitados durante el viaje y estadía en el Area/Región: idem encuesta Cataratas.

Cantidad de pernóctes (estadía): discriminando entre pernóctes en el Area (lugar de la entrevista), pernóctes en la zona Brasil/Paraguay y pernóctes en otros lugares de Misiones (turistas en la en la Provincia).

Duración total del viaje del grupo desde la partida de su residencia hasta el regreso: total de pernóctes fuera de la residencia.

Regularidad del grupo en las salidas de vacaciones (cinco o mas 'noches fuera del hogar) en el verano, el invierno y en otras épocas del año: discriminando entre "regularmente todos los años", "en forma no regular" y "habitualmente no viajan".

Hábito del grupo en el consumo de viajes breves de turismo (hasta cuatro noches fuera del hogar): discriminando entre "salidas siempre que puede", "salidas muy ocasionalmente" y "no realizan salidas breves".

Actividades que prefieren realizar los componentes del grupo durante sus vacaciones: (demanda potencial) discriminando entre trece clases de actividades culturales, de esparcimiento, deportivas, relacionadas con el recurso, etc.

Actividades realizadas por el grupo en el Area o Región, durante su estadía (demanda efectiva): discriminando entre diecisiete actividades ofrecidas en el Area y Región.

Opinión del informante sobre la calidad de diferentes componentes de la oferta del Area: discriminando por niveles de satisfacción del informante (buena, regular, mala) y componentes de la oferta (infraestructura, equipamientos, etc.) dentro del PNI y en la ciudad de Pto. Iguazú.

Razones de la calificación negativa a componentes de la oferta: pregunta abierta para describir los argumentos del informante para la "mala" calificación (si hubiera) de hasta cinco componentes de la oferta.

Opinión del informante sobre la calidad de ciertos aspectos de la ciudad de Pto. Iguazú: discriminando por niveles de satisfacción (buena, regular, mala) y los siguientes aspectos: arquitectura y urbanización", "limpieza", "atención recibida de los habitantes".

Satisfacción global del informante con la visita al Area (expresada en términos de si volvería a visitarla o aconsejaría que lo hagan): discriminando entre "sí, sin restricciones", "sí, con reservas" y "no lo haría".

Presupuesto total estimado para el viaje completo (salida y arribo a la residencia) de todo el grupo primario: presupuesto del gasto total estimado para el viaje, por todo concepto y cualquiera sea el medio de pago empleado.

Tiempo transcurrido desde el arribo del grupo al Area hasta el momento de la entrevista: discriminando entre un día completo (24 horas corridas) o mas y menos de un día.

Gasto total efectivamente realizado por el grupo durante el día de permanencia en el Area inmediato anterior a la entrevista: discriminando entre distintos conceptos del gasto (transporte, alimentación, alojamiento, esparcimiento, etc) y según la forma de organización del viaje (por cuenta propia o tour por agencia).



3- La Muestra

La muestra total establecida para todo el período del estudio (1.400 observaciones), deberá ser asignada de manera tal que provea información apropiada sobre el turismo del Area, en cada una de las temporadas definidas anteriormente. Si bien no se pretende que las muestras sean "representativas" del movimiento de turistas en las diferentes temporadas, sus resultados deben operar como indicadores confiables de las características relevantes de los visitantes en cada una de ellas.

Por otra parte, la posibilidad de adoptar diseños muestrales teóricamente satisfactorios para este requisito, se ve fuertemente restringida por la falta de datos apropiados. Considerando estos elementos se adoptó el siguiente plan de muestreo:

Adjudicación de la muestra

La distribución de la muestra por temporadas se realizó a partir de considerar los índices mensuales de estacionalidad (Anexo IV), mediante los cuales se determinó la proporción que representa el ingreso promedio de visitantes al PNI en cada temporada, en relación con el ingreso total del año.

Como resultado de ello, los tamaños de muestra son los siguientes:

Temporada Alta de Julio	:392 casos
Temporada Alta Semana Santa	:220 "
Temporada Media Alta	:290 "
Temporada Media Baja	
-agosto/setiembre	:200 "
-octubre/diciembre	:185 "
Temporada Baja	:113 "

Período del relevamiento

Las entrevistas serán relevadas en las "semanas típicas" de cada temporada, las que fueron determinadas siguiendo el criterio de tomar los siete días corridos de la estación que registran las medias móviles más elevadas en el ingreso de visitantes al PNI.

Como resultado de esta operación se determinaron las siguientes semanas tentativas en cada una de ellas:

Alta de Julio : dos semanas a determinar de acuerdo con el calendario de vacaciones en el país.

Semana Santa

Media Alta : del 12 al 18/2

Media Baja

-agosto-setiembre : del 15 al 21/9 y del 24 al 30/9

-octubre-diciembre : del 10 al 16/11

Baja : del 19 al 25/5

Selección de los grupos a entrevistar

El procedimiento de muestreo adoptado es el de la selección por cuotas, según una estratificación por categorías y oferta de plazas de los establecimientos del Area.

Es sabido que estos criterios de estratificación no necesariamente mantienen una estrecha correlación con la estructura de la población de visitantes en cada temporada. Sin embargo, es en este punto donde la falta de datos básicos se tornó un problema insalvable.

El propósito es corregir esta carencia del diseño en la medida que se comience a disponer de los datos propios del estudio. La distribución por cuotas de las entrevistas a realizar en el primer relevamiento de esta encuesta, será la siguiente:

CATEGORIA	ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	CUOTA (%)
Primer Nivel		814	32,0
	Internacional Cataratas		
	Esturión		
	Cataratas		
	Complejo Pirayú		
Segundo Nivel		956	38,0
	Hotel Libertador		
	Hotel S. George		
	Hotel Alexander		
	Hotel Las Orquideas		
	Hotel Latino		
	Hotel Tropical		
	Hostería Pto. Canoa		
Tercer Nivel		502	20,0
	Host. Los Helechos		
	Res. La Cabaña		
	Res. Casablanca		
	Res. Tierra Colorada		
	Res. Gloria		
	Res. King		
	Res. Misiones		
Cuarto Nivel		253	10,0
	Res. Lilian		
	Res. Paquita		
	Res. S. Fernando		
	Res. Rio Selva		
	Res. San Diego		
	Res. Arco Iris		
	Res. Cataratas		
	Res. Iguazú		

4- Tabulados

Caben aquí también los comentarios realizados en la encuesta de Cataratas, acerca de la flexibilidad en las posibilidades de procesamiento.

A continuación se describen algunos de los criterios que se adoptarán en la presentación de los datos:

Descripción de los grupos primarios en términos de: residencia, composición del grupo, edad y sexo de los componentes, total de componentes, estudio y ocupación principal del informante motivo principal del viaje, medio de transporte de arribo, forma de organización del viaje, días de estada, duración total del viaje, etc. Hábitos turísticos y preferencias de la demanda (uso regular de las vacaciones, viajes breves y actividades preferidas) clasificados según ciertas variables explicativas como perfil socio-económico (educación y ocupación) y composición del grupo primario.

Demanda de actividades en el Area según las mismas variables explicativas.

Opiniones sobre componentes de la oferta por las mismas variables.

Gastos de un día (total y por conceptos del gasto), discriminando turistas por cuenta propia y en tour por agencias, clasificados según variables como: número de componentes del grupo, tiempo de estadía, perfil socioeconómico, residencia (nacionales e internacionales), etc.

F- SISTEMA DE PROCESAMIENTO DE LAS ENCUESTAS

Para el procesamiento de ambas encuestas se requirió a especialistas del tema el diseño de un sistema que satisficiera los siguientes requisitos de uso:

a-que fuera lo suficientemente flexible como para permitir incorporar posibles cambios en los cuestionarios,
b-que fuera accesible en su manejo sin requerir mayores exigencias de conocimientos en el uso de computadoras y;
c-que fuera interactivo (compatible) con sistemas estandarizados de uso común: Lotus, Qpro, Statgraph, SPSS, etc.

Bajo estas condiciones se desarrolló un sistema completamente parametrizable por el usuario, cuyas características generales son las siguiente:

Archivos básicos

Permite la carga de aquellos archivos necesarios para su funcionamiento.

Generación de encuestas

Permite que el usuario genere la estructura (formato) de la encuesta para la carga de datos, pudiéndose generar hasta 999 encuestas de estructura diferente.

La cantidad máxima de preguntas por encuesta es de 999 y cada una de ella admite un máximo de hasta 99 respuestas posibles.

Las respuestas podrán ser de orden, marca, cantidad y código.

El sistema provee la máxima flexibilidad en cuanto a la modificación por parte del usuario de las preguntas y/o las respuestas posibles, permitiendo la generación de nuevas encuestas y la modificación y baja de modelos en uso.

Carga de datos

El sistema ofrece facilidades que pueden ser utilizadas por el usuario para acelerar la carga de los datos. También dispone de controles de la congruencia de los datos cargados, a partir de parámetros definidos al generar la encuesta.

Procesamiento de tablas

Permite la generación de tablas de datos en forma absolutamente flexible a criterio del usuario, pudiéndose procesar hasta un total de 9.999 tablas distintas.

Esta característica del sistema admite la posibilidad de combinar variables mediante el uso de algoritmos lógicos de fácil aplicación por el usuario.

El sistema fué sometido a las primeras pruebas con la carga y procesamiento de las encuestas relevadas en Cataratas durante el mes de agosto. Los resultados fueron satisfactorios permitiendo realizar ciertos ajustes en su diseño.

A los fines de disponer de parámetros de control de este sistema, los mismos datos fueron procesados bajo el sistema Statgraph versión 4.0, lo que permitió contrastar sus

resultados.

Este mecanismo de control se repetirá en el procesamiento de los datos a recopilar en los relevamientos de Cataratas y lugares de alojamiento del mes de setiembre.

ANEXO I

INGRESO MENSUAL DE VISITANTES AL PNI

VISITANTES AL PARQUE NACIONAL IGUAZU: Serie mensual 1980 / 1993.

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL(*)
27 300	56 600	44 200	27 826	18 690	17 957	62 585	22 216	18 273	16 124	18 626	17 641	348 038
18 986	32 563	22 711	28 239	17 416	12 401	48 690	19 761	20 842	21 107	17 908	17 147	277 771
39 850	30 987	15 215	22 308	8 713	6 875	31 246	16 926	23 600	15 293	11 118	12 013	234 144
24 959	21 747	10 612	14 536	5 128	4 255	7 794	7 450	6 928	8 666	9 490	11 637	133 202
22 280	21 625	14 810	19 404	9 390	8 910	34 083	15 632	16 861	13 642	14 514	11 398	202 549
23 081	22 055	13 510	18 331	7 769	9 200	38 553	17 900	16 600	16 500	16 100	18 200	217 779
31 591	28 600	30 000	14 710	15 300	12 200	72 589	30 848	21 730	21 259	24 699	26 130	329 656
36 106	28 291	36 010	39 631	17 067	12 837	73 108	37 659	30 424	36 270	26 000	27 634	401 037
49 296	42 173	34 445	31 806	17 048	15 769	57 350	39 108	27 150	33 517	33 498	31 666	412 826
53 471	40 485	51 217	33 480	28 530	22 385	54 301	37 256	35 190	44 447	34 608	30 960	466 330
41 838	35 640	28 960	38 625	21 400	5 181	65 877	46 025	34 125	43 740	43 516	30 551	435 478
49 250	30 958	29 815	15 862	11 854	16 871	52 744	32 190	32 830	39 560	35 970	26 680	374 584
53 590	54 210	30 600	50 000	23 380	12 850	60 060	40 500	40 820	36 790	37 830	30 030	470 660
54 860	52 910	39 740	37 492	23 920	21 450

(*) Datos corregidos con el coeficiente para visitantes gratuitos.

FUENTE: *Intendencia de PNI*

ANEXO II

INGRESO DIARIO DE VISITANTES AL PNI

VISITANTES AL PARQUE NACIONAL IGUAZU: Ingresos diarios setiembre / diciembre de 1990.

DIA	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	500	400	800	1210
2	1000	400	1000	690
3	500	800	1000	530
4	800	930	1300	770
5	800	1070	700	847
6	740	800	800	753
7	1260	800	1000	1300
8	1200	700	1200	800
9	1200	1110	1200	640
10	700	790	1200	560
11	800	1050	1700	800
12	700	850	1400	820
13	1200	1100	1300	780
14	1400	1700	1500	700
15	900	2600	1496	800
16	1200	1400	1101	600
17	600	800	797	600
18	1000	500	900	580
19	1100	1400	1000	550
20	1200	1200	800	500
21	1000	1000	1000	600
22	600	1300	1130	500
23	1100	800	1070	720
24	1100	458	600	380
25	700	842	1200	400
26	400	1300	700	780
27	700	900	800	820
28	600	1300	800	1000
29	800	1200	600	1300
30	1500	900	700	1400
31	-	1300	700	700
TOTAL	27300	31700	31494	23430

VISITANTES AL PARQUE NACIONAL IGUAZU:Ingresos Diarios Enero / Diciembre 1991.

DIA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	800	1350	850	700	970	800	440	1000	1200	800	1180	1300
2	1000	1250	1090	800	600	620	550	1030	600	800	1300	900
3	1300	1200	850	600	615	385	500	970	650	800	1400	600
4	1299	850	450	615	585	365	400	1500	650	1000	600	550
5	1200	1000	600	585	630	180	450	550	630	800	1100	650
6	1500	1000	900	520	470	380	850	850	470	1600	700	570
7	1200	800	700	800	675	500	2200	915	800	750	1010	730
8	1300	950	600	680	425	600	2200	1685	800	1150	1090	800
9	1000	1100	600	800	450	1300	2500	820	500	600	1300	500
10	1800	1100	600	450	530	300	2850	1180	800	1300	1600	600
11	1200	1350	550	650	670	800	3150	1100	600	1100	700	600
12	1300	1800	750	600	530	400	2300	700	1100	1400	1015	600
13	1600	1200	1000	450	370	600	4000	1200	1100	2000	770	620
14	900	1900	650	550	450	350	4400	1100	1100	1300	765	980
15	1300	1880	750	500	450	550	2500	1300	1500	1010	1380	600
16	1500	1920	550	600	400	800	4500	1500	900	990	1800	650
17	1700	1100	700	600	500	400	3800	1300	1200	1200	1000	750
18	1400	800	500	500	615	300	3700	1950	620	1300	900	600
19	1200	900	800	600	515	330	3300	850	1680	1100	900	500
20	1350	1250	900	600	685	470	2400	1015	1320	1400	930	500
21	1250	1100	450	800	500	700	2300	1185	1680	815	1370	600
22	1200	1200	650	200	300	400	1000	1250	1500	985	1200	600
23	1700	1250	1000	820	700	2000	2100	1050	700	1200	900	400
24	1200	1200	900	480	510	900	1600	1100	800	1600	1600	600
25	900	1050	750	625	590	550	2100	1600	650	1420	520	600
26	1550	1100	1500	775	565	650	1800	420	1000	1180	450	600
27	1600	1000	1200	800	400	500	1800	880	750	1500	800	1100
28	850	1150	1550	635	450	600	1500	830	1450	600	400	1800
29	1150	1100	2000	565	400	600	800	1170	1300	900	1285	1500
30	1000	.	7000	430	520	610	910	800	500	880	1315	900
31	1150	.	2700	.	680	.	790	800	.	920	.	900
TOTAL	39399	34850	34090	18330	16750	17940	63690	33600	28550	34400	31280	23200

VISITANTES AL PARQUE NACIONAL IGUAZU: Ingresos Diarios Enero /Diciembre 1992.

DIA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	900	1600	2000	720		-	200	900	550	900	1750	800
2	1000	2000	800	580	1100	-	515	1200	500	800	1900	600
3	1450	1400	1500	420	1100	-	335	450	500	600	400	700
4	1250	1300	1000	780	500	190	450	750	600	1000	900	700
5	1600	1200	1100	700	300	425	700	800	900	500	1100	600
6	990	1400	920	430	600	325	500	800	2500	600	600	1200
7	1790	1300	880	570	400	550	700	600	800	600	1100	400
8	1310	1265	900	900	600	310	615	800	650	700	1200	900
9	1400	1635	725	815	600	190	685	1000	950	1200	700	500
10	1500	1020	675	1000	600	300	1000	680	1000	1400	1000	700
11	1300	1180	780	685	600	300	1200	700	1100	3400	900	600
12	2110	1880	1150	800	300	280	1400	800	1500	2100	900	700
13	1300	1500	600	900	510	370	1300	1230	1300	1100	1200	1000
14	1250	1500	800	2000	790	450	1020	1170	800	700	1200	400
15	1350	1400	800	1700	800	215	1280	1700	1300	900	1100	700
16	1700	1900	700	3100	625	385	1520	3900	1000	800	600	600
17	1700	1300	980	10300	675	300	1448	410	1200	800	1000	1000
18	2000	1700	850	3300	350	400	952	1290	1100	1100	800	400
19	2000	1700	900	1500	650	420	2800	1400	1600	700	1200	600
20	1100	1420	1000	1200	700	980	2020	1600	2000	900	1000	800
21	1500	1600	700	1100	500	550	2280	900	700	800	900	700
22	1600	1600	500	700	450	350	2600	1000	1000	1000	1200	400
23	1800	1500	320	700	1150	250	3000	1600	1000	1200	700	500
24	1850	920	680	900	2600	650	2500	900	1200	1100	900	400
25	1450	1280	900	1000	500	400	2500	720	1100	1200	700	800
26	2200	1300	900	800	520	350	3500	1380	1100	400	700	700
27	1100	1400	700	400	480	450	1100	600	1200	800	700	1600
28	1320	1400	800	900	400	510	2400	800	800	500	800	1200
29	1480	1200	700	500	310	140	2000	900	900	500	900	1200
30	1800	-	500	600	-	250	2200	1000	900	950	300	1000
31	1500	-	900	-	-	-	1000	450	-	1100	-	500
TOTAL	46600	41800	26660	40000	18710	10290	45720	32430	31750	30350	28350	22900

VISITANTES AL PARQUE NACIONAL IGUAZU: Ingresos diarios Enero / Agosto 1993.

DIA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
1	1500	900	1000	600	1200	400	500	1100
2	1400	1100	900	600	800	500	400	600
3	1800	1000	1000	600	400	600	400	600
4	600	1100	1200	1000	400	200	700	-
5	2000	1100	900	1200	300	600	500	-
6	1400	1300	900	1300	1500	500	300	-
7	1600	1100	1300	3900	500	300	700	-
8	1600	1200	600	2200	400	100	1000	-
9	1200	1500	900	8800	600	400	1500	-
10	2200	1600	700	2000	300	500	1800	-
11	1300	2000	1200	2900	400	800	3200	-
12	1100	1500	700	700	200	1500	2900	-
13	2000	1400	700	700	500	2200	5500	-
14	1200	2000	900	800	600	500	3300	-
15	1300	1400	500	800	600	500	2800	-
16	1200	1700	800	800	700	500	3400	-
17	1300	1600	900	1000	400	100	2700	-
18	1100	2300	1100	1000	800	500	4600	-
19	2000	1600	700	600	500	600	3700	-
20	2000	1300	800	600	700	700	4100	-
21	1400	2300	1000	900	500	250	3100	-
22	1900	1200	500	1000	900	350	3900	-
23	2300	1800	900	700	2400	500	2500	-
24	1500	1400	900	800	600	500	2100	-
25	900	1900	900	900	800	800	1800	-
26	900	1100	900	400	500	400	1400	-
27	700	1100	700	600	600	900	1200	-
28	1300	1800	700	900	500	800	1200	-
29	1000	-	500	600	400	300	700	-
30	1300	-	700	500	400	400	1200	-
31	700	-	500	-	300	-	1100	-
TOTAL	43700	41300	25900	39400	19700	17200	64200	-

ANEXO III

INFORMANTES CALIFICADOS

Entrevistas a Informantes calificados de Pto. Iguazú

Sr Ricciardelli (Gerente Hotel Esturión)

Semana Típica: (Agosto - Diciembre) El movimiento es siempre uniforme en cantidad, no hay semana en particular. Hay dos períodos diferentes en cuanto a la calidad, de setiembre en adelante hay mayor presencia de extranjeros. En este período el movimiento es superior en cantidad a Enero - Febrero, y en calidad es de mayor poder adquisitivo que en el verano (\$60 a \$40 diarios).

En el período agosto - diciembre trabajan casi exclusivamente con tours aéreos.

En enero - febrero predominan los tours micros y los omnibus individuales.

En ambos períodos el promedio de estada es de 3,2 días por persona.

Sr. Gatón Monsalve (gerente Hotel Pirayú)

Período agosto - diciembre es uniforme, de alta ocupación, no hay una semana en especial.

Por ser de tiempo compartido se trata de un turismo de clase media alta.

Todos se mueven por su cuenta (no trabajan con tours) especialmente con vehículo propio.

Están realizando un relevamiento de encuestas en Cataratas con fines de Marketing. Las encuestas las realizan entrevistadores propios entrenados en Bs, As.

Identifican al entrevistado por: (alguna característica visible: vehículo alojamiento, etc.) a los turistas de clase media alta, media y los entrevistan según formulario (ver formulario y datos verificados).

Aplican esas encuestas en determinadas épocas del año.

Sr. Maciel Castillo (Director de Turismo Secretaría de Turismo Provincial . Dirección Zona Internacional Iguazú)

Semana Típica Agosto - diciembre

Todos los meses son iguales, de alto movimiento constante todas las semanas pueden ser iguales.

Sugiere, segunda y tercera semana de cada mes.

Agosto - setiembre: turismo de tour terrestre (bajo nivel) y octubre - noviembre: turismo de mayor nivel económico (tours aéreo, por su cuenta, auto propio, etc.) Extranjeros: noviembre diciembre y enero.

Sr. Eladio Benavidez (Concesion y Servicios Públicos - Parque Nacional Iguazú)

Por iniciativa propia el Sr. Benavidez lleva registros diarios de la venta de cupones. (Planillas de fotocopias). (No incluyen los gratuitos).

Procedimiento de captación: cobrador a rendición a contaduría a Benavidez, que recoge diariamente los datos y los vuelca a sus planillas propias, En el año '89 llevaba (benavidez) registros diarios que incluían procedencia y nacionalidad (estos datos se encuentran en forma directa al ingresante preguntándole) Ver planilla Nro. 2.

Posibilidad de mejorar registros actuales:

Opina que es factible implementar un sistema de tickets diferenciales para ingresantes gratuitos (menores de 12 años y jubilados) También cree que sería posible necesario y útil, coordinar con la Unam y Provincia un sistema compartido estadísticas.

Sr. Gustavo Madia (Coordinador - Sol Jet)

en forma sistemática realizan una encuesta de evaluación a sus pasajeros (ver formularios). La realizan al concluir el viaje, antes de embarcarlos y quienes responden (todos) participan de un sorteo de un viaje. Con casa central tratará de conseguir los resultados.

El movimiento en el período agosto - diciembre es constante y alto todos los meses y semanas son iguales. Sugiere que con la colaboración de la Cámara local se apoye a nuestras encuestas ofreciendo premios (viaje y estadías gratuitas).



ANEXO IV

VARIACION ESTACIONAL MEDIAS MOVILES

INDICES MENSUALES DE VARIACION ESTACIONAL

Meses	Medianas Mensuales	Cadena Relativa	Factor de (1) Corrección	Cad. Relat. Corregida	Indice de Varlac. Estac.
ENERO	178.4	178.4	1.00000	178.4	142.7
FEBRERO	88.8	158.4	1.01474	156.1	124.8
MARZO	76.6	121.3	1.02970	117.8	94.2
ABRIL	117.2	142.2	1.04488	136.1	108.9
MAYO	54.5	77.5	1.06028	73.1	58.5
JUNIO	81.4	63.1	1.07590	58.6	46.9
JULIO	392.6	247.7	1.09176	226.9	181.5
AGOSTO	54.2	134.3	1.10786	121.2	96.9
SETIEMBRE	93.0	124.9	1.12419	111.1	88.8
OCTUBRE	101.3	126.5	1.14076	110.9	88.7
NOVIEMBRE	99.5	125.8	1.15757	108.7	86.9
DICIEMBRE	94.7	119.2	1.17463	101.5	81.2

$$(1) = \sqrt[12]{\frac{119.2}{100}} - 1 = 1.01474$$

FUENTE: Elaboración propia con datos Anexo I

MEDIAS MOVILES PARA PERIODOS DE SIETE DIAS

DIAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	MAYO	JUNIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
5	1313	1202	992	701	451	857	807	798	1030	781
6	1361	1182	909	614	414	892	826	819	1019	742
7	1371	1176	882	574	424	887	852	862	971	716
8	1416	1182	817	541	406	924	893	924	1019	718
9	1447	1243	810	550	460	892	914	1049	1043	717
10	1433	1332	810	541	507	902	960	1143	1063	718
11	1481	1352	790	484	600	958	955	1200	1118	712
12	1422	1456	764	496	598	1012	976	1274	1135	695
13	1410	1517	762	517	610	1049	1026	1367	1158	676
14	1448	1578	753	520	600	1304	1047	1380	1173	686
15	1410	1591	781	527	586	1294	1071	1347	1125	710
16	1443	1604	779	532	553	1396	1082	1221	1092	688
17	1476	1557	769	562	513	1450	1133	1167	1081	666
18	1455	1551	788	595	464	1463	1177	1133	1056	637
19	1493	1532	779	579	474	1450	1181	1082	1046	629
20	1529	1499	760	570	466	1397	1152	1023	1025	600
21	1595	1453	768	690	517	1200	1138	1024	986	589
22	1588	1430	764	792	576	1221	1143	1041	1000	543
23	1528	1403	776	798	602	1155	1130	1068	991	555
24	1502	1370	791	794	605	1123	1040	1053	932	575
25	1452	1348	762	765	591	1042	951	1038	912	657
26	1420	1317	767	758	610	1009	926	1028	851	757
27	1369	1298	774	732	607	996	921	995	816	876
28	1288	-	754	595	536	936	1202	973	799	956
29	1279	-	736	489	-	882	-	981	-	990

ANEXO V

ENCUESTA CATARATAS

♦ CUESTIONARIO

♦ INSTRUCTIVO

♦ TRADUCCIONES

SECRETARIA
DE
TURISMO



ESTUR 93/94



CATARATAS

-UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MISIONES-
-CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES-

ENCUESTADOR:

LUGAR:

FECHA: HORA:

ENCUESTA

Nº

1-En qué lugar reside (vive) habitualmente?

- 1 ☐ -En Misiones?
2 ☐ -Otra Provincia Argentina?
☐ Cuál.....
3 ☐ -Otro País
☐ Cuál.....
☐ -NS/NC

2-¿Cuántas noches piensa permanecer (permaneció) en esta Región de Iguazú? (Argentina, Brasil y Paraguay)

- 1 ☐ -Noches (pernoctes)
2 ☐ -No pernocta en la Región
☐ -NS/NC

3-El lugar de su alojamiento, está ubicado en:

- 1 ☐ -Zona Argentina de Iguazú (Cataratas/ Pto Iguazú)
2 ☐ -Zona Iguazú de Brasil o Paraguay
3 ☐ -No se aloja porque reside cerca y regresa en el día
4 ☐ -Se aloja en otro lugar de Misiones y regresa en el día
5 ☐ -No se aloja porque está en tránsito hacia otro destino
6 ☐ -Otro
☐ -NS/NC

4-(Sólo para los que respondieron 1 o 2 en la pregunta anterior)

Ese alojamiento, ¿de qué tipo es?

- 1 ☐ -Hotel/Hostería/Residencial
2 ☐ -Cabaña/Bungalow
3 ☐ -Casa rodante/motor home/trailer/ similar
4 ☐ -Carpa
5 ☐ -Habitación alquilada en casa de familia
6 ☐ -Casa de familiares/amigos
7 ☐ -Albergue/alojamiento colectivo
8 ☐ -Otro
☐ -NS/NC

5-¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a la Región de Iguazú?

- 1 ☐ -Vehículo automotor privado (propio/alquilado/prestado)
2 ☐ -Omnibus línea regular
1. ☐ Arribo Pto Iguazú
2. ☐ Arribo Foz do Iguacu/C.Este
3 ☐ -Omnibus servicio especial (tour, excursión, etc)
4 ☐ -Aéreo vuelo regular
1. ☐ Arribo Pto Iguazú
2. ☐ Arribo Foz do Iguacu/C.Este
5 ☐ -Aéreo vuelo charter
1. ☐ Arribo Pto Iguazú
2. ☐ Arribo Foz do Iguacu/C.Este
6 ☐ -Otro
☐ -NS/NC

6-Ud. viaja:

- 1 ☐ -En tour por agencia de viaje?
Agencia.....
2 ☐ -Por cuenta propia?
3 ☐ -Viaje(excursión) organizado por obras sociales, sindicatos, clubes, Asociaciones profesionales, colegios, etc.?
Institución.....
4 ☐ -Otra forma?
☐ -NS/NC

7-Durante toda su estadía en la Región, ¿cuántas veces piensa venir de visita al Parque Nacional Iguazú?

- 1 ☐ -Una sola vez
2 ☐ -Dos veces
3 ☐ -Tres veces
4 ☐ -Más de tres veces
☐ -NS/NC

8-Entre todas las visitas que realizará ¿Cuánto tiempo (total) permanecerá en Cataratas y el Parque Nacional Iguazú?

- 1 ☐ -Medio día
2 ☐ -Un día
3 ☐ -Más de un día
☐ -NS/NC

9-En qué otros lugares de Misiones piensa detenerse (se detuvo) a visitar? (respuesta múltiple)

- | | |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> -Posadas | 8 <input type="checkbox"/> -Eldorado |
| 2 <input type="checkbox"/> -Ruinas Santa Ana | 9 <input type="checkbox"/> -Minas de Piedras |
| 3 <input type="checkbox"/> -San Ignacio | 10 <input type="checkbox"/> -Oberá |
| 4 <input type="checkbox"/> -Salto Tabay | 11 <input type="checkbox"/> -Salto Encantado |
| 5 <input type="checkbox"/> -Pto Rico | 12 <input type="checkbox"/> -Saltos Moconá |
| 6 <input type="checkbox"/> -Gruta India | 13 <input type="checkbox"/> -Ningún lugar |
| 7 <input type="checkbox"/> -Montecarlo | 14 <input type="checkbox"/> -Otro..... |
| (Zoo-bal, orquideario) | |
| <input type="checkbox"/> -NS/NC | |

10-¿Cómo se compone el grupo, de personas (Grupo turístico Primario) con el que comparte este viaje?

- 1 ☐ -Familiares únicamente
2 ☐ -Familiares y amigos
3 ☐ -Amigos únicamente
4 ☐ -Viaja sólo
5 ☐ -Contingente
Componentes.....
6 ☐ -Otro
☐ -NS/NC

11-Con referencia a ese grupo, ¿cuál es la edad y sexo de las personas que lo componen?

(Incluye al entrevistado)		
EDAD	VARON	HUJER
0-4		
5-9		
10-14		
15-19		
20-29		
30-39		
40-49		
50-59		
60 Y MÁS		

TOTAL COMPONENTES DEL GRUPO:

☐ NS/N

(Fin Entrevista Contingente)

12-¿Cuáles son los motivos más importantes de su viaje a la región?

PRIMERO SEGUNDO

- 1 ☐ ☐ - Conocer Cataratas y el Parque Nacional Iguazú
- 2 ☐ ☐ - Conocer otros lugares de Misiones
- 3 ☐ ☐ - Realizar compras en países vecinos
- 4 ☐ ☐ - Visitar parientes/amigos
- 5 ☐ ☐ - Asistir a Congresos, Convención o evento similar
- 6 ☐ ☐ - Motivos de negocios o profesionales (de trabajo)
- 7 ☐ ☐ - Pasar las vacaciones en el Brasil
- 8 ☐ ☐ - En tránsito (de viaje) hacia otro destino
- 9 ☐ ☐ - Otros motivos

☐ NS/NC

13-Con anterioridad a este viaje ¿Visitó otras veces Iguazú?

- 1 ☐ - Esta es la primera vez
- 2 ☐ - Visitó otras veces

☐ NS/NC

14-¿Qué medio de información lo decidió a realizar este viaje? (respuesta múltiple)

- 1 ☐ - Publicidad en TV
- 2 ☐ - Publicidad en Diarios/revistas
- 3 ☐ - Información en Casa de Misiones
- 4 ☐ - Información Embajada/Consulado
- 5 ☐ - Agencias de Viaje
- 6 ☐ - Comentarios de amigos/familiares
- 7 ☐ - Visitas anteriores
- 8 ☐ - Conocimientos generales
- 9 ☐ - Otro

☐ NS/NC

DATOS DEL ENTREVISTADO

15-¿Qué estudios ha cursado?

- 1 ☐ - Sin estudios
- 2 ☐ - Primaria incompleta
- 3 ☐ - Primaria completa
- 4 ☐ - Secundaria incompleta
- 5 ☐ - Secundaria completa
- 6 ☐ - Superior/Universitaria incompleta
- 7 ☐ - Superior/Universitaria completa

☐ NS/NC

16-¿Cuál es su ocupación principal?

- 1 ☐ - Empresario/Patrón/Empleador
- 2 ☐ - Trabajador por cuenta propia (sin empleados)
- 3 ☐ - Profesional independiente
- 4 ☐ - Rentista
- 5 ☐ - Directivo/Gerente/Personal jerárquico de Empresa o Administración pública.
- 6 ☐ - Empleado/Obrero/Asalariado
- 7 ☐ - Docente
- 8 ☐ - Trabajador familiar sin remuneración fija
- 9 ☐ - Jubilado/Pensionado/Retirado
- 10 ☐ - Estudiante
- 11 ☐ - Ama de Casa
- 12 ☐ - Otro

☐ NS/NC

Comentarios del entrevistado: _____

Observaciones: _____

CARGA: _____

CONTROL: _____

CONTROL: _____

CATARATAS

INSTRUCCIONES PARA EL ENCUESTADOR

A Quiénes Entrevistar?

Grupo Turístico Primario

El propósito de la encuesta es recabar datos (observar) de los grupos turísticos primarios que visitan el Área Turística de Iguazú, entendiéndose como tales a lo siguiente:

Grupo Turístico Primario: un grupo de visitantes del Área que viajan juntos, cuyos gastos de viaje forman parte del mismo presupuesto y en el lugar de residencia habitual conviven en el mismo hogar o se tratan con asiduidad.

Los elementos de esta definición a considerar para distinguir un grupo turístico y sus componentes son:

- que todas las personas sean visitantes del Área.
- que las personas dependan del mismo presupuesto para los gastos principales del viaje (que estos gastos se realizan con dinero del mismo presupuesto disponible a tal fin)
- que en su lugar de residencia habitual formen un mismo "hogar" o al menos se frecuenten con asiduidad (parientes, amigos, vecinos, etc.)

La situación más clara y común del grupo así definido es la del grupo familiar compuesto por el matrimonio (o uno de los padres) y sus hijos.

Las situaciones especiales que pueden generar dudas son las siguientes:

Forman un Único Grupo Turístico Primario:

- un grupo familiar (padres e hijos) acompañado por amigos u otros familiares menores de edad, cuyas decisiones y gastos durante el viaje dependen del grupo familiar.
- un grupo familiar acompañado por personas mayores (generalmente familiares: suegros, tíos, etc.) que durante el viaje dependen económicamente del grupo familiar. Por ejemplo: la familia (padres e hijos) que viaja acompañada por los padres de la esposa y éstos dependen económicamente del presupuesto familiar.
- un grupo de amigos adolescentes que mediante el aporte de todos ha constituido un "pozo" común de dinero, con lo cual sostienen todos los gastos del viaje.
- una persona que viaja sola, aún cuando lo haga en tour o excursión.

No forman un Grupo Turístico Primario:

- los visitantes que comparten una misma excursión o tour. En tales casos, las personas formarán un grupo turístico colectivo, formado por varios grupos turísticos primarios.
- dos (ó más) matrimonios (ó familias) que viajan en el mismo vehículo pero cada uno de ellos dispone de sus propios recursos (dinero) para sus gastos.
- un grupo familiar acompañado por una o más persona mayor y ésta en sus decisiones o gastos de viaje, no depende del grupo.

-la familia que viaja acompañada por amigos de sus hijos, éstos son mayores y en sus decisiones o gastos no dependen del grupo familiar.

-la familia que viaja acompañada por suegros (u otros familiares mayores) y éstos no dependen en sus gastos del grupo familiar.

-un "contingente" escolar primario o secundario, generalmente integrado por menores a cargo de una o más personas mayores.

Informante o Entrevistado

Las preguntas de la Encuesta se formularán al Informante quién será:

Informante: una persona del grupo turístico primario, mayor de 16 años, que en forma notoria para el encuestador o por reconocimiento de los demás miembros, ejerce el liderazgo del grupo.

Cuando se trate de un "contingente" como el descrito en el punto anterior, el Informante será una de las personas mayores responsables del mismo, a quién se le formularán las preguntas según las instrucciones que para cada caso se explican más adelante.

Cómo seleccionar el Grupo y su Informante

Ubicado en su zona de trabajo y observando con atención el desplazamiento de los visitantes por el lugar, el Encuestador podrá individualizar con relativa facilidad a diferentes grupos turísticos primarios (aún cuando viajan en tour o excursión) y al posible Informante.

Se aproximará a esta persona y:

- i- se presentará y explicará los motivos de la entrevista.
- ii- confirmará que el grupo es efectivamente visitante y que la persona reúne la condición de informante.
- iii- verificará que el grupo en cuestión aún no ha sido encuestado en el mismo día por otro encuestador o en un día anterior.

Cuando se trate de visitantes extranjeros con los cuales el encuestador no pueda comunicarse en nuestro idioma, con el auxilio de las traducciones escritas tratará de ubicar el idioma por el cual podrán entenderse. Le entregará esa traducción al Informante para que por medio de gestos, le indique la respuesta que corresponda a cada pregunta.

Importante

La selección de los grupos a entrevistar es una cuestión esencial de la que dependen la seriedad y calidad de los resultados de esta encuesta. Por ello el Encuestador debe realizarla con la máxima responsabilidad, evitando entrevistar siempre a grupos que respondan a características o tipologías semejantes.

En consecuencia, deberá asegurarse de que en la muestra diaria y semanal sean observados grupos:

-de edades variadas

- de niveles económico-sociales diferentes
- que viajen en tour y por cuenta propia
- de visitantes nacionales y extranjeros
- de diferentes formas de composición familiar
- que las entrevistas se realicen en distintas horas del día.

En qué lugares realizar el trabajo?

El momento adecuado para abordar al visitante es cuando no se encuentra ocupado en observar el paisaje, en atender indicaciones del guía, en tomar fotos, etc.

Por ello se recomienda realizar la tarea en los siguientes lugares y en el orden en que se indican:

- Sendero que conecta el circuito superior con el paseo inferior.
- Área de descanso del Salto Dos Hermanas, cuando los visitantes terminan de recorrer el paseo inferior.
- Centro del visitante y lugares aledaños (bar, restaurante, exposición de videos, etc.), cuando ha concluido la visita a Cataratas

Cuántas entrevistas realizar ?

El Coordinador de Campo les indicará el número de encuestas a realizar diariamente a lo largo de toda la semana de relevamiento.

Cómo completar el cuestionario?

Datos previos a la entrevista (reservados para el Encuestador)

Los siguientes datos deben ser completados por el Encuestador indefectiblemente antes de iniciar la entrevista:

Encuesta N°. : enumerar las encuestas en la medida que las realiza, en forma correlativa para toda la semana de relevamiento.

Encuestador: consignar el nombre o apellido y el número de código que le fue asignado.

Lugar: consignar el nombre y código del lugar donde se realiza la entrevista, de acuerdo con lo siguiente:

LUGAR	NOMBRE	CÓDIGO
-sendero/circuito superior/inferior	sup/inf	1
-descanso Salto Dos Hermanas	Dos Hermanas	2
-Centro de visitantes y aledaños	Centro	3

Fecha: consignar día y mes de la entrevista.

Hora: consignar la hora aproximada de la entrevista 8.30, 10, 14.15, 16.40, etc.

Preguntas al Entrevistado

Para agilizar la tarea se recomienda la siguiente mecánica general:

-Leer la pregunta tal cual está formulada en el cuestionario y esperar la respuesta.

-Cuando ésta, de manera indudable para el Encuestador, se corresponde con alguna de las categorías previstas, consignarla y/o marcar el casillero correspondiente y continuar con la pregunta siguiente.

-Cuando observe que el entrevistado no comprendió el sentido correcto de la pregunta o tenga dudas sobre la respuesta que dio, auxiliario por alguna de las siguientes maneras:

i-leyendo las respuestas posibles,

ii-apelando a una pregunta auxiliar (ver ejemplos más adelante),

iii-explicando el sentido de la pregunta

IMPORTANTE:

todas las preguntas admiten UNA SOLA RESPUESTA, excepto las que están expresamente indicadas en el cuestionario.

PREGUNTA 1: -Se trata de identificar el lugar de residencia habitual según la definición técnica explicada al inicio.

-Cuando se trate de residentes en FOZ DO IGUAZU y CIUDAD DEL ESTE, no debe entrevistarlos.

-Cuando el lugar es en otra provincia argentina u otro país, consignar el nombre de la provincia o país y asentar en el casillero el código correspondiente (ver listado de códigos anexo).

PREGUNTA 2: -Indagar si el grupo está alojado (se alojará -se alojó) en la Región. En caso de respuesta afirmativa, consignar el número total de noches que pernoctará (pernoctó) en ella.

PREGUNTA 3: -El propósito es distinguir si se trata de un Turista del Área (se aloja en Cataratas/Pto. Iguazú) o un Excursionista para el Área (respuestas 2 a 6).

-Si la respuesta es 3 ó 4 ó 5 ó 6, debe omitir la pregunta siguiente y continuar directamente en pregunta nº 5.

-Está alojado en otro lugar de Misiones: cabe a los no residentes en Misiones que se encuentra alojados transitoriamente en un lugar de nuestra provincia (Eldorado, Posadas, etc.) y en un viaje de ida y vuelta en el día visitan Cataratas.

Ejemplos:

-Una persona con residencia en Córdoba, que se encuentra transitoriamente en Posadas y en un viaje de ida y vuelta visita Cataratas.

-El viajero que vino a pasar las vacaciones de invierno a Misiones y tuvo que quedar alojado en Eldorado.

-En tránsito hacia otro destino: son los visitantes que no tienen a la Región como destino final de su viaje ni como motivo principal del mismo. Se encuentran de viaje hacia otro lugar y "de paso" visitan Cataratas. (El viajero hacia las playas de Brasil que se detiene por unas horas a visitar. El residente brasileño que en viaje hacia B. Aires visita brevemente el lugar, etc.)

PREGUNTA 4: -Solo responden los turistas del Área y la Región (respuestas 1 ó 2 en pregunta anterior)

-Consignar el tipo de alojamiento que utilizará por el mayor tiempo de su estancia en la Región.

-El complejo PIRAYU y establecimientos similares deben ser incluidos en la categoría Hoteles/Residenciales.

-Albergue colectivo: se trata de lugares de alojamiento (generalmente del Estado) usualmente utilizados por los "contingentes" en forma gratuita o no.

PREGUNTA 5: -Se refiere al medio de transporte PRINCIPAL utilizados para arribar a la REGION. Consignar el lugar de arribo cuando se trate de ómnibus de línea regular y viajes aéreos.

Ejemplos:

-Viaje en avión regular desde Buenos Aires a Pto. Iguazú y en ómnibus de excursión a Cataratas.

Corresponde: aéreo vuelo regular.

-Viaje en ómnibus de tour desde Florianópolis a Foz de Iguazú y en automóvil alquilado a Cataratas.

Corresponde: ómnibus servicio especial.

-Viaje en avión regular desde Buenos Aires a Posadas y en coche alquilado a Cataratas. Corresponde: vehículo automotor privado.

PREGUNTA 6: -Consignar la forma de organización que corresponde al viaje del visitante a la Región y no al Área.

Por ejemplo:

-Un visitante que llegó a Foz en avión por cuenta propia y tomó un tour local para visitar Cataratas.

Corresponde : por cuenta propia.

-La respuesta 3 corresponde a toda situación de viaje en grupo colectivo que no fue contratado y organizado por una agencia de viajes.

-Cuando las respuestas sean 1 ó 3, consignar el nombre de la agencia de viajes con la cual el entrevistado contrató el tour o el nombre de la institución organizadora del viaje, según corresponda.

PREGUNTA 7: -El propósito de esta pregunta es detectar el número de veces que el grupo ingresa al Parque Nacional Iguazú (transpone el portón de acceso), en todo el tiempo de su estadía en la Región.

PREGUNTA 8: -El propósito es conocer el tiempo total que el visitante estima permanecer en el predio de Cataratas y el Parque Nacional de Iguazú, considerando el total de visitas a realizar según la pregunta anterior.

PREGUNTA 9: -Formular la pregunta e ir marcando los casilleros de todos los lugares que menciona el entrevistado. Ayudarle citando los lugares de la lista.

-Se trata de identificar los lugares en los que hubo una intención de visita. Es decir, se detuvo, permaneció por algún tiempo, recorrió el lugar, etc.

PREGUNTA 10:- Se trata de identificar la composición del Grupo Turístico Primario (en el sentido de la definición dada al inicio) del que forma parte el entrevistado.

-Para facilitar la interpretación de la pregunta puede ser útil emplear "grupo familiar" como sinónimo de "grupo de personas".

-Mencionar al interesado una a una las posibles respuestas y marcar lo que corresponde.

-En las preguntas 1 y 2 tener presentes que deben ser familiares o amigos económicamente a cargo del grupo principal (ver definición y ejemplos al inicio).

-En estos casos, mediante preguntas auxiliares del tipo: ¿ESTOS FAMILIARES ó AMIGOS dependen del presupuesto de qué familiares del grupo para sus gastos de viaje? Confirmar que se trata de un mismo grupo turístico primario.

-La respuesta 3 está reservada para el caso de amigos que comparten el pozo común de viaje.

-Contingente: ver las instrucciones "No forman un mismo grupo TURÍSTICO PRIMARIO".

En "Componentes" describir la característica del grupo. Ej: colegio primario, grupo scout, grupo coral infantil, equipo deportivo infantil, etc..

PREGUNTA 11: -Solicitar al entrevistado que mencione una a una, la edad y sexo de las personas que forman el grupo al que hizo referencia en la pregunta anterior. Debe incluir al Entrevistado.

-Si el entrevistado no recuerda las edades exactas, mencionarle los intervalos de edad del cuestionario.

-Por cada respuesta marcar con una X en el casillero que corresponde. Colocar tantas X en el casillero como personas hayan en ese intervalo de edad y sexo

-Al concluir la entrevista, completar el casillero TOTAL DE COMPONENTES.

-Cuando en la pregunta anterior la respuesta sea 5 (contingente), solicitar al entrevistado que en forma aproximada, le indique la cantidad de varones y mujeres que hay en el grupo y la edad mas común entre ellos. Luego, consignar en números esas cantidades en los casilleros correspondientes. La suma de estas cantidades no debe

coincidir con el TOTAL COMPONENTES ya que este total debe incluir a los adultos que son responsables del contingente. AQUÍ CONCLUYE LA ENTREVISTA PARA CONTINGENTES

PREGUNTA 12: -Se trata de identificar los motivos principal y secundario del viaje a la Región.

-Motivo principal es aquella razón que de no haber existido, el visitante no se encontraría visitando las Cataratas.

-Motivo secundario es el que complementa al anterior.

-Puede registrar solo dos motivos de la lista, el principal con una cruz en la columna "primero" y el secundario con la cruz en "segundo".

-Conviene formular esta pregunta en dos partes, de la siguiente manera:

-Cuál de los siguientes motivos fue el más importante para realizar su viaje a Iguazú? Leer al entrevistado las respuestas posibles y colocar la cruz en la columna "primero" para el motivo que corresponda. Luego:

-De los motivos mencionados, Cuál de ellos puede ser secundario o complementario del anterior? Colocar la cruz en la columna "segundo" para el motivo que corresponda, si es que hay un segundo motivo. En caso contrario, pasar a la pregunta siguiente.

-Conocer Cataratas : cuando el viaje (ya sea en tour o por cuenta propia) tiene a Cataratas como destino principal (generalmente también es final). Ejemplo:

-Tour o viaje particular Bs.As.- Iguazú- Asunción- Bs.As. o circuitos semejantes.

-Motivos de negocios o profesionales: las cuestiones de negocio o trabajo son la razón principal de la presencia en Cataratas, aún cuando esas actividades no las realice en el área. Ejemplos:

-Una persona que viajó a Posadas por negocio o trabajo y en un viaje de un día se encuentra visitando Cataratas.

-Pasar vacaciones en el Brasil: visitante en tránsito (de viaje) hacia (desde) un lugar de veraneo en Brasil.

-En tránsito hacia otro destino: similar a la anterior pero en este caso el destino final del viajero no es un lugar de veraneo en Brasil.

PREGUNTA 13: -Se refiere al número de visitas en VIAJES ANTERIORES al presente, que realizó el Entrevistado y no algún miembro de su grupo.

PREGUNTA 14: -Se refiere al medio al cual apeló el entrevistado y/o su grupo para motivarse, informarse, decidir y organizar el viaje a la Región.

-Consignar todas las respuestas que menciona.

-Por conocimientos generales debe entenderse aquellas situaciones en que el viaje se decidió por la formación general del Entrevistado o miembros de su grupo. Simplemente "sabía" que las Cataratas son un atractivo importante.

PREGUNTA 15: -Consignar el nivel de estudios más alto alcanzado por el entrevistado.

PREGUNTA 16: -Esta pregunta indaga sobre la OCUPACIÓN PRINCIPAL del entrevistado, si es que tiene más de una ocupación. En tales casos, es el entrevistado quien debe decidir cuál de ellas es la más importante (generalmente es la que reporta los mayores ingresos).

COMENTARIOS DEL ENTREVISTADO: preguntar al entrevistado si desea hacer algún comentario o agregar algo a la entrevista y consignar en el espacio de líneas, resumiendo estas observaciones en frases claves o breves.

OBSERVACIONES: utilizar este espacio para aclaraciones, comentarios, etc.; que el encuestador considere útiles para interpretar mejor la encuesta en su totalidad o algunas respuestas en particular.

ANEXO VI

ENCUESTA HOTELES

♦ CUESTIONARIO

♦ INSTRUCTIVO

♦ TRADUCCIONES



HOTELES

ENCUESTADOR _____ ☐
ESTABLECIMIENTO _____ ☐
FECHA: _____

ENCUESTA

Nº.....

1. ¿En qué lugar reside (*vive*) habitualmente?

1. ☐ En Misiones?
2. ☐ Otra Provincia Argentina?
 ☐ Cuál?.....
3. ☐ Otro País?
 ☐ Cuál?.....
 ☐ NS/NC

2. ¿Cómo se compone el grupo de personas (*Grupo Turístico Primario*) con el que comparte este viaje?

1. ☐ Familiares únicamente
2. ☐ Familiares y amigos
3. ☐ Amigos únicamente
4. ☐ Viaja sólo
5. ☐ Otro
 ☐ NS/NC

3. ¿Con referencia a ese grupo, ¿cuál es la edad y sexo de las personas que lo componen?

(*incluye al entrevistado*)

EDAD	VARON	MUJER
0-4		
5-9		
10-14		
15-19		
20-29		
30-39		
40-49		
50-59		
60 Y MÁS		

TOTAL COMPONENTES DEL GRUPO:

☐ NS/NC

4. ¿Qué estudios ha cursado?

1. ☐ Sin estudios
2. ☐ Primaria incompleta
3. ☐ Primaria completa
4. ☐ Secundaria incompleta
5. ☐ Secundaria completa
6. ☐ Superior /Universitaria incompleta
7. ☐ Superior /Universitaria completa
 ☐ NS/NC

5. ¿Cuál es su ocupación principal?

1. ☐ Empresario/Patrón/Empleador

2. ☐ Trabajador por cuenta propia (sin empleados)

3. ☐ Profesional independiente
4. ☐ Rentista
5. ☐ Directivo/Gerente/Personal jerárquico de Empresa o Administración Pública
6. ☐ Empleado/Obrero/Asalariado
7. ☐ Docente
8. ☐ Trabajador familiar sin remuneración fija
9. ☐ Jubilado/Pensionado/Retirado
10. ☐ Estudiante
11. ☐ Ama de casa
12. ☐ Otro
 ☐ NS/NC

6. ¿Cuál es el motivo más importante de su viaje a la Región?

1. ☐ Conocer Cataratas
2. ☐ Conocer otros lugares de Misiones
3. ☐ Realizar compras en países vecinos
4. ☐ Visitar parientes y amigos
5. ☐ Asistir a congresos, convención o evento similar
6. ☐ Motivos de negocios/profesionales (de trabajo)
7. ☐ Pasar las vacaciones en el Brasil
8. ☐ En tránsito (de viaje) hacia otro destino
9. ☐ Otros motivos
 ☐ NS/NC

7. ¿Qué medio de información lo decidió a realizar este viaje?

(*respuesta múltiple*)

1. ☐ Publicidad en TV/Cine
2. ☐ Publicidad en Diarios/Revistas
3. ☐ Información en Sede de Misiones en Bs. As.
4. ☐ Información Embajada/Consulado
5. ☐ Agencias de Viaje
6. ☐ Comentarios de amigos/familiares
7. ☐ Visitas anteriores
8. ☐ Conocimientos generales
9. ☐ Otro.....
 ☐ NS/NC

8. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a la Región de Iguazú?

1. ☐ Vehículo automotor privado (propio| alquilado|prestado)
2. ☐ Omnibus línea regular
 1. ☐ Arribo Pto. Iguazú
 2. ☐ Arribo Foz de Iguazú
3. ☐ Omnibus servicio especial (tour, excursión, etc)
4. ☐ Aéreo vuelo regular
 1. ☐ Arribo Pto. Iguazú
 2. ☐ Arribo Foz de Iguazú
5. ☐ Aéreo vuelo charter
 1. ☐ Arribo Pto. Iguazú
 2. ☐ Arribo Foz de Iguazú
6. ☐ Otros
☐ NS/NC

9. ¿Ud. viaja?

1. ☐ En tour por agencia de viaje
Agencia.....
2. ☐ Por cuenta propia
3. ☐ Viaje (excursión) organizado por obras sociales, sindicato, clubes, colegios, asociación profesional, etc.
Institución.....
4. ☐ Otra forma
☐ NS/NC

10. Podría citar Ud. hasta cinco lugares (del país o del extranjero) en los que pernoctó en el viaje desde su residencia hasta Iguazú?

1. ☐
2. ☐
3. ☐
4. ☐
5. ☐
6. ☐ No pernoctó
☐ NS/NC

11. Podría citar Ud. hasta cinco lugares (del país o el extranjero) en los que tiene previsto pernoctar en el viaje desde Iguazú a su residencia?

1. ☐
2. ☐
3. ☐
4. ☐
5. ☐
6. ☐ No tiene previsto
☐ NS/NC

12. En qué otros lugares de Misiones piensa detenerse (se detuvo) a visitar?

(respuesta múltiple)

- | | |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> Posadas | 8 <input type="checkbox"/> Eldorado |
| 2 <input type="checkbox"/> Ruinas Santa Ana | 9 <input type="checkbox"/> Minas de Piedras |
| 3 <input type="checkbox"/> San Ignacio | 10 <input type="checkbox"/> Oberá |
| 4 <input type="checkbox"/> Salto Tabay | 11 <input type="checkbox"/> Salto Encantado |
| 5 <input type="checkbox"/> Pto Rico | 12 <input type="checkbox"/> Saltos Moconá |
| 6 <input type="checkbox"/> Gruta India | 13 <input type="checkbox"/> Ningún lugar |
| 7 <input type="checkbox"/> Montecarlo | 14 <input type="checkbox"/> Otro..... |
| | <input type="checkbox"/> NS/NC |

13. ¿Cuántas noches (en total) piensa permanecer en?

- 1 ☐ Zona argentina de Iguazú
- 2 ☐ Zona Iguazú de Brasil/Paraguay
- 3 ☐ En otro lugar de Misiones
☐ NS/NC

14. ¿Cuántos días (pernoctes) durará su viaje en total, desde que partió de su residencia hasta que regrese a ella?

días (pernoctes)

15. Ud. y su grupo ¿realizan viajes de vacaciones (cinco o más noches fuera del hogar)?

(respuesta múltiple)

- | | Todos los años | No regular | No viajan |
|---------------------|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| En verano? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En invierno? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Otra época del año? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> NS/NC | | |

16. Ud. y su grupo ¿realizan habitualmente viajes breves (hasta cuatro noches) de turismo?

(fines de semanas largos, escapadas, etc)

1. ☐ Siempre que puede
2. ☐ Muy ocasionalmente
3. ☐ No realiza
☐ NS/NC

17. En sus vacaciones, ¿qué actividades prefieren realizar Ud. y los integrantes de su grupo?

(respuesta múltiple)

- 1 ☐ Excursiones y paseos para visitar atractivos naturales
- 2 ☐ Actividades que lo ponen en contacto con la naturaleza (paseos por selva sierra montaña, caminatas, cabalgatas, safaris turístico de aventura, campamentos etc)
- 3 ☐ Visitas a museos, monumentos, lugares históricos, galerías de arte, etc.
- 4 ☐ Visita a centros artesanales, ferias regionales, mercados, etc.

- 5 ☐ Asistir a espectáculos folclóricos, (peñas, festivales, etc)
- 6 ☐ Asistir a fiestas religiosas o populares típicas del lugar
- 7 ☐ Visitar establecimientos de producción del lugar (plantaciones, industrias, criaderos, etc.)
- 8 ☐ Salidas nocturnas (discotecas, shows, pubs, etc)
- 9 ☐ Concurrir parques infantiles, circos, etc.
- 10 ☐ Asistir al cine
- 11 ☐ Asistir al casino y casas de juego
- 12 ☐ Asistir a espectáculos deportivos
- 13 ☐ Practicar deportes. Cuáles?
☐
☐
☐
☐
☐
- 14 ☐ Otras actividades
☐ NS/NC

18 Durante su estadía aquí en Iguazú, ¿Cuáles de las siguientes actividades realizaron (piensan realizar) Ud. y su grupo?

(respuesta múltiple)

- 1 ☐ Visita a Garganta del Diablo
- 2 ☐ Pasco náuticos.
- 3 ☐ Paseos por la selva (safari, caminatas, etc)
- 4 ☐ Paseo a la Isla San Martín
- 5 ☐ Paseo en helicóptero
- 6 ☐ Visita a museo y exposiciones de arte local
- 7 ☐ Paseos por la ciudad (hito Tres Fronteras, centro, costanera, etc)
- 8 ☐ Visita plantaciones de yerba mate y té de la zona
- 9 ☐ Excursión a Brasil y Paraguay (Cataratas lado brasileño Foz, Itaipú, Ciudad del Este)
- 10 ☐ Compras en Brasil y Paraguay
- 11 ☐ Asistir a shows nocturnos en el Brasil
- 12 ☐ Asistir a discotecas, night clubs, etc.
- 13 ☐ Practicar pesca y deportes náuticos
- 14 ☐ Practicar tenis
- 15 ☐ Practicar paddle
- 16 ☐ Asistir a parques de diversiones, circos, etc
- 17 ☐ Otras actividades.....
☐ NS/NC

19. En su opinión, ¿Qué calificación merecen los siguientes ítems relacionados con su viaje por Misiones y su visita a Iguazú? (respuesta múltiple)

Facilidades turísticas en el Parque Nacional Iguazú

	BUENA	REGULAR	MALA	S.O
1 <input type="checkbox"/> Información general al visitante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 <input type="checkbox"/> Señalización en los senderos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 <input type="checkbox"/> Pasarelas/Senderos/Balcones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 <input type="checkbox"/> Sanitarios (baños)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 <input type="checkbox"/> Restaurantes, bares, etc	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 <input type="checkbox"/> Medios de comunicación (Teléfonos, fax, etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 <input type="checkbox"/> Comercios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 <input type="checkbox"/> Excursiones dentro del Parque	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 <input type="checkbox"/> Otros servicios al turista (fotografía, guía, etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 <input type="checkbox"/> Otro.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> NS/NC				

Facilidades turísticas en Ciudad de Pto. Iguazú

	BUENA	REGULAR	MALA	S.O
11 <input type="checkbox"/> Alojamiento (<i>hoteles, campings, etc</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 <input type="checkbox"/> Servicio gastronómico (<i>restaurantes, bares, etc</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13 <input type="checkbox"/> Centros de información al turista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14 <input type="checkbox"/> Medios de comunicación (<i>Teléfono, fax, etc</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15 <input type="checkbox"/> Comercios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16 <input type="checkbox"/> Transporte local (<i>servicio regular</i> <i>servicio contratado</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17 <input type="checkbox"/> Agencias de viajes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18 <input type="checkbox"/> Bancos y casas de cambios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19 <input type="checkbox"/> Lugares de diversión y entretenimientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20 <input type="checkbox"/> Oferta de Actividades deportivas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21 <input type="checkbox"/> Centros de salud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22 <input type="checkbox"/> Seguridad Pública	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> NS/NC				

20-En relación con los ítems anteriores, Podría resumir porqué su calificación fue mala?

Item	Razones
.....
.....
.....
.....
.....

☐ No calificó MALA

21-En términos generales, ¿ qué opinión le merecen?:

	BUENA	REGULAR	MALA	S. O
1 <input type="checkbox"/> La arquitectura y urbanización de la ciudad de Pto Iguazú	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 <input type="checkbox"/> La limpieza de la ciudad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 <input type="checkbox"/> La atención de los habitantes del lugar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> NS/NC				

22-Ud. volvería a visitar este lugar o recomendaría a sus amigos que lo hagan?

- 1 ☐ Si, sin ninguna duda
 2 ☐ Si, con reservas
 3 ☐ No
☐ NS/NC

23-¿En cuánto estima el costo total(1) de este viaje (desde el inicio hasta el regreso a su residencia)para todo su grupo?

(1)Turistas en tour por agencia DEBEN incluir el precio de la excursión

APROXIMADAMENTE.....\$ 6 U\$S

24- Ud. y su grupo, ¿ya llevan un día completo de permanencia en esta ciudad?

- 1 ☐ SI
 2 ☐ NO (Fin de Entrevista)
☐ NS/NC

25-¿Puede recordar los gastos realizados por Ud. y el grupo en el último día completo de permanencia?

Rubro	Turistas por Cta. propia	Turistas en tour (Solo gastos NO INCLUIDOS)
1 <input type="checkbox"/> TRANSPORTE <i>(Combustibles mantenimiento y reparación del vehículo al quiler de vehículo transporte público regular, etc.)</i>\$\$
2 <input type="checkbox"/> ALOJAMIENTO\$\$
3 <input type="checkbox"/> ALIMENTACION <i>(comidas bebidas etc en restaurantes bares hoteles Compra de alimentos y bebidas para consumo en el lugar, etc.)</i>\$\$
4 <input type="checkbox"/> EXCURSIONES, PASEOS, SERVICIO DE GUIAS, etc.\$\$
5 <input type="checkbox"/> EXPARCIMIENTO/DIVERSIONES <i>(espectáculos shows parque de diversiones circos, casino, discotecas, etc.)</i>\$\$
6 <input type="checkbox"/> PRACTICA DE DEPORTES <i>(alquiler de instalaciones embarcaciones equipos compra de elementos etc.)</i>\$\$
7 <input type="checkbox"/> COMPRA DE BIENES Y SERVICIOS EN GENERAL <i>(souvenirs regalos tocador farmacia peluquería atención médica etc.)</i>\$\$
8 <input type="checkbox"/> OTROS GASTOS.....\$\$

Resumiendo, EN TOTAL y por un día
ustedes han gastado?

.....\$

Comentarios del entrevistado.....

Observaciones del encuestador.....

Carga:.....

Control:.....

Control:.....

HOTELES

INSTRUCCIONES PARA EL ENCUESTADOR

A QUIENES ENTREVISTAR?

El propósito de la encuesta es recabar datos de los grupos primarios de turistas que se encuentran hospedados en establecimientos hoteleros y campings del Área Turística de Iguazú.

Con tal propósito se definen al grupo turístico primario y al turista del siguiente modo:

Grupo turístico primario (1): un grupo de visitantes del área que viajan juntos, cuyos gastos de viaje forman parte del mismo presupuesto y en el lugar de residencia habitual conviven en el mismo hogar o se tratan con asiduidad.

Turista (2): todo visitante que ingresa al área y que permanece en ella al menos por una noche y cuyo motivo principal de visita puede ser alguno de los siguientes:

- ocio, recreación y vacaciones
- negocios y motivos profesionales
- otros motivos

Importante: En esta encuesta no debe entrevistar a "contingentes"

Informante o Entrevistado

Las preguntas del cuestionario se formularán al informante del grupo primario elegido en lugar de alojamiento; quién será:

Informante: una persona del grupo turístico primario, *mayor de 16 años* ¿qué a criterio del encuestador ejerce el liderazgo del grupo o es expresamente reconocido como tal por los demás miembros.

Importante

Por el carácter de algunas de las preguntas que deberá responder el entrevistado; es conveniente que sea la persona que administra los gastos del grupo si es que la hubiera.

Cómo seleccionar el Grupo y su Informante?

El coordinador de Campo le indicará el número de encuestas a realizar diariamente en cada lugar de alojamiento.

En estos lugares y con el auxilio de conserjes / recepcionistas, tratará de identificar a los huéspedes que llevan más de un día en el establecimiento. También mediante dicha colaboración podrá informarse sobre ciertas características de los grupos alojados (grupo familiar o individual, argentino o extranjero, viaje por cuenta propia o tour, etc.) que le permitirán seleccionar los grupos a entrevistar o el posible informante.

La selección de entrevistas debe ser lo más variada posible, evitando entrevistar a grupos que siempre responden a características semejantes.

Importante:

Los huéspedes (visitantes) cuyo motivo principal de estadías por razones de negocios, profesionales, o laborales en general también son turistas según la definición anterior y en consecuencia también deben ser incluidos en la muestra. Elegidos los grupos que serán encuestados, tomará contacto con cada uno de ellos y:

- i-se identificará y explicará los motivos de la entrevista
- ii-verificará que el grupo elegido aún no ha sido entrevistado

Cuando se trate de visitantes extranjeros con los cuales el encuestador no pueda comunicarse en nuestro idioma mediante el auxilio de las traducciones escritas tratará de ubicar el idioma por el cual podrán entenderse. Le entregará esa traducción al entrevistado para que, por medio de gestos, le indique la respuesta que corresponda a cada pregunta.

Cómo completar el cuestionario?

Datos previos a la entrevista (reservados para el encuestador)

Los siguientes datos deben ser completados por el encuestador:

relevados al cabo de la semana (por todos los encuestadores) tengan una única numeración correlativa.

Encuestador: consignar el nombre o apellido y el código que le fue asignado.

Establecimiento: consignar el nombre del lugar de alojamiento donde realiza la entrevista y el código que le corresponde según el listado anexo.

Fecha: consignar el día y mes de la entrevista.

Preguntas al Entrevistado

Para agilizar la entrevista se recomienda la siguiente práctica general:

i-leer la pregunta tal cual está formulada en el cuestionario y esperar la respuesta
ii-Cuando ésta , de manera indudable para la encuestador, se corresponde con alguna de las categorías, consignarla y/o marcar el casillero correspondiente.
iii-Cuando observe que el entrevistado no comprendió el sentido correcto de la pregunta o tenga dudas sobre la respuesta que dio, auxiliarlo por algunas de las siguientes maneras:

- leyendo las respuestas posibles
- apelando a una pregunta auxiliar (ver ejemplos mas adelante)
- explicando el sentido de la pregunta

iv-En las preguntas para las que está prevista la Tarjeta de Respuestas; proporcionar esta tarjeta al entrevistado y que el le indique las respuestas que corresponden.

Pregunta 1: Se trata de identificar el lugar de residencia habitual según la definición técnica explicada al inicio.

- Cuando el lugar es en Otra provincia u otro país, consignar el de la provincia o país y asentar en el casillero el código correspondiente (ver listado de códigos anexo).

-Pregunta 2: Se trata de identificar la composición del Grupo Turístico Primario del que forma parte el entrevistado. Para facilitar la interpretación de la pregunta puede ser útil emplear "grupo familiar" como sinónimo de "grupo de personas".

-En las respuestas 1 y 2 se debe tener presente que deben ser familiares o amigos económicamente a cargo del grupo principal (ver definición y ejemplos en ESTUR 93 / 94 - Cataratas- Instrucciones para el Encuestador.)

En estos caso , mediante preguntas auxiliares del tipo: estos familiares y amigos ¿dependen del mismo presupuesto de gastos para el viaje?, ¿conviven con Ud. en su residencia? etc., confirmar que se trata de un mismo grupo turístico.

-La respuesta 3 está reservada para el caso de amigos que comparten el pozo común del viaje.

Pregunta 3: Solicitar al entrevistado que mencione una por una la edad y el sexo de las personas que forman el grupo al que hizo referencia en la pregunta anterior. Debe incluir al entrevistado.

-Por cada respuesta marcar con una X en el casillero correspondiente. Colocar tantas X en casillero como personas haya en ese intervalo de edad y sexo.

-Al concluir la pregunta completar el casillero TOTAL DE COMPONENTES.

Pregunta 4: Consignar el nivel de estudios más alto alcanzado por el entrevistado.

Pregunta 5: Esta pregunta indaga sobre la ocupación principal del entrevistado, si es que tiene más de una ocupación. En tales casos es el entrevistado quién tiene que decidir cuál de ellas es la más importante (generalmente es la que reporta el mayor ingreso).

Pregunta 6: Se trata de identificar el motivo más

entrevistado no se encontraría visitando el área.

Conviene leer -una vez formulada la pregunta- las respuestas posibles, consignando únicamente aquella que aparece como el motivo principal del viaje.

-Conocer Cataratas: cuando el viaje(ya sea en tour o por cuenta propia) tiene a Cataratas como destino principal.

-Motivos de negocios o profesionales: Las cuestiones de negocio o trabajo son la razón principal de la presencia en Cataratas, aún cuando esas actividades no las realice en el área. Ej.:

-Una persona que viajó a Posadas por negocios o trabajo y en un viaje de un día se encuentra visitando Cataratas.

-Pasar vacaciones en el Brasil: visitante en tránsito (de viaje) hacia (desde) un lugar de veraneo en el Brasil.

-En tránsito hacia otro destino: Similar al anterior pero en este caso el destino final del viajero no es un lugar de veraneo en el Brasil.

Pregunta 7: Se refiere al medio informativo mediante el cual el entrevistado y / o su grupo se motivaron para decidir el viaje a la región.

-Consignar todas las respuestas que menciona (Respuesta múltiple).

-Conocimientos generales: Deben entenderse aquellas situaciones en que, por la información y conocimientos generales previos, no hubo necesidad de recurrir a ningún medio en particular. Simplemente "sabía" que las Cataratas son un atractivo importante.

Pregunta 8: Se refiere al medio de transporte principal utilizado para arribar a la región. Ej.:

-Viaje en avión regular desde Bs.As. a Pto. Iguazú y en ómnibus de excursión local a Cataratas; corresponde: aéreo vuelo regular.

-Viaje en ómnibus de tour desde Florianópolis a Foz de Iguazú y en automóvil alquilado a Cataratas; corresponde: ómnibus servicio especial.

-Viaje en avión regular desde Bs. As. a Posadas y en coche

-Cuando la respuesta sea alguna de las opciones 2, 4, o 5, preguntar si el arribo fue en Pto. Iguazú, Foz de Iguazú o Ciudad del Este, y marcar lo que corresponda.

Pregunta 9: Consignar la forma de organización que corresponde al viaje a la región y no al área. Ej.:

-Un visitante que llegó a Foz por cuenta propia y tomó un tour local para visitar Cataratas corresponde: por cuenta propia.

-Cuando se trate de un tour por agencia, consignar a continuación el nombre de la agencia de viajes donde se contrató la excursión.

-Cuando se trate de un tour organizado por alguna institución, consignar el nombre de la misma identificándola.

Pregunta 10: El propósito de esta pregunta es identificar posibles "corredores turísticos" de uso regular en los desplazamientos hacia el área.

-Transcribir hasta 5 lugares más importantes donde el entrevistado y su grupo pernoctaron.

Tratar de registrar aquellos en los que la estadía se debió principalmente, a una intención explícita de visita al lugar.

Pregunta 11: El sentido (y forma de responder) de esta pregunta es idéntico al anterior, pero referido al viaje de regreso desde el área Iguazú a la residencia.

Pregunta 12: Formular la pregunta e ir los casilleros de los lugares que menciona el entrevistado (respuesta múltiple). Ayudarle citando los lugares de la lista.

-se trata de identificar los lugares en los que hubo una intención de visita. Es decir : se detuvo, permaneció por algún tiempo, recorrió el lugar, etc.

Pregunta 13: El propósito de esta pregunta es conocer como el turista distribuye su estadía en la Región Turística

de noches que piensa permanecer en Pto. Iguazú y Cataratas.

- En Zona Iguazú de Brasil / Paraguay: cabe registrar datos solo si el entrevistado y su grupo piensan alojarse (se alojaron) por algunas noches en la zona vecina de Brasil/Paraguay. Consignar el total de noches que estiman permanecer o ya permanecieron en dichos lugares.
- En otro lugar de Misiones :seguir el mismo criterio que en la respuesta anterior con referencia a otros lugares de Misiones distintos del Área.
- En estos dos últimos casos consignar 0 (cero) si no habrán (hubieron) pernoctes.

Pregunta 14: Se trata de medir la duración total del viaje desde la partida del lugar de residencia hasta el regreso al mismo. Consignar el número de pernoctes que el informante estima pasarán fuera de su residencia.

Pregunta 15: El propósito de esta pregunta es medir niveles de "regularidad" en el uso de salidas de vacaciones que abarquen cinco (5) noches y más, en las épocas clásicas del año (verano e invierno) y fuera de ellas. Debe ser claro que se trata de medir "el hábito" y no las causas por la que éste es mayor, menor o nulo.

Por consiguiente debe ser muy cuidadoso de ubicar claramente el informante es alguno de los tres niveles o categorías previstas: regularmente todos los años, en forma no regular y habitualmente no viajan.

- Se recomienda formular primero la pregunta para el verano y consignar la respuesta que corresponda.

Luego, reiterarla separadamente para cada una de las otras estaciones previstas.

- Regularmente todos los años: se refiere a los entrevistados que acostumbran a salir de vacaciones todos los años, aún cuando en forma aislada u ocasional, en algunos años no lo hayan hecho.

- En forma no regular: en este caso se trata de un grado menor de hábito o regularidad en los viajes de vacaciones. Estos viajes se realizan en forma no regular o sistemática.

-No viajan habitualmente: denota el "no hábito" de salir. Respuestas como "nunca solemos salir", "no nos gusta (o no podemos) viajar mucho", "a veces ", "sólo de vez en cuando", etc., deben incluirse en esta categoría.

-**Pregunta 16:** El propósito de esta pregunta es medir la propensión o hábito de desplazarse fuera de su hogar aprovechando "fines de semana largos" (hasta cuatro noches de pernocte).

-La alternativa "siempre que pueden" es para aquellos entrevistados que demuestran interés en aprovechar toda ocasión que se les presenta y pueden hacerlo.

-La categoría "muy ocasionalmente" se refiere a los entrevistados que lo hacen esporádicamente. Respuestas como " de vez en cuando " ,"algunas veces", etc. se corresponden con esta alternativa.

-La respuesta "no realizan" es para aquellos que manifiestan no hacerlo nunca.

-**Pregunta 17:** El propósito de esta pregunta es conocer las actividades que los miembros del grupo entrevistado acostumbran o prefieren realizar en el tiempo libre de las vacaciones en general y no durante la visita a Iguazú.

-Entregar la Tarjeta de Respuestas al entrevistado y que él vaya indicando sus preferencias. Puede marcar todas las actividades que desee (respuesta múltiple).

-Excursiones y paseos para visitar atractivos naturales del lugar y su zona: se refiere a quienes durante la estadía intentan conocer todos los atractivos naturales que le ofrece el centro turístico y su zona circundante, pero en un actitud preferentemente pasiva, de observar, sacar fotos, etc.

-Actividades que lo ponen en contacto con la naturaleza: se refiere a quienes buscan actividades que le permiten interactuar con la naturaleza del lugar: realizar safaris, caminatas, paseos por la selva, sierra o montaña; turismo de aventura, campamentismo, etc.

-Asistir a fiestas religiosas y fiestas populares típicas

peregrinaciones, fiesta de la vendimia, fiesta del inmigrante, fiesta del mar, etc.

Pregunta 18: Se trata de conocer qué actividades de la oferta del Área realizaron (tienen previsto realizar algunos o todos los miembros del grupo del entrevistado).
-Entregar al informante la Tarjeta de Respuesta y consignar todas las actividades que este señale (Respuesta múltiple)

Pregunta 19: El propósito es conocer la calificación que en la opinión del entrevistado merecen cada uno de los ítems sometidos a su consideración.

BUENA: expresa la satisfacción general del entrevistado con el ítem considerado. Resume su aprobación en todo sentido: cantidad suficiente, calidad, funcionamiento, etc.

REGULAR: expresa una satisfacción general a medias.

MALO: expresa insatisfacción total.

SIN OPINIÓN: reservado para quienes no han utilizado el ítem considerado o no se han formado opinión sobre el mismo.

-Entregar la Tarjeta de Respuestas al entrevistado y que él le indique la respuesta para cada ítem.

Pregunta 20: Esta pregunta cabe sólo cuando en la pregunta anterior se registraron una o más respuestas negativas -MALA-. En tal caso, para los ítems calificados de esta manera solicitar al entrevistado que en forma resumida exprese las razones de su calificación.

-Para consignar las respuestas registrar en el casillero ítem el número que en la pregunta 19 identifica al ítem cuestionado y en "razones" consignar las explicaciones del entrevistado. Utilizar palabras o frases claves del tipo: "mala atención", "insuficiente", "no funciona", etc.

Pregunta 21: El propósito es el mismo que el de la pregunta 19, pero con referencia a aspectos que hacen a las condiciones de la ciudad y sus habitantes.

reflejar la satisfacción (insatisfacción) con el recurso turístico principal, los servicios, la atención, etc.

-Si, sin ninguna duda: manifiesta plena conformidad en relación con las expectativas sin ningún reparo u objeción.

-Si, con reservas: expresa una situación de conformidad pero con algunas objeciones a determinados aspectos de la visita.

-No: refleja una situación de total disconformidad o insatisfacción.

Pregunta 23: El propósito es medir el total de dinero que el grupo tiene previsto destinar al viaje desde su inicio al fin, por todo concepto y cualquiera sea el medio de pago empleado (tarjeta crédito, efectivo, etc.)

-Se trata del presupuesto total que por lo general, todo turista elabora en la programación del viaje.

-Si se trata de turistas que utilizan servicios de tour, deben computarse el precio total del tour pactado con la agencia de viajes, los pagos anticipados relacionados con el viaje (pasajes, reservas, etc.) y los pagos durante todo el viaje y estadía hasta el arribo a la residencia.

Pregunta 24: El propósito es identificar si el grupo entrevistado lleva un día corrido (24 hs. corridas o más) de permanencia en el Área, con el fin de poder responder apropiadamente a la pregunta siguiente.

Pregunta 25: El propósito es poder identificar los gastos totales del grupo en ese día inmediato anterior (24 hrs., anteriores) al momento de la entrevista.

-Se trata de todos los gastos realizados por el grupo cualquiera haya sido el medio de pago empleado.

-Los turistas en tour por agencia, no deben incluir los gastos de aquellos servicios (transporte, alojamiento, alimentación, excursiones, etc.) que forman parte del precio total del mismo.

-En todos los casos que el gasto de un rubro es nulo, consignar 0 (cero) en el casillero correspondiente.