



**Santa Cruz**  
Gobierno de la provincia



**CONSEJO FEDERAL  
DE INVERSIONES**

**SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO DE LA  
PROVINCIA DE SANTA CRUZ**

**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**

**ESTUDIO “Observatorio Económico del Turismo  
de Santa Cruz (OETuSC)”**

***INFORME FINAL***

**TOMO II: Manual metodológico**

**JULIO 2019**



# INFORME FINAL

## Tomo II: Manual Metodológico

JULIO 2019



OBSERVATORIO ECONOMICO  
DEL TURISMO DE SANTA CRUZ

## ÍNDICE

<b>1</b>	<b>MARCO INSTITUCIONAL</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>ESTRUCTURA DEL OETuSC</b>	<b>10</b>
2.1	Estructura de la información y subsistemas que conforman el OETuSC	10
2.2	Subsistemas de información	10
2.2.1	Subsistema Oferta Turística	11
2.2.2	Subsistema Demanda Turística	11
2.2.3	Subsistema Impacto Económico	11
2.2.4	Subsistema Estudios Especiales	12
2.3	Indicadores	12
2.3.1	Indicadores de Oferta Turística	12
2.3.2	Indicadores de Demanda Turística	13
2.3.3	Indicadores de Impacto económico	14
2.3.4	Indicadores de Estudios Especiales	15
2.4	Estructura organizacional	16
<b>3</b>	<b>SISTEMA ESTADÍSTICO DEL OETuSC</b>	<b>18</b>
3.1	Monitoreo de la Oferta de Servicios Turísticos	19
3.2	Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos	21
3.2.1	Diseño muestral	25
3.2.2	Recolección y validación de los instrumentos de recolección.	32
3.2.3	Procesamiento y elaboración de la información.	36
3.2.4	Publicación	39
3.3	Encuesta de Perfil de la demanda	41
3.3.1	Variables representativas de la demanda turística	45
3.3.2	Diseño muestral	49
3.3.3	Recolección y validación de los instrumentos de recolección	54
3.3.4	Procesamiento y elaboración de la información.	55
3.3.5	Publicación	58
3.4	Relevamiento de fuentes secundarias	61

<b>3.5</b>	<b>Estimación del impacto económico</b>	<b>63</b>
3.5.1	Estimación de ingresos económicos por turismo.	63
3.5.1.1	Estimación de los ingresos económicos por turismo a partir de Encuesta de Perfil de Demanda	64
3.5.1.2	Estimación de los ingresos económicos por turismo a partir de PBG Provincial	65
3.5.1.3	Estimación de los ingresos económicos por turismo a partir de Ingresos Brutos	67
3.5.2	Estimación de empleo turístico.	67
3.5.2.1	Estimación nacional del empleo en las ramas características del turismo	70
3.5.2.2	Estimación provincial del empleo en las ramas características del turismo.	76
<b>4</b>	<b>PLANIFICACIÓN DE PAE</b>	<b>78</b>
4.1	Cronograma de relevamiento	78
4.2	Cronograma de publicaciones	79



## ABREVIATURAS UTILIZADAS

OETuSC	Observatorio Económico del Turismo de Santa Cruz
SETP	Sistema Estadístico de Turismo Provincial
AMT	Administraciones Municipales de Turismo
PAE	Programa Anual de Estadísticas
INDEC	Instituto Nacional de Estadística y Censos
OMT	Organización Mundial del Turismo
TOH	Tasa de Ocupación de Habitaciones
TOP	Tasa de Ocupación de Plazas
EANA	Empresa Argentina de Navegación Aérea
ANAC	Administración Nacional de Aviación Civil
RCT	Ramas Características del Turismo
CIIU	Clasificación Industrial Internacional Uniforme
CNE	Censo Nacional Económico
CNPHV	Censo Nacional de Población Hogares y Viviendas
EPH	Encuesta Permanente de Hogares
EAHU	Encuesta Anual de Hogares Urbanos
SIPA	Sistema Integrado Previsional Argentino

Este documento constituye el manual para la implementación y puesta en marcha del Observatorio Económico del Turismo de Santa Cruz. Se plantean conceptos teóricos y propuestas concretas cuya implementación deberá ser evaluada por las autoridades del OETuSC, quienes decidirán la factibilidad de implementación.

## 1 MARCO INSTITUCIONAL

El **Observatorio Económico del Turismo de Santa Cruz** (OETuSC) tiene como principal misión el monitoreo permanente de los principales indicadores del desempeño, la evolución y el impacto económico de la actividad turística en la provincia a lo largo de todo el año a fin de comunicar las estadísticas del sector mes a mes y en períodos vacacionales específicos a todos los actores del turismo en la provincia.

Para ello, deberá impulsar y participar en la planificación y estudio integral de las estadísticas provinciales turísticas, con el objeto de contribuir a la promoción de políticas públicas orientadas al sector turístico, que sean sustentables, procurando afianzar el desarrollo territorial, en consonancia con los lineamientos nacionales y regionales.

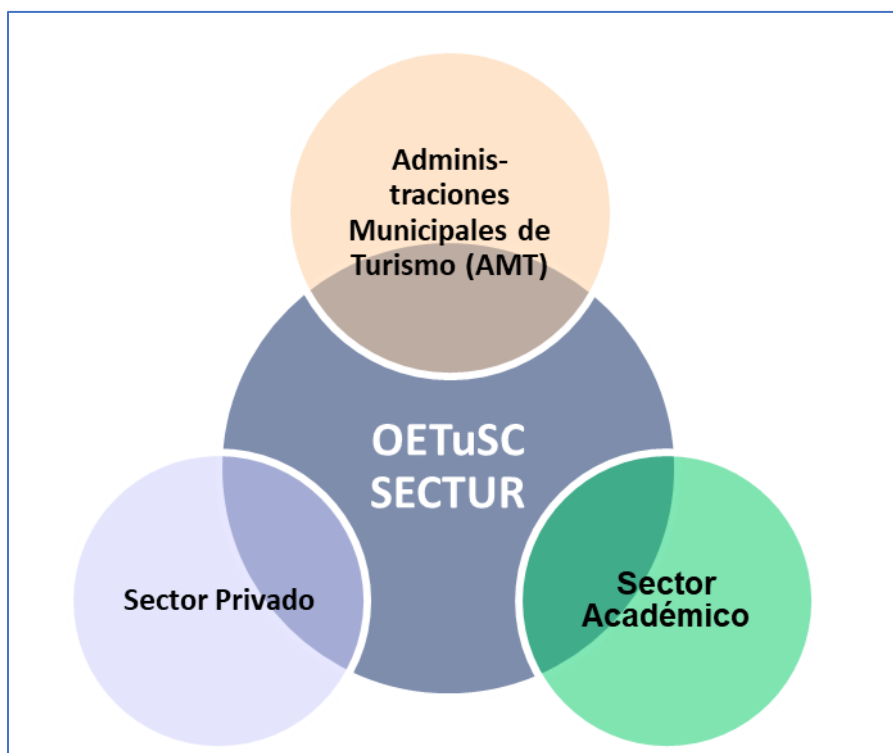
El OETuSC debe ser el organismo de referencia a nivel provincial en materia de estadísticas del sector turístico. Su rol debe estar abocado a establecer pautas metodológicas y a coordinar el **Sistema de Estadísticas Provincial de Turismo** (SEPT).

El SEPT será el ámbito de articulación que permita coordinar las actividades que en materia de estadísticas en turismo se realizan en la provincia. Para ello se propone, como marco institucional, el dictado de un decreto provincial que cree formalmente dicho sistema y posicione al OETuSC como máxima autoridad. Dicha norma deberá contemplar que:

- Los fines del SEPT deberán ser: a) Proveer información estadística provincial oficial; b) Realizar los trabajos de captación, elaboración y publicación de información estadística; c) Preservar la comparabilidad de la información estadística mediante la unidad metodológica y técnica; d) Establecer coordinación con las informaciones y publicaciones, comunicar métodos y procedimientos técnicos; y e) Evitar la superposición de las tareas estadísticas.
- Estará integrado por OETuSC como el órgano rector del SEPT, las Administraciones Municipales de Turismo (AMT), la Cámara de Turismo del Santa Cruz como representante del sector privado turístico provincial y el sector académico.
- Las AMT integrarán el SEPT mediante la suscripción de convenios de adhesión.
- Son funciones de los que integran el SEPT: a) Participar en la preparación del Programa Anual de Estadísticas (PAE); b) Cumplir, dentro de los plazos que se fijen las tareas asignadas en el PAE; c) Presentar en las fechas que fije el OETuSC las tareas estadísticas a su cargo para su oportuna publicación en los informes periódicos que ésta disponga; d) Utilizar los métodos, definiciones, formularios, cartografías, clasificaciones, fórmulas y toda otra disposición o norma técnica que el OETuSC establezca para la reunión, elaboración, análisis y publicación de los datos estadísticos que le corresponda; e) Realizar las tareas asignadas en colaboración y coordinación con los demás actores del SETP; f) Cumplir y hacer cumplir estrictamente el secreto estadístico.
- Principio de centralización metodológica: el OETuSC ejercerá en forma centralizada la formulación de lineamientos de carácter normativo y procedimientos aplicables en todo el territorio provincial. Los integrantes del SEPT procederán con independencia y responsabilidad, ejecutando los lineamientos y procedimientos dispuestos por el OETuSC.
- Principio de descentralización operativa: cada municipio integrante del SEPT tendrá a su cargo la coordinación de la ejecución de los operativos que se lleven adelante.
- Principios rectores de la información estadística en general: independencia, viabilidad, confidencialidad, especialidad, accesibilidad, relevancia, transparencia, obligatoriedad de responder.

- Funciones complementarias del OETuSC: planificar y orientar la metodología de toda actividad estadística especializada en el sector turístico en el ámbito de la provincia de Santa Cruz; estructurar, articular y coordinar el SEPT; definir y desarrollar el programa estadístico de turismo anual y establecer las normas metodológicas y operativas para su ejecución.

*Ilustración 1. Sistema Estadístico Provincial de Turismo (SEPT)*



El OETuSC se guiará por las recomendaciones metodológicas surgidas del trabajo de “Armonización de las Estadísticas de Turismo” realizadas a principios de 2018 por el entonces Ministerio de Turismo de la Nación y velará por el cumplimiento de estas en todos los organismos provinciales y municipales que generen estadísticas referidas al sector turismo.

Las Administraciones Municipales de Turismo (AMT) formarán parte del sistema y actuarán coordinadamente con el OETuSC siguiendo el principio de centralización metodológica y descentralización operativa. De esta manera, estarán a cargo de los



operativos de relevamiento propuestos mientras que el OETuSC será el responsable de fijar las pautas metodológicas y del procesamiento de los datos.

Cabe destacar que, el OETuSC debe registrarse como **Servicio Estadístico** en el INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) a través de la Dirección Provincial de Estadística de Santa Cruz y por lo tanto se regirá por la Ley 17.622 de Secreto Estadístico. Toda la información recolectada es confidencial y no puede ser publicada sino en agregados que impidan la identificación de un informante.

Con el fin de contribuir al logro de los objetivos del OETuSC se propone articular no sólo con los municipios, sino con el sector privado (Cámara Provincial del Turismo, entre otros). Por un lado, con la idea de sensibilizar respecto de la importancia y la utilidad de la información estadística generada para lograr la colaboración y la respuesta efectiva en los operativos. Por el otro, con la idea de buscar financiamiento para solventar la estructura propuesta y poder cofinanciar los equipos de campo de los operativos junto a los municipios.

También se propone articular con el sector académico para brindar oportunidades de inserción laboral a los estudiantes próximos a graduarse (para los distintos puestos de la estructura de la OETuSC y para los equipos de campo) y también contar con la infraestructura para el dictado de capacitaciones a encuestadores y supervisores de los operativos.

## 2 ESTRUCTURA DEL OETuSC

### 2.1 Estructura de la información y subsistemas que conforman el OETuSC

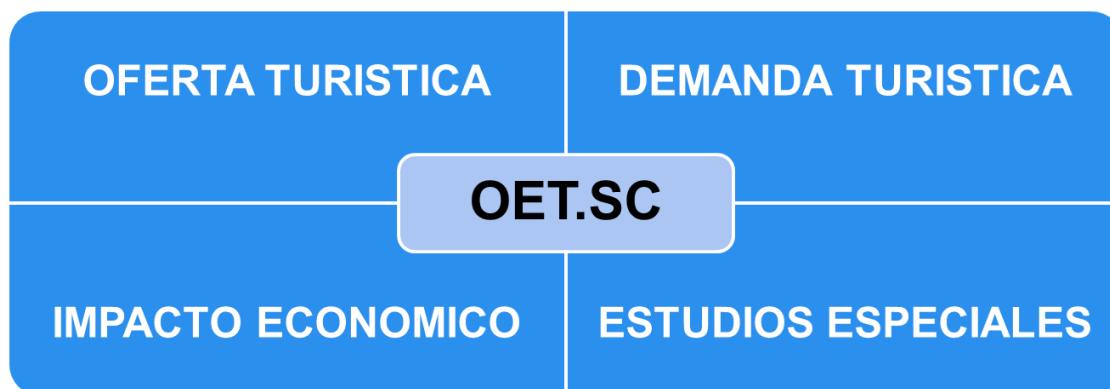
El OETuSC será un instrumento para la producción de información útil y pertinente para la toma de decisiones de los sectores público y privado de la provincia en materia de desarrollo del turismo en el territorio provincial. Información que deberá permitir, entre otras cosas, controlar los resultados y eficacia de las políticas turísticas, elaborar diagnósticos e informes de los destinos turísticos provinciales y diseñar de modelos de predicción de las principales variables turísticas a corto plazo.

En otras palabras, será un centro de recopilación y procesamiento de datos e información de la actividad turística, que se utilizarán para la elaboración de informes y documentos, útiles para una coherente toma de decisiones y la planificación de acciones ya sea del sector público como del privado.

En este sentido, se identifican dos actividades en relación al tipo de información. Una actividad vinculada a la recopilación, análisis y difusión de información generada por otros organismos (ej: INDEC). Otra actividad vinculada a la generación y análisis de información estadística, junto a otros actores del sistema, con representatividad a nivel municipal o de destino turístico. Tanto la información generada a través de operativos propios como la relevada a través de fuentes secundarias, tributarán a los subsistemas de información del OETuSC.

### 2.2 Subsistemas de información

La estructura de información del OETuSC estará integrada por 4 subsistemas de información:



### 2.2.1 Subsistema Oferta Turística

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), oferta turística es un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo. Así pueden definirse estudios de oferta a aquellos realizados sobre las unidades proveedoras que ofrecen bienes y servicios, como empresas y/o establecimientos.

### 2.2.2 Subsistema Demanda Turística

Los estudios de caracterización de la demanda turística constituyen un insumo esencial a la hora de conocer las características de los visitantes que arriban a un destino y monitorear su evolución, aportando herramientas para la generación y gestión de políticas públicas relativas al turismo. Adicionalmente, constituyen una fuente de información privilegiada para analizar el gasto turístico que realizan los diferentes tipos de visitantes, sirviendo como insumo para la estimación del impacto económico de la actividad.

### 2.2.3 Subsistema Impacto Económico

Tanto por su amplio eslabonamiento productivo, que estimula la dinamización de la matriz económica de los destinos, como por su capacidad para la promoción de ingresos de divisas y la redistribución de la riqueza nacional y, en su condición de actividad de servicios, importante generadora de empleo, el estudio del impacto del turismo en la economía provincial resulta fundamental para la determinación de políticas públicas activas que promuevan el desarrollo económico local.

#### 2.2.4 Subsistema Estudios Especiales

Adicionalmente, el OETuSC deberá desarrollar sus capacidades para llevar adelante y colaborar en la realización de estudios específicos sobre productos y segmentos turísticos de interés para la provincia, investigaciones de mercado, de expectativas e intereses y sobre nivel de satisfacción de los visitantes, entre otros.

### 2.3 Indicadores

Cada subsistema deberá contar con un set de indicadores principales para medir el desempeño y evolución de las dimensiones de análisis.

#### 2.3.1 Indicadores de Oferta Turística

Para estudiar y analizar las características y evolución de la oferta turística en la provincia de Santa Cruz, se consideran las siguientes variables a relevar:

- **Cantidad de prestadores turísticos:** según su rama de actividad (alojamiento, gastronomía, agencias de viajes, excursiones, transporte, alquiler de autos, organizadores profesionales de congresos, guías de turismo) y su distribución geográfica (a nivel destino)
- **Tasa de ocupación en alojamientos turísticos:** indicador de nivel de actividad de una de las principales ramas características del turismo.

- **Cantidad de turistas alojados:** se trata de los turistas alojados en los establecimientos hoteleros y para-hoteleros como una dimensión de aproximación a los arribos turísticos totales a la provincia. Quedan excluidos los turistas que se alojan en viviendas propias o de terceros.
- **Pernoctaciones:** como el número de noches que cada viajero permanece alojado, fuera de su lugar de residencia habitual, en el lugar visitado.
- **Tasa de función turística:** relación entre la cantidad de plazas disponibles y la población local, como un indicador de la importancia del turismo como actividad económica en los municipios de la provincia.
- **Estadía promedio:** definida como el total de pernoctaciones de los turistas por la cantidad de turistas hospedados.
- **Cantidad de servicios aéreos y pasajeros transportados:** indicador de nivel de actividad del transporte aerocomercial en la provincia.
- **Cantidad de visitantes a las áreas protegidas:** indicador de nivel de actividad en las áreas naturales protegidas en la provincia.

### 2.3.2 Indicadores de Demanda Turística

- **Estadía promedio:** definida como el total de pernoctaciones por la cantidad de turistas.
- **Lugar de residencia:** el concepto de residencia permite la clasificación de los visitantes de conformidad con su lugar de origen.
- **Motivo principal de viaje:** motivo que determina la realización del viaje. Se habla de motivo principal porque es frecuente encontrar situaciones en las que se combinan más de un motivo: ocio y negocios, visita a familiares y estudio, etc.
- **Actividades realizadas:** visitas a museos, caminatas y otras actividades relevantes para el destino.
- **Atractivos visitados:** puntos turísticos de interés



- **Tipo de alojamiento utilizado:** en general, los visitantes que pernoctan requieren algún tipo de alojamiento en el que pasar la noche, y el alojamiento representa con frecuencia una parte importante de sus gastos totales de viaje.
- **Medio de arribo:** hace referencia al medio de transporte principal utilizado por el turista durante su viaje a la provincia.
- **Tamaño de grupo de viaje:** el grupo de viaje está constituido por los turistas que se desplazan juntos durante la totalidad o parte del viaje y pagan la mayoría de sus gastos de viaje con cargo a su presupuesto común. Normalmente se compone de individuos pertenecientes a una sola familia.
- **Gasto promedio diario:** resulta del cociente entre el gasto total y el número de noches realizadas por el grupo de viaje durante su estadía en la provincia. El gasto total comprende todo gasto de consumo de bienes y servicios efectuado por un turista o por cuenta de un turista durante su estadía en el lugar visitado. Excluye el valor del transporte internacional, pero incluye el valor del transporte dentro del país visitado.
- **Cantidad de ingresos por pasos fronterizos:** indicador de la cantidad de personas que ingresan por los pasos fronterizos de la provincia con la República de Chile.

### 2.3.3 Indicadores de Impacto económico

- **Gasto total turístico:** se puede calcular mediante la encuesta de demanda.
- **Participación del turismo en el PBG Provincial** (actualmente no se dispone de información para Santa Cruz).
- **Facturación bruta del total de prestadores:** este dato podría obtenerse mediante convenios con el ente recaudador provincial.
- **Empleo turístico:** mediante el método de coeficientes turísticos y el PBG por rama de actividad. Actualmente no se dispone de este dato.

- **Empleo en ramas características del turismo:** mediante información del SIPA.

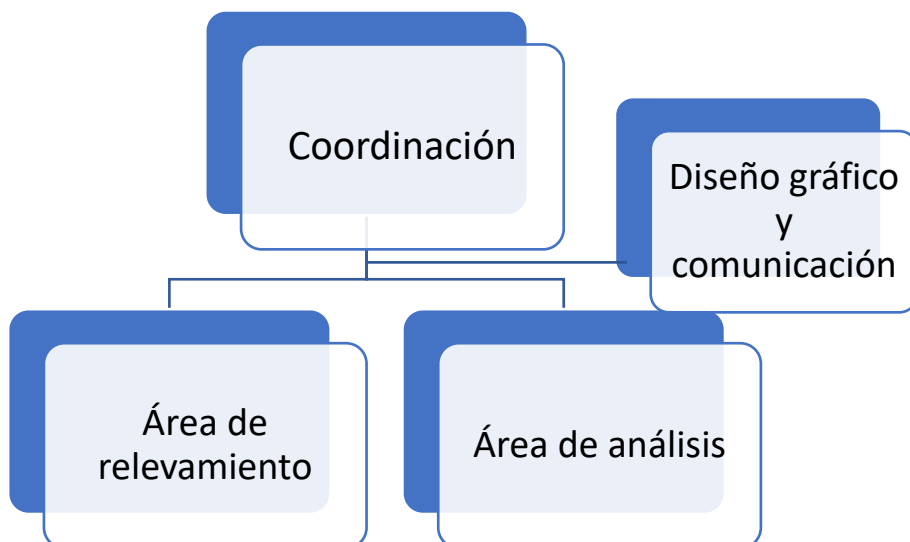
#### 2.3.4 Indicadores de Estudios Especiales

En este subsistema se encuentran el estudio de Turismo de Reuniones y la caracterización de los asistentes a los centros de informes. Interesa conocer:

- **Cantidad de reuniones identificadas**
- **Tipo de reuniones identificadas:** Congresos y Convenciones, Ferias y Exposiciones, Eventos Deportivos Internacionales, Incentivos.
- **Cantidad de asistentes a reuniones** (residentes nacionales, locales , extranjeros)
- **Perfil de los asistentes:** lugar de residencia habitual, medio de transporte, tamaño de grupo, medios de información, forma de contratación del viaje.
- **Gasto promedio y gasto total de los asistentes**
- **Nivel de satisfacción de los turistas en los centros de informes**

## 2.4 Estructura organizacional

La estructura recomendada para el OETuSC es la siguiente:



- **La coordinación:** el coordinador es quien tiene la visión global del desempeño del OETuSC y los integrantes del sistema y coordina las tareas de todos los participantes. Es quien establece y mantiene los vínculos con las AMT, el sector privado turístico provincial y los organismos nacionales y provinciales. Es el responsable final de elaborar el informe final con tabulados y gráficos.
- **El área de relevamiento:** el supervisor coordina, dirige, y controla el trabajo de campo, reportando su trabajo al Coordinador. Es el encargado de la planificación, puesta en marcha y seguimiento de los operativos. Debe hacer un seguimiento continuo del desarrollo de las actividades en campo. Será responsable también de recolectar la información proveniente de fuentes secundarias. Tanto el supervisor como el coordinador deben ser los encargados de responder las dudas de los municipios en cuanto a la operatividad del trabajo de campo y las capacitaciones pertinentes para llevarlo a cabo con éxito (incluyendo la capacitación de los encuestadores y de los equipos técnicos locales).
- **El área de análisis:** integrada por, al menos, 2 analistas cuya función específica será el procesamiento y análisis de la información capturada. Los

analistas deberán tener conocimiento de Estadística, en particular estadística descriptiva, y perfil cuantitativo. Deberán recibir capacitación en el uso de STATA o SPSS y en indicadores propios de la actividad turística. Concretamente, serán los encargados de:

- recibir los datos producidos por los operativos o recolectados de fuentes secundarias;
  - generar y administrar las bases de datos;
  - procesar los datos, hacer las imputaciones que se consideren necesarias para los datos faltantes y calcular los ponderadores;
  - mantener actualizadas las muestras de los diferentes operativos;
  - generar los informes;
  - hacer el seguimiento de las tareas de los referentes municipales. En este sentido trabajan junto con el supervisor. Los analistas deben seguir la carga de datos que hacen los encuestadores en función de lo reportado por los referentes municipales, encuesta por encuesta, desde el primer momento. Así podrán detectar rápidamente datos extraños que pueden ser corroborados o corregidos con ayuda del referente o encuestador. El objetivo es disminuir la cantidad de errores del operativo. En este sentido, la tarea de análisis es continua y paralela al operativo de campo. En el momento en que el analista toma contacto con los datos relevados por el encuestador debe revisar la consistencia de los datos.
- **Diseño y comunicación:** se recomienda un especialista en diseño gráfico para la elaboración de los informes, infografías, reportes y toda aquella herramienta de comunicación que permita difundir las estadísticas producidas por el OETuSC. A su vez será el encargado de la comunicación vía redes sociales y del diseño del micrositio web que se desarrollará más adelante. Esta persona puede ser un consultor externo que trabaje a demanda del observatorio

### 3 SISTEMA ESTADÍSTICO DEL OETuSC

De acuerdo al planteo de centralización metodológica y descentralización operativa, el procesamiento de la información recolectada será tarea únicamente del OETuSC, el cual recopilará la misma inicialmente en planillas Excel, hasta tanto se desarrolle un sistema web de base de datos como repositorio único para la carga descentralizada de la información, y generará una base usuaria en formato “SPSS” o “STATA” (ambos son software especializado para procesamiento de información estadística) que quedará luego al alcance de todos los municipios interesados. Desde dichos software se puede exportar la base usuaria en formato Excel para aquellos municipios que lo soliciten. Cabe destacar que se recomienda el uso de un software estadístico dado que facilitan el procesamiento de las variables y el cálculo de los estadísticos descriptivos (media, proporción, etc). Esto es especialmente cierto a medida que aumentan la cantidad de casos considerados y la cantidad de variables.

Respecto del software, el STATA se caracteriza por facilitar el cálculo de nuevas variables, hacer imputaciones, correcciones y todo lo referente al procesamiento de variables. El SPSS tiene la ventaja de hacer buenos tabulados permitiendo cruzar 3 o más variables en una misma tabla. Respecto de los gráficos, se considera que el Excel sigue siendo el software que provee gráficos estéticamente superiores y son fáciles de realizar.

Respecto de la carga de datos, como se mencionó precedentemente, el uso de planillas Excel para la recolección de la información será así hasta tanto se desarrolle un sistema web de base de datos como repositorio único para la carga descentralizada de la misma.

El OETuSC se comprometerá a entregar informes de resultados según un calendario previamente establecido y pondrá a disposición de las AMT la denominada base usuaria con la información recabada localmente.



### 3.1 Monitoreo de la Oferta de Servicios Turísticos

- **Objetivo:** llevar un registro actualizado de los establecimientos que brindan servicios turísticos según el criterio de la OMT de ramas características del turismo.
- **Modalidad de medición:** relevamiento continuo.
- **Periodicidad del relevamiento:** al producirse cambios en padrones municipales.
- **Cobertura geográfica:** municipios de la provincia de Santa Cruz.
- **Instrumento de medición:** formulario único digital.
- **Estructura de relevamiento:** El OETuSC tendrá el registro en un formato estandarizado para toda la provincia. Los municipios serán los responsables de brindar la información periódicamente.
- **Observaciones generales:** Este registro servirá de marco muestral para la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos y para las encuestas que se deseen realizar en el futuro. Los municipios serán los responsables de brindar la información periódicamente (informando cuando se produzcan cambios en dichos padrones) y el OETuSC tendrá el registro en un formato estandarizado para toda la provincia.

La oferta de servicios turísticos está conformada por las siguientes actividades:

- Alojamientos
- Gastronomía
- Agencias de viajes
- Transporte público
- Alquiler de autos
- Prestadores de actividades
- Guías de turismo

- Cultura y recreación

- **Variables a relevar:**

Las variables comunes de los padrones son:

- Nombre comercial
- Razón social
- Dirección
- Localidad
- Año de inicio de actividades

Las variables específicas de cada uno son:

- Alojamientos
  - Tipo
  - Categoría
  - Habitaciones/Unidades
  - Plazas
  - Período de operación
- Gastronomía
  - Tipo
  - Cubiertos
  - Período de operación
- Agencias de viajes
  - Categoría
  - Servicios comercializados
  - Número de Legajos
- Prestadores de actividades
  - Servicios ofrecidos
- Cultura y recreación
  - Tipo
  - Capacidad

### 3.2 Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos

- **Objetivo:** conocer el nivel de actividad de los alojamientos hoteleros y para-hoteleros.
- **Período de referencia:** mensual o días de fines de semana.
- **Modalidad de medición:** se implementará un relevamiento de forma continua. Las mediciones continuas se realizan sistemática e ininterrumpidamente y suelen tener una cobertura total a lo largo de un año, independientemente de la periodicidad de los relevamientos (diario, semanal, quincenal, mensual, etc.).
- **Periodicidad del relevamiento:** semanal y periódicamente luego de un fin de semana largo. El relevamiento puede realizarse dos días a la semana, por ejemplo. Los encuestadores indagarán por todos los días de la semana anterior. Para los fines de semana largo, se recomienda un relevamiento diario a fin de tener toda la información disponible inmediatamente.
- **Cobertura geográfica:** provincia de Santa Cruz, mediante la implementación de una muestra de unidades representativas, se intentará alcanzar todas las localidades.
- **Unidad de análisis:** el establecimiento de alojamiento turístico.
- **Unidad de relevamiento:** el establecimiento de alojamiento turístico.
- **Indicadores a estimar:**
  - total de pernoctaciones,
  - turistas alojados,
  - estadía promedio
  - tasa de ocupación hotelera en plazas,
  - personal ocupado

- **Diseño muestral:** a partir de un marco muestral apropiado, compuesto por el universo de alojamientos existentes en cada localidad, se hará un diseño muestral por conglomerados, con probabilidad de inclusión proporcional al tamaño y método de selección sistemático de Madow. Esta metodología es acorde a las recomendaciones del trabajo de Armonización de las estadísticas en Turismo de la Secretaría de Turismo de la Nación. De esta forma se contempla la representatividad muestral de los conglomerados (localidades) respecto de la provincia y la inclusión de los puntos turísticos con mayor afluencia y relevancia. Cabe mencionar que la AMT de cada localidad será la responsable de proveer el marco muestral y los analistas del OETuSC deberán actualizarlo regularmente.
- **Instrumento de medición:** formulario único digital con formato tabla. Se sugiere empezar con un formulario donde no se discrimine el origen del pasajero. Habrá una planilla para los operativos de fines de semana largo y otra para el relevamiento mensual. A medida que se genere “cultura estadística” entre los hoteles informantes, se incorporará la distinción entre pasajeros residentes en la provincia de Santa Cruz, en el resto de Argentina y en el extranjero. La planilla de relevamiento que deberá ser llenada por el encuestador tendrá un formato similar a este, dependiendo si el operativo es el de Fin de semana largo o si es el operativo mensual.

*Tabla 1. Planilla de relevamiento inicial.*

Código	Localidad	Nombre del Establecimiento	Tipo	Cantidad de Habitaciones/unidades		Cantidad de Plazas		Pasajeros			
				Disponibles	Ocupadas	Disponibles	Ocupadas	Ingresados		Egresados	
								Residente en Argentina	No residentes	Residente en Argentina	No residentes
001	Río Gallego	XX YY	Hotel								
002	Río Gallego	XX YY	Hostel								
003	Río Gallego	XX YY	Apart Hotel								

Nota: el ingreso y egreso de pasajeros se indaga día por día.

*Tabla 2. Planilla de relevamiento discriminando el lugar de residencia habitual de los pasajeros.*

Código	Localidad	Nombre del Establecimiento	Tipo	Cantidad de Habitaciones/unidades		Cantidad de Plazas		Pasajeros					
				Disponibles	Ocupadas	Disponibles	Ocupadas	Ingresados			Egresados		
								Residentes en Santa Cruz	Residente en Argentina	No residentes	Residentes en Santa Cruz	Residente en Argentina	No residentes
001	Rio Gallego	XX YY	Hotel										
002	Rio Gallego	XX YY	Hostel										
003	Rio Gallego	XX YY	Apart Hotel										

Nota: el ingreso y egreso de pasajeros se indaga día por día.

*Tabla 3. Planilla de relevamiento discriminando el lugar de residencia habitual de los pasajeros y personal ocupado*

Código	Localidad	Nombre del Establecimiento	Tipo	Cantida de empleados	Cantidad de Habitaciones/unidades		Cantidad de Plazas		Pasajeros					
					Disponibles	Ocupadas	Disponibles	Ocupadas	Ingresados			Egresados		
									Residentes en Santa Cruz	Residente en resto de Argentina	No residentes	Residentes en Santa Cruz	Residente en resto de Argentina	No residentes
001	Rio Gallego	XX YY	Hotel											
002	Rio Gallego	XX YY	Hostel											
003	Rio Gallego	XX YY	Apart Hotel											

Nota: el ingreso y egreso de pasajeros se indaga día por día.

- **Estructura de relevamiento:** el OETuSC es el encargado de coordinar el operativo y fijar una única metodología para luego descentralizar la ejecución del mismo en las localidades participantes. Los municipios se encargarán de relevar telefónicamente la información de los alojamientos seleccionados en la muestra, para plasmarla en el formulario único digital mencionado anteriormente. Se sugiere un primer contacto personal para presentar el OETuSC, el trabajo conjunto al organismo municipal y explicar en qué consiste el relevamiento. En ese contacto personal se adjuntará una carta de presentación firmada por la autoridad competente.
- **Carga de datos:** el formulario será completado por los agentes municipales responsables de recolección de información, en base a los datos que se releven telefónicamente en cada uno de los establecimientos seleccionados. Luego, el OETuSC será el encargado de crear, consistir y procesar la base de datos.
- **Observaciones generales:** la metodología será pautada por el observatorio tanto para el diseño muestral como para la ejecución de las entrevistas y la



forma en la carga de los datos. Es decir, el observatorio fijará una metodología clara y uniforme con el fin de que el operativo se realice de igual manera en todas las localidades. Esto permitirá obtener resultados comparables y minimizará los errores a la hora de consolidar las planillas.

Para resguardar las pautas y recomendaciones acerca de la armonización de las estadísticas a nivel nacional, provincial y municipal, se tienen en cuenta las principales variables investigadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) y que se analizarán a la hora de la elaboración de los informes en la provincia de Santa Cruz: personal ocupado, habitaciones o unidades y plazas disponibles, entrada de viajeros según lugar de residencia habitual (de ser posible esta distinción), habitaciones o unidades y plazas ocupadas.

El operativo nacional del INDEC, se inició en el año 2004 en 17 localidades y durante el 2005 se realizó en 39 localidades que permitieron cubrir las diferentes regiones turísticas del país. En el 2006, la muestra se amplió a 44 localidades. En el caso de Santa Cruz, sólo permite obtener resultados a nivel local para la ciudad de Río Gallego y Calafate. El aporte del OETuSC será brindar estimaciones a nivel provincial. Es importante mencionar que el INDEC no suele poner a disposición de otros organismos la base de datos que genera con sus operativos. Por este motivo es necesario que el OETuSC releve su propia información sobre la ocupación en alojamientos en Río Gallego y Calafate si desea tener información estadística en tiempo y forma.

- **Elaboración de informes:** una vez que el observatorio haya finalizado con la creación de la base de datos, se procederá a la elaboración de los informes que serán con periodicidad mensual y luego de cada fin de semana largo. Se creará adicionalmente un informe anual que será el que reúna y compare la información publicada mes a mes.

### 3.2.1 Diseño muestral

Un requisito fundamental en el relevamiento propuesto es contar con un listado de alojamientos o padrón, que contenga la **totalidad de los alojamientos habilitados por los municipios**. Todos los establecimientos habilitados comercialmente a nivel municipal deberán ser registrados en los padrones del OETuSC. La centralización de datos producidos por los municipios permite optimizar el alcance de la cobertura y lograr, en consecuencia, mayor representatividad en los estimadores resultantes.

Debido a la amplitud de la población bajo estudio, se deberá optar por la implementación de procedimientos de selección muestral. En este tipo de estudios, el padrón descripto operará como el marco muestral desde el cual se seleccionarán los establecimientos que conformarán la muestra relevada. Es aquí donde radica la importancia de su completitud y actualización permanente.

Los procedimientos de actualización también contribuyen a ampliar la cobertura de los padrones y, por lo tanto, de los relevamientos o encuestas de alojamiento turístico. Esto supone en primer lugar, el registro permanente de altas y bajas de los establecimientos o lugares de alojamiento y que cada una de estas situaciones sea fácil de detectar e interpretar en los registros. Lo recomendable sería **no eximir** del padrón aquellos locales dados de baja, sino destacar la situación. De este modo, se podrá apreciar a lo largo del tiempo la evolución del listado.

En segundo lugar, se deberá detallar la **cantidad de habitaciones y plazas** con que cuenta el alojamiento, la disponibilidad. Debe considerarse que esta variable, podrá variar a lo largo del año en función de la demanda potencial. En vistas a mantener un registro estadístico óptimo, es necesaria la actualización permanente.

Por este motivo es que se decide incluir el punto referido a cantidad de plazas disponibles en el formulario de la encuesta. La medición de estas variables en el relevamiento podría ser útil, con el doble propósito de:

1. contar con información actualizada al momento de realizar las estimaciones: las plazas y habitaciones disponibles del período analizado puede diferir respecto a la del padrón, debido a cierres temporarios o definitivos de

establecimientos, o clausura temporaria o definitiva de habitaciones (con la consecuente reducción de plazas);

2. corregir posibles inconsistencias o actualizar la información del padrón de alojamientos.

Esto permitirá el control y la actualización permanente de las bases y generará indicadores de mejor calidad. Padrones actualizados, garantizan universos completos y muestras acordes a la población de que la que son extraídas, y por lo tanto, resultados con mayor robustez y representatividad.

Finalmente, es necesario incorporar características que permitan diferenciar cada elemento. Lo más recomendable es la especificación de la **clase**, la **categoría** y la **ubicación** de cada uno, para permitir obtener una muestra que refleje la variabilidad y diversidad de la población total mediante la conformación de estratos.

Se realizará un estudio por muestreo, en tanto, debe tenerse presente que una muestra es un conjunto de unidades a partir de la cual se pretenden realizar inferencias sobre la población de origen. Por lo tanto, no cualquier subgrupo de la población podrá constituir una muestra cuyos resultados sean extrapolables a la totalidad de la población objeto.

Si bien una primera impresión podría apreciar al censo como la opción más viable y sencilla, el mismo, además de sus implicancias en términos de costo y tiempo, puede ocasionar una serie de situaciones que podrían evitarse con una muestra. Por ejemplo, debido a la magnitud de un operativo censal, es probable que quienes ejecutan el relevamiento resignen calidad en las respuestas o en la forma de relevar en pos de terminar en el tiempo previsto el trabajo de campo. Este tipo de error es menos factible de presentarse en una encuesta por muestreo donde, si bien el resultado tendrá asociado un margen de error estadístico (conocido), la menor cantidad de casos a cubrir hace posible una mayor calidad en el registro de los datos. Por su parte, una muestra puede llevar implícito el riesgo de obtener resultados que no reflejen el comportamiento de la población. Sin embargo, si la muestra ha sido seleccionada con criterios estadísticos, será posible estimar el margen de error y el nivel de confianza de las estimaciones.

Existen distintos tipos de muestreo. Un primer criterio de clasificación los distingue en probabilísticos y no probabilísticos. En el primer tipo de muestreo se tiene

conocimiento de cada una de las unidades que conforman la población bajo estudio (y de la que se extraerá la muestra), ya que se dispone de algún documento u otro tipo de material que da cuenta de la misma. A su vez, al conocer a todas las unidades que conforman la población, también se conoce la probabilidad de cada una de ellas de ser seleccionadas para formar parte de la muestra.

A diferencia del muestreo no probabilístico, las muestras probabilísticas son aquellas en las que:

- todos los elementos de la población **tienen alguna probabilidad** de ser seleccionados, siendo dicha probabilidad distinta a cero,
- las probabilidades son **conocidas** de antemano, es decir, previo al sorteo de las unidades que finalmente compondrán la muestra.

En este tipo de muestras, la selección de los elementos que la integrarán sigue un procedimiento **aleatorio**, es decir, sin intervención de la subjetividad del investigador.

Cabe mencionar que únicamente las muestras probabilísticas son las que hacen posible la **inferencia estadística**, esto es, que los resultados obtenidos sean extrapolables a la población objeto de estudio, ya que permiten conocer el nivel de confianza y la precisión de esas estimaciones.

Como se mencionó anteriormente, para la Encuesta de Alojamiento se prevé un **muestreo probabilístico por conglomerados**, con probabilidad de inclusión proporcional al tamaño y selección sistemática por Método de Madow. Esta metodología es acorde a las recomendaciones del trabajo de Armonización de las estadísticas en Turismo de la Secretaría de Turismo de la Nación. De esta forma se contempla la representatividad muestral de los conglomerados (localidades) respecto de la provincia y la inclusión de los puntos turísticos con mayor afluencia y relevancia. Cabe mencionar que la AMT de cada localidad será la responsable de proveer el marco muestral y los analistas del OETuSC deberán actualizarla regularmente.

El muestreo por conglomerados es una técnica que aprovecha la existencia de grupos o conglomerados en la población que representan correctamente el total de la población en relación a la característica que queremos medir. Dicho de otro modo, estos grupos contienen toda la variabilidad de la población. Si esto sucede, podemos seleccionar únicamente algunos de estos conglomerados para realizar el estudio.

El primer paso para aplicar esta técnica es definir los conglomerados, en este caso serán las localidades de la Provincia de Santa Cruz. Se trata de identificar una característica que permita dividir la población en grupos disjuntos (sin solapamiento) y exhaustiva (todas las unidades deben estar en un grupo), de tal manera que los grupos no difieran entre sí en relación con aquello que queremos medir.

A continuación, se presenta un ejemplo concreto de cómo seleccionar los hoteles a encuestar considerando una probabilidad de inclusión proporcional al tamaño (de tal forma que los hoteles grandes sean de inclusión forzosa y haciendo una selección aleatoria entre los hoteles pequeños).

Se supone un universo de 28 alojamientos, sobre el cual se diseñará una muestra compuesta por 20 alojamientos<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Este es un ejemplo ilustrativo. En caso de tener un tamaño muestral superior al 50% de la población, se recomienda encuestar a todos los establecimientos, a menos que existan restricciones presupuestarias.



## ETAPA 1:

1. Ordenar los casos por la variable cantidad de plazas
2. Calcular la participación de las plazas de cada establecimiento en el total (Tamaño relativo, TR)
3. Multiplicar esa participación por el  $n = 20$ . Cuando el resultado sea mayor o igual a 1 ese establecimiento será de inclusión forzosa. En este caso, son seleccionados 7 establecimientos.

*Tabla 3 Procedimiento de selección. Etapa 1.*

HOTEL	Plazas	Tamaño relativo (TR)	Probabilidad de inclusión (PI)=TR * n
A	11	0.008	0.168
B	12	0.009	0.183
C	12	0.009	0.183
D	14	0.011	0.214
E	14	0.011	0.214
F	18	0.014	0.275
G	18	0.014	0.275
H	22	0.017	0.336
I	23	0.018	0.351
J	25	0.019	0.382
K	25	0.019	0.382
L	30	0.023	0.458
M	35	0.027	0.534
N	36	0.027	0.550
O	38	0.029	0.580
P	38	0.029	0.580
Q	45	0.034	0.687
R	46	0.035	0.702
S	53	0.040	0.809
T	54	0.041	0.824
U	66	0.050	1.008
V	69	0.053	1.053
W	70	0.053	1.069
X	90	0.069	1.374
Y	115	0.088	1.756
Z	163	0.124	2.489
AA	168	0.128	2.565
Total	1310		

## ETAPA 2

4. Entre los establecimientos que no fueron seleccionados en la etapa 1, repetir la operación en los pasos 1 a 3, tomando ahora como tamaño muestral 13.
5. Repetir ese procedimiento hasta que la participación en las plazas multiplicado por el tamaño de la muestra de menor a 1 en todos los casos. En el ejemplo, en una tercera etapa todas las probabilidades quedan menores a 1.
6. Faltan seleccionar 9 hoteles entre los pequeños. Para eso se hará un muestreo aleatorio con método de selección de Madow.

*Tabla 4 Procedimiento de selección antes de utilizar método de selección de Madow.*

HOTEL	Plazas	Tamaño relativo (TR)	Probabilidad de inclusión (PI)=TR * n	TR 2	PI 2=TR2 * n2	TR 3	PI 3 = TR3*n3
A	11	0.008	0.168	0.019	0.251	0.030	0.267
B	12	0.009	0.183	0.021	0.274	0.032	0.291
C	12	0.009	0.183	0.021	0.274	0.032	0.291
D	14	0.011	0.214	0.025	0.320	0.038	0.340
E	14	0.011	0.214	0.025	0.320	0.038	0.340
F	18	0.014	0.275	0.032	0.411	0.049	0.437
G	18	0.014	0.275	0.032	0.411	0.049	0.437
H	22	0.017	0.336	0.039	0.503	0.059	0.534
I	23	0.018	0.351	0.040	0.525	0.062	0.558
J	25	0.019	0.382	0.044	0.571	0.067	0.606
K	25	0.019	0.382	0.044	0.571	0.067	0.606
L	30	0.023	0.458	0.053	0.685	0.081	0.728
M	35	0.027	0.534	0.062	0.800	0.094	0.849
N	36	0.027	0.550	0.063	0.822	0.097	0.873
O	38	0.029	0.580	0.067	0.868	0.102	0.922
P	38	0.029	0.580	0.067	0.868	0.102	0.922
Q	45	0.034	0.687	0.079	1.028		
R	46	0.035	0.702	0.081	1.051		
S	53	0.040	0.809	0.093	1.211		
T	54	0.041	0.824	0.095	1.234		
U	66	0.050	1.008				
V	69	0.053	1.053				
W	70	0.053	1.069				
X	90	0.069	1.374				
Y	115	0.088	1.756				
Z	163	0.124	2.489				
AA	168	0.128	2.565				
Total	1310						

### ETAPA 3:

7. Calcular la suma acumulada de las PI3 (celda anterior más celda actual de la columna PI3).
8. Generar un número aleatorio con la función de Excel ALEAT<sup>2</sup>. Cortar y pegar ese número en la misma celda para dejarlo fijo. En este caso 0,4834208.
9. Restar a la columna Sk el número aleatorio (*columna Sk - E*). En el ejemplo, se observa que al inicio también se hace la resta y queda un número negativo.
10. Se seleccionan los hoteles que, en la *columna SK - E*, contengan un número entero al pasar de la celda anterior (superior) a la actual.

*Tabla 5 Método de selección de Madow.*

HOTEL	TR 3	PI 3 = TR3*n3	Suma acumulada de PI3 (Sk)	Sk -E	Hotel seleccionado
				0.4834208	
A	0.030	0.267	0.267	-0.217	
B	0.032	0.291	0.558	0.075	1
C	0.032	0.291	0.849	0.366	
D	0.038	0.340	1.189	0.705	
E	0.038	0.340	1.528	1.045	1
F	0.049	0.437	1.965	1.482	
G	0.049	0.437	2.402	1.918	
H	0.059	0.534	2.935	2.452	1
I	0.062	0.558	3.493	3.010	1
J	0.067	0.606	4.100	3.616	
K	0.067	0.606	4.706	4.223	1
L	0.081	0.728	5.434	4.951	
M	0.094	0.849	6.283	5.800	1
N	0.097	0.873	7.156	6.673	1
O	0.102	0.922	8.078	7.595	1
P	0.102	0.922	9.000	8.517	1

<sup>2</sup> Nos entrega un número aleatorio entre 0 y 1.

### 3.2.2 Recolección y validación de los instrumentos de recolección.

En el caso de los relevamientos de alojamientos turísticos, las variables a ser relevadas son:

- Habitaciones/unidades disponibles y ocupadas
- Plazas disponibles y ocupadas
- Cantidad de viajeros ingresados o cantidad de nuevos viajeros alojados
- Cantidad de viajeros egresados

El observatorio es el encargado de coordinar el operativo y fijar una única metodología para luego descentralizar la ejecución del mismo en las localidades participantes. Los municipios se encargarán de relevar telefónicamente la información de los alojamientos seleccionados en la muestra, para plasmarla en el formulario único digital mencionado anteriormente. Para esto, será necesaria la capacitación de cada una de aquellas personas que participarán del operativo.

Se realizará un primer contacto personal para presentar el Observatorio, el trabajo conjunto al organismo municipal y explicar en qué consiste el relevamiento. En ese contacto personal se adjuntará una carta de presentación firmada por la autoridad competente.

**La carga de datos** implicará la implementación de un formulario único establecido previamente por Observatorio. El formulario será completado por los agentes municipales responsables de recolección de información, en base a los datos que se releven telefónicamente en cada uno de los establecimientos seleccionados. Luego, la planilla podrá ser exportada a la plataforma web del observatorio. Habrá una planilla Excel por cada municipio. Eventualmente la carga de la información podrá hacerse directamente en la plataforma web.

Tabla 6. Planilla de relevamiento inicial.

Código	Localidad	Nombre del Establecimiento	Tipo	Cantidad de Habitaciones/unidades		Cantidad de Plazas		Pasajeros			
				Disponibles	Ocupadas	Disponibles	Ocupadas	Ingresados		Egresados	
								Residente en Argentina	No residentes	Residente en Argentina	No residentes
001	Río Gallego	XX YY	Hotel								
002	Río Gallego	XX YY	Hostel								
003	Río Gallego	XX YY	Apart Hotel								

Nota: el ingreso y egreso de pasajeros se indaga día por día.

Debe definirse el día de referencia para el relevamiento del primer cuerpo de la planilla: debemos establecer si se recabará información de todos los días previos al relevamiento o de algún día específico.

También es importante aclarar que los días de recolección seleccionados deberán ser representativos del resto de los días de la semana. Esto supone un análisis previo a su definición, no es azaroso.

Por este motivo, se define considerar como momento de referencia el primer día de la semana relevada. Esto permitirá que, cuando se trate de fines de semana largo, se incluya el personal que podría contratarse a fines de cubrir las necesidades temporales que pueden surgir.

Al momento de la indagación a cada unidad seleccionada, deben tenerse en consideración que la **cantidad de plazas ocupadas** debe ser relevada en términos de cantidades y evitar la indagación respecto de porcentajes, para minimizar los márgenes de error. Cuánto más concreta y objetiva sea la pregunta, mayor será la calidad de la información obtenida.

Cabe aclarar que en establecimientos no hoteleros como complejos de cabañas, complejos de departamentos y campings, ya no se mide la ocupación y disponibilidad en habitaciones, sino en la misma unidad, por ejemplo, en los complejos de cabañas, la unidad es la misma cabaña.

Respecto de la cantidad de **habitaciones, unidades o plazas disponibles**, si bien esta información podría estar incluida en el padrón de alojamientos turísticos, la medición de estas variables, en el relevamiento, puede ser útil para contar con información actualizada al momento de realizar las estimaciones. También permitirá

corregir posibles inconsistencias o actualizar la información del padrón de alojamientos.

La variable **cantidad de viajeros ingresados o cantidad de nuevos viajeros alojados**, permite realizar una aproximación a la estimación de la cantidad de turistas en el destino. Al momento de indagar, una vez más, la pregunta debe ser clara y concreta y hacer referencia explícita a la contabilización de los nuevos viajeros en el período de referencia, para evitar la confusión con la cantidad total de viajeros alojados. En este caso, se estaría duplicando, computando más de una vez a algunos turistas. Por este motivo la planilla propuesta contabiliza los ingresos y egresos.

En una segunda etapa, una vez que se cuenta con una cultura estadística apropiada, se incorporarán al relevamiento nuevas preguntas que permitan una mayor desagregación

- Lugar de residencia de los viajeros alojados: Santa Cruz, resto de Argentina, extranjero

*Tabla 7. Planilla de relevamiento discriminando el lugar de residencia habitual de los pasajeros.*

Código	Localidad	Nombre del Establecimiento	Tipo	Cantidad de Habitaciones/unidades		Cantidad de Plazas		Pasajeros					
				Disponibles	Ocupadas	Disponibles	Ocupadas	Ingresados			Egresados		
								Residentes en Santa Cruz	Residente en resto de Argentina	No residentes	Residentes en Santa Cruz	Residente en resto de Argentina	No residentes
001	Rio Gallego	XX YY	Hotel										

- Cantidad de personal ocupado en el alojamiento

*Tabla 8 Planilla de relevamiento discriminando el lugar de residencia habitual de los pasajeros y personal ocupado*

Código	Localidad	Nombre del Establecimiento	Tipo	Cantidad de empleados	Cantidad de Habitaciones/unidades		Cantidad de Plazas		Pasajeros					
					Disponibles	Ocupadas	Disponibles	Ocupadas	Ingresados			Egresados		
									Residentes en Santa Cruz	Residente en resto de Argentina	No residentes	Residentes en Santa Cruz	Residente en resto de Argentina	No residentes
001	Rio Gallego	XX YY	Hotel											

Nota: el ingreso y egreso de pasajeros se indaga día por día.

Para la realización eficiente del operativo es importante que cada uno de los responsables de indagar a las unidades seleccionadas, conozca con precisión cada una de las variables bajo análisis.

- Establecimientos hoteleros: son aquellos categorizados como hotel 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas, apart-hotel y hotel sindical.

- Establecimientos para-hoteleros: albergue, bed&breakfast, hostel, cabaña, bungalow, hospedajes, hosterías, establecimiento rural, residenciales, camping, etc.
- Habitación / Unidad: se considera habitación a todo cuarto o espacio amoblado ofrecido por un hotel, hostería, hospedaje o residencial, por un cierto precio por noche. Se consideran unidades los departamentos, cabañas o bungalows equipados que un establecimiento ofrece, otorgándole además algunos de los servicios de la hotelería.
- Habitaciones / Unidades disponibles: las habitaciones o unidades disponibles en el mes se obtienen multiplicando las habitaciones o unidades disponibles por la cantidad de días que estuvo abierto el establecimiento en el mes. No se incluyen las habitaciones o unidades correspondientes a los establecimientos que cierran en forma temporaria durante el período analizado.
- Habitaciones o unidades ocupadas: se refiere al total de habitaciones y/o unidades que hayan sido alquiladas/vendidas en el mes de referencia. Resulta de multiplicar el total de habitaciones ocupadas por la cantidad de noches en que fueron ocupadas las mismas.
- Plazas disponibles: son el número total de camas fijas y supletorias. Una cama matrimonial se contabiliza como 2 plazas. Se obtienen multiplicando las plazas disponibles por la cantidad de días que estuvo abierto el establecimiento en el mes. No se incluyen las plazas correspondientes a los establecimientos que cierran en forma temporaria durante el período analizado.
- Plazas ocupadas: Se refiere al total de noches que cada viajero permaneció en una habitación o unidad. Se obtiene de multiplicar la cantidad de viajeros por la cantidad de noches que cada uno de ellos se haya alojado en el establecimiento

Una vez completado el listado de unidades muestrales seleccionado en cada caso, será enviada al OETuSC que será responsable de la compilación y unificación de la información elevada por cada municipio. La base sólo estará a disposición de este organismo hasta que se considere consistida y en condiciones de ser publicada como base usuaria.

### 3.2.3 Procesamiento y elaboración de la información.

Luego de haber ingresados los casos a la base de datos, es necesario llevar adelante un proceso de validación que implica realizar un análisis de consistencia interna de los datos y de situaciones extrañas o no esperadas en los valores de los datos. Durante la validación pueden detectarse errores y/o advertencias. Un ejemplo de error sería encontrar que la cantidad de plazas ocupadas supere a la cantidad de plazas disponibles. La detección de outliers es relevante, son valores excepcionalmente lejanos del centro: si el promedio de ocupación de un establecimiento es de 30 %, deberíamos verificar la información en caso de que este valor alcanzara el 90%, esto sería atípico. Lo adecuado es volver a contactar al encuestado para solicitarle el dato correcto en el caso de un error o para constatar si lo que surgió como advertencia es un error o una situación que tuvo lugar realmente.

Una vez establecida y consistida la base de datos del Observatorio, se procederá a la construcción de nuevas variables.

La planilla será digitalizada por aquella persona encargada del relevamiento. Se completará una planilla en formato Excel que reproduzca el detalle establecido para los cuestionarios. Cada archivo, será subido a la plataforma web del Observatorio para generar una base de datos única que recopile la información de cada organismo descentralizado.

A partir de allí, se computarán las cantidades, totales y desagregadas por localidad, que refieren a cada una de las variables relevadas a los fines de computar los siguientes valores:

- Porcentaje de ocupación de habitaciones:  $\frac{\text{Habitaciones o unidades ocupadas}}{\text{Habitaciones o unidades disponibles}} * 100$
- Porcentaje de ocupación de plazas:  $\frac{\text{Plazas ocupadas}}{\text{Plazas disponibles}} * 100$
- Estadía promedio: promedio ponderado de las permanencias observadas en los establecimientos pertenecientes a la muestra, calculadas como  $\frac{\text{Plazas ocupadas}}{\text{Cantidad de viajeros}}$ .
- Personal ocupado: comprende al conjunto de personas, remuneradas y no remuneradas, que contribuyen mediante el aporte de su trabajo, a la producción de bienes y servicios en el establecimiento durante el mes que



incluye el período de referencia de la encuesta, aunque trabajen fuera de los locales del mismo.

- **Pernoctaciones:** suma de las plazas ocupadas de todos los establecimientos en un período determinado.

Como se mencionó anteriormente, los formularios serán completados por los agentes municipales responsables de recolección de información, en base a los datos que se relevan en los operativos propuestos.

En principio, la información recolectada será cargada en planillas Excel, hasta tanto se desarrolle un sistema web de base de datos como repositorio único para la carga descentralizada de la información. Luego, el OETuSC será el encargado de recolectar las planillas con el fin de crear, consistir y procesar la base de datos. Los analistas crearán una base de datos en formato SPSS o STATA para analizar consistencias, realizar imputaciones y realizar las estimaciones. Estas operaciones deberán quedar documentadas mediante un archivo de Sintaxis .do en el caso de STATA y .sps en el caso de SPSS. Cabe mencionar que es necesario contar con un software estadístico específico dado que presenta más funciones que son de utilidad para el procesamiento de muchos casos y muchas variables en relación al Excel. Los tabulados pueden exportarse luego a Excel para elaborar gráficos estéticamente más agradables.

Otro procedimiento clave, previo al análisis de los datos, es la construcción de **ponderadores** o, lo que es lo mismo, **factores de expansión**, que tienen una doble función y resultan ineludibles en todo estudio muestral. Por un lado, asignar a los casos relevados el mismo peso que tienen en el universo o población (calibrar). Por otro lado, expandir los resultados obtenidos sobre los casos relevados a todo el universo (factor de expansión inicial).

Veamos un ejemplo del uso de ponderadores cuando se quiere replicar la estructura poblacional:

**Situación:** **Sobre** o **Sub-representación** de los grupos o estratos en los casos relevados (censales o muestrales) en relación a la población bajo estudio.

*Ejemplo: si en la población bajo estudio las plazas de los hoteles de 2 y 3 estrellas tienen una participación del 30%, y en la muestra alcanzan un 20%, esto significa*

*que en la muestra este grupo de establecimientos se encuentra sub-representado (tiene un peso relativo inferior al que presenta en la población).*

**Solución: ponderar.** Devolver a cada grupo o estrato la participación relativa que tenían originalmente en la población bajo estudio.

*Ejemplo: Multiplicar a cada uno de establecimientos de 2 y 3 estrellas relevados por un valor (ponderador), que permita transformar ese 20% muestral en un 30% →  $30\%/20\%=1,5$ .*

*Por tanto, a cada establecimiento de ese estrato hay que multiplicarlo por 1,5 para alcanzar el peso relativo original (30%).*

Veamos un ejemplo de cuando se quiere expandir los resultados de la muestra al total poblacional.

**Situación:** Si el universo contempla 100 establecimientos y se encuesta a 20 de ellos.

**Solución:** los resultados de cada establecimiento relevados deberán multiplicarse por 5 ( $100/20=5$ ) para representar los valores del universo bajo estudio.

- ❖ En el caso de un muestreo estratificado, este coeficiente debe ser calculado para cada estrato.
- ❖ En ejemplo de muestreo, los hoteles que se autorrepresentan tienen un ponderador igual a 1 y los hoteles pequeños tienen un ponderar igual a la inversa de la probabilidad de inclusión.

Una vez finalizado el proceso de validación y contruidos los factores de expansión, se está en condiciones de calcular los indicadores que respondan a los objetivos de investigación.

Cuando el observatorio haya finalizado con la creación de la base de datos, se procederá a la elaboración de los informes que serán con periodicidad mensual y luego de cada fin de semana largo.

Se creará adicionalmente un informe anual que será el que reúna y compare la información publicada mes a mes.

### 3.2.4 Publicación

En cuanto a la elaboración y la difusión de los informes, se llevarán a cabo una vez al mes y luego de los fines de semana largo, de acuerdo a un calendario de publicaciones. Deberá considerarse como período válido de publicación, la tercer semana del mes próximo al período bajo análisis. Luego, se enviará a cada localidad los datos específicos que sean de su interés.

La publicación mensual de la Encuesta de Alojamiento de la provincia de Santa Cruz deberá incluir la información que se detalla a continuación, en base a la publicación realizada por el INDEC, con vistas al resguardo de las pautas de armonización de las estadísticas nacionales:

- Pernotaciones y viajeros hospedados. Total provincial. Mes / Año.
- Habitaciones y plazas disponibles. Total Provincial. Mes / Año.
- Habitaciones y plazas ocupadas. Total Provincial. Mes / Año.
- Tasa de ocupación de plazas mensual. Total Provincial. Mes / Año.
- Pernotaciones y viajeros hospedados. Total Provincial. Mes / Año. Por ejemplo:

		Pernoctaciones		Viajeros	
		Total	Variación i.a	Total	Variación i.a
<b>2017</b>	<b>Total acumulado</b>				
	Enero				
	Febrero				
	Marzo				
	Abril				
	Mayo				
	Junio				
	Julio				
	Agosto				
	Septiembre				
	Octubre				
	Noviembre				
	Diciembre				
<b>2018</b>	<b>Total acumulado</b>				
	Enero				
	Febrero				
	Marzo				

- Estadía promedio por condición de residencia. Total Provincial. Mes / Año.

Si bien la representatividad de la muestra de la Encuesta tiene nivel Provincial, será importante la elaboración de presentaciones específicas sobre la información relevada en cada una de las localidades que participen de los operativos. Con esto se pretende ofrecer a quienes colaboren, un resultado útil del trabajo que están realizando, fortaleciendo los vínculos con los organismos descentralizados y promoviendo la predisposición de estos.

Es indispensable, en todos los casos, el resguardo del secreto estadístico en cumplimiento de la Ley 17.622 que consigna en su artículo 10 que las informaciones que se suministren a los organismos que integran el Sistema Estadístico Nacional, en cumplimiento de la presente ley, serán estrictamente secretos y sólo se utilizarán con fines estadísticos.

Los datos deberán ser suministrados y publicados, exclusivamente, en compilaciones de conjunto, de modo que no pueda ser violado el secreto comercial o patrimonial, ni individualizarse las personas o entidades a quienes se refieran.

### 3.3 Encuesta de Perfil de la demanda

- **Objetivo:** describir un perfil del turista, conocer las características de los viajes (motivo, duración, destinos, tipo de alojamiento utilizado), y de los turistas (lugar de residencia, conformación del grupo viajero, etc.), así como los gastos en alojamiento, alimentación, traslados, transporte y compras que realizan los turistas en los lugares visitados.
- **Período de referencia:** mensual (para las temporadas de verano – invierno) y días de fin de semana largo.
- **Modalidad de medición:** dos veces al año y por día de fin de semana largo.
- **Período de relevamiento:** dos veces al año y fines de semana largo. Específicamente, se realizará en los meses de enero, febrero (para la temporada de verano) y en julio (para la temporada de invierno).
- **Cobertura geográfica:** provincia de Santa Cruz, mediante la implementación de una muestra representativa, se intentará alcanzar todas las localidades..
- **Unidad de análisis:** el turista y su grupo de viaje.
- **Unidad de relevamiento:** el turista.
- **Diseño muestral:** debido a la imposibilidad de contar con un marco muestral para este tipo de encuestas, se creará una muestra estratificada y se tomará a la variable medio de transporte de arribo como variable estratificadora. Se intentará captar a los turistas que arriban en auto en puntos de concentración como centros turísticos, definiendo con anterioridad la conjunción de un tiempo (día y/u horario) creando un punto muestral y aplicando un muestreo sistemático siempre que sea posible (encuestar a uno de cada X grupos de viaje). La estratificación permitirá que cada uno de los estratos constituya una

submuestra cuyo peso en el total se corresponda con su peso poblacional. En los casos de las encuestas de demanda, la disponibilidad de información complementaria se vuelve sumamente importante a la hora de diseñar la muestra, como por ejemplo información aeroportuaria y/o de terminales de ómnibus. Esta información permitirá distribuir temporalmente los tiempos de captura de datos.

- **Instrumento de medición:** formulario en papel. Se necesitará contar con encuestadores previamente instruidos para realizar las encuestas en las terminales aeroportuarias, terminales de colectivo y en los puntos turísticos representativos en cada localidad (centros comerciales, playa, otros). El formulario propuesto es:

### Estudio de Demanda

Formulario Nº.....  
Completado por: .....  
Lugar de toma: .....  
Fecha de toma: ..... / ..... / .....

¿Encuesta completa?

- ☐ Sí  
☐ No ¿por qué? ☐ Falta de tiempo  
☐ Problemas de idioma  
☐ Rechazo ☐ Otras razones ¿cuál?.....

1. ¿Reside Ud. en esta localidad? (Si responde SÍ marcar una cruz hasta encontrar un NO residente de la ciudad, en ese caso marcar una tilde y continuar el formulario)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

8. ¿Qué localidades visitó durante este viaje dentro de Santa Cruz, cuántas noches y tipo de alojamiento?

Lugar	Cantidad de noches	Tipo de alojamiento
El Calafate	.....	.....
EL Chalten	.....	.....
Río Gallegos	.....	.....
Otra:.....	.....	.....

- Tipo de alojamiento:**
- |                         |   |
|-------------------------|---|
| (1) Hotel 5 estrellas   | (8) Hospedaje Residencial                 |
| (2) Hotel 4 estrellas   | (9) Cabaña-Bungalow                       |
| (3) Hotel 3 estrellas   | (10) Albergue-Hostel-B&B                  |
| (4) Hotel 1-2 Estrellas | (11) Establecimiento Rural                |
| (5) Apart-hotel         | (12) Vivienda Propia, familiares o amigos |
| (6) Hotel Boutique      | (13) Vivienda alquilada                   |
| (7) Hostería-Posadas    | (14) Ninguno-No se hospedó                |
|                         | (15) Otro                                 |

2. ¿Cuál es su lugar de residencia habitual?

- ☐ Argentina [pasa a pregunta 3]  
☐ Extranjero [pasa a pregunta 4]

3. ¿En cuál provincia reside?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="radio"/> Ciudad de Buenos Aires | <input type="radio"/> Mendoza             |
| <input type="radio"/> Pcia. de Buenos Aires  | <input type="radio"/> Misiones            |
| <input type="radio"/> Catamarca              | <input type="radio"/> Neuquén             |
| <input type="radio"/> Córdoba                | <input type="radio"/> Río Negro           |
| <input type="radio"/> Corrientes             | <input type="radio"/> Salta               |
| <input type="radio"/> Chaco                  | <input type="radio"/> San Juan            |
| <input type="radio"/> Chubut                 | <input type="radio"/> San Luis            |
| <input type="radio"/> Entre Ríos             | <input type="radio"/> Santa Cruz          |
| <input type="radio"/> Formosa                | <input type="radio"/> Santa Fe            |
| <input type="radio"/> Jujuy                  | <input type="radio"/> Santiago del Estero |
| <input type="radio"/> La Pampa               | <input type="radio"/> Tierra del Fuego    |
| <input type="radio"/> La Rioja               | <input type="radio"/> Tucumán             |

[pasa a pregunta 5]

9. ¿Qué medio de transporte utilizó para arribar a Santa Cruz desde su lugar de residencia? En caso de ser varios transportes ponerlos en orden

1°..... 2°.....

- (1) Avión (2) Tren (3) Vehículo Propio (4) Auto alquilado  
(5) Barco (6) Ómnibus (7) Charter/transfer (8) Otro

10. ¿Cómo organizó y contrató los servicios para su viaje?

- (1) A través de su agente de viajes en la oficina de la agencia  
(2) A través de su agente de viajes en su página web  
(3) Usted mismo

4. ¿En cuál país reside?

- |  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Alemania         | <input type="radio"/> Francia     |
| <input type="radio"/> Australia        | <input type="radio"/> Holanda     |
| <input type="radio"/> Bolivia          | <input type="radio"/> Israel      |
| <input type="radio"/> Brasil           | <input type="radio"/> Italia      |
| <input type="radio"/> Canadá           | <input type="radio"/> Japón       |
| <input type="radio"/> Centroamérica    | <input type="radio"/> México      |
| <input type="radio"/> Colombia         | <input type="radio"/> Paraguay    |
| <input type="radio"/> Chile            | <input type="radio"/> Perú        |
| <input type="radio"/> China            | <input type="radio"/> Portugal    |
| <input type="radio"/> Ecuador          | <input type="radio"/> Reino Unido |
| <input type="radio"/> Estados Unidos   | <input type="radio"/> Sudáfrica   |
| <input type="radio"/> España           | <input type="radio"/> Uruguay     |
| <input type="radio"/> Federación Rusa  | <input type="radio"/> Venezuela   |
| <input type="radio"/> Otro ¿cuál?..... |                                   |

5. ¿Cuántas personas realizaron este viaje? Cuéntese Ud. y todas aquellas personas que compartieron un mismo presupuesto de viaje

6. Fecha de arribo a Santa Cruz / esta localidad: \_\_/\_\_/\_\_

Fecha de partida de Santa Cruz / esta localidad: \_\_/\_\_/\_\_

Nota: "Esta localidad" es para quienes residen en otra localidad de Santa Cruz.

7. ¿Cuál fue el motivo de su viaje a Santa Cruz / esta localidad?

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Negocios/Contrato laboral  | <input type="checkbox"/> Congresos/Eventos         |
| <input type="checkbox"/> Ocio                       | <input type="checkbox"/> Estudios                  |
| <input type="checkbox"/> Deporte                    | <input type="checkbox"/> Avistaje de flora y fauna |
| <input type="checkbox"/> Visita a amigos/familiares | <input type="checkbox"/> Otros ¿cuáles?.....       |

11. Si la contratación la realizó Ud. Mismo, especifique:

Servicios	ON LINE (indique página web)	Otra: (especifique)
Aereos		
Alojamiento		
Excursiones		
Traslados		
Otro:.....		

12. ¿Cuáles son los montos de los gastos que realizó durante todo su viaje en Santa Cruz? (Refiere a los gastos del grupo de viaje en su conjunto para toda la estadía)

Concepto	Gto Total	Gto Diario	Ns/Nc
<b>Moneda</b>			
Pasajes internacionales	.....	.....	<input type="checkbox"/>
Pasajes nacionales	.....	.....	<input type="checkbox"/>
Nafta y peaje	.....	.....	<input type="checkbox"/>
Alquiler de auto	.....	.....	<input type="checkbox"/>
Transporte público local	.....	.....	<input type="checkbox"/>
Alojamiento	.....	.....	<input type="checkbox"/>
Alimentación	.....	.....	<input type="checkbox"/>
Excursiones/Actividades	.....	.....	<input type="checkbox"/>
Compras	.....	.....	<input type="checkbox"/>
Otro:.....	.....	.....	<input type="checkbox"/>
Total	.....	.....	<input type="checkbox"/>

- Todo única moneda: (1) ☐ \$  
(2) ☐ US\$  
(3) ☐ Reales  
(4) ☐ Euros  
(5) ☐ Otra ¿cuál?.....

- **Estructura de relevamiento:** se deberá contar con equipos de trabajo (uno en cada localidad), idealmente con seis encuestadores cada uno. Los encuestadores pueden ir rotando, no necesariamente deben ser los mismos a la mañana que a la tarde, ni los que van a la terminal de ómnibus ser los mismos que van a la terminal aeroportuaria. El coordinador del observatorio y el supervisor serán los encargados de las capacitaciones y las supervisiones durante el trabajo de campo.
- **Carga de datos:** Los referentes municipales cargarán los datos inicialmente en una planilla Excel preparada por el OETuSC (cuando esté el desarrollo web los datos se volcarán allí). Luego los analistas del OETuSC, serán los encargados de procesar los formularios con la información relevada. Se realizará el proceso de consistencia de la información y se tratarán los valores faltantes con el fin de generar una base de datos usuaria para el posterior armado de informes.
- **Metodología:** al igual que en el operativo de oferta, el observatorio fijará una metodología común y descentralizará la ejecución del operativo. La encuesta se realizará tanto en las terminales de ómnibus como en las terminales aeroportuarias y en lugares turísticos definidos por el municipio, en donde los encuestadores, previamente capacitados y con un criterio determinado, seleccionarán a los grupos de viaje y le realizarán las preguntas plasmadas en el formulario. Se proponen jornadas de relevamiento de no más de 4 horas, alternando las bandas horarias en función de los servicios de salida de las terminales de ómnibus y aéreas.
- **Elaboración de informes:** una vez que el observatorio haya finalizado con la creación de la base de datos, se procede a la elaboración de los informes que serán por temporada (verano e invierno) y fines de semana largo. Se creará adicionalmente un informe anual que será el que reúna y compare la información publicada para ambas temporadas y años anteriores.



### 3.3.1 Variables representativas de la demanda turística

La demanda turística es el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar.

La demanda está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus ocupaciones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios.

Los estudios de caracterización de la demanda turística o de perfil del visitante (turista y/o excursionista) constituyen un insumo esencial a la hora de conocer las características de los visitantes que arriban a un destino (sea un país, una provincia, un municipio o una localidad) y monitorear su evolución, aportando herramientas para la generación y gestión de políticas públicas relativas al turismo. Adicionalmente, constituyen una fuente de información privilegiada para analizar el gasto turístico que realizan los diferentes tipos de visitantes, sirviendo como insumo para la estimación del impacto económico de la actividad.

Las variables relevadas habitualmente para caracterizar el perfil del turista son:

- Lugar de residencia habitual (nacional o extranjero)
- Medio de arribo
- Tipo de Alojamiento
- Estadía
- Tamaño de grupo de viaje
- Gasto

No debe confundirse un estudio del perfil de la demanda con un estudio sobre las valoraciones de los turistas respecto del destino. En el instrumento propuesto se indagan aspectos muy generales en este sentido. Si interesara profundizar en dichas valoraciones, el objetivo de la encuesta sería distinto y el formulario también. Cabe

mentonar que algunos estudios de demanda incorporan variables como el nivel educativo del turista para aproximar el nivel de ingresos.

De acuerdo con las pautas internacionalmente aceptadas para la medición del turismo, el concepto básico para la producción de estadísticas de demanda de turismo es el del visitante. En el caso particular de las encuestas de perfil, el universo teórico está siempre compuesto por visitantes. Definir correctamente lo que es un visitante implica poder distinguirlo de otros viajeros que no lo son y de otras personas residentes en el destino que puedan realizar actividades típicamente turísticas.

La definición conceptual del visitante implica que:

- A diferencia de otros viajeros, un visitante viaja a un destino distinto de su entorno habitual. El entorno habitual es la zona geográfica donde se ubica su residencia habitual y, además de ésta, las zonas geográficas en las que se desenvuelve cotidianamente (ya sea por trabajo, estudio u otras actividades regulares)
- En segundo lugar, además de viajar fuera de su entorno habitual, el viaje debe ser de una duración inferior a un año (un viaje superior a un año supondría un movimiento migratorio, no un viaje turístico)
- En tercer, y último lugar, el viaje debe responder a cualquier finalidad principal que sea distinta de ser empleado laboralmente por una entidad residente en el lugar visitado.

Solo si un viajero cumple estas tres condiciones será considerando como visitante y su desplazamiento como un viaje turístico.

Así como las estadísticas de turismo se basan en individuos (visitantes) como unidad de análisis fundamental, es clara la relevancia del grupo de viaje como unidad de consumo turístico. La Organización Mundial del Turismo (OMT) sostiene que un **grupo de viaje** se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo. Compartir gastos implica consumir en común uno o más servicios que signifiquen una porción destacada del gasto total, es decir, compartir un presupuesto en común. Esto se relaciona fundamentalmente, con la reducción del gasto per cápita en transporte y en alojamiento, pero también con pautas de consumo que pueden verse modificadas de acuerdo al tamaño y la composición del grupo. De lo expuesto se deriva entonces que, un grupo de viaje puede ser definido como una

persona o un grupo de personas que viajan juntos y comparten gastos. Adicionalmente, deben encontrarse juntos al momento de ser seleccionados para ser encuestados. Esto es para garantizar que teóricamente, dos personas no sean contabilizadas más de una vez.

Principalmente, en un estudio de demanda turística el instrumento de medición debe contener una batería de preguntas que permitan determinar si el encuestado es o no un visitante. Idealmente, estas preguntas se deben ubicar en el inicio del formulario, tal como fuera propuesto anteriormente, de modo de no continuar con la entrevista si el individuo no es un visitante. Estas preguntas deberían contener información acerca de:

- El lugar de residencia habitual.
- La frecuencia con la que visita el destino.
- Si el motivo del viaje es o no ser empleado por una unidad económica del destino.
- La duración del viaje.

A continuación, se definen otros conceptos y variables a utilizar en la encuesta:

**Motivo principal del viaje:** motivo que determina la realización del viaje. Se habla de motivo principal porque es frecuente encontrar situaciones en las que se combinan más de un motivo: ocio y negocios, visita a familiares y estudio, etc. La clasificación utilizada en esta encuesta comprende:

- Vacaciones y ocio: incluye a las personas que hayan recorrido lugares de interés turístico, asistencia a eventos deportivos o culturales, uso de playas, campamentos veraniegos, luna de miel, caza y pesca, actividades deportivas no profesionales, etc.
- Visita a familiares o amigos: incluye a las personas que concurren a ver familiares o amigos por motivos de esparcimiento o festejos, asistencia a exequias, cuidado de enfermos/inválidos, etc.
- Negocios, congresos, etc.: se divide en 3 categorías: congreso/conferencia: es todo aquel pasajero que viajó para participar en un congreso o conferencia. Relación de empleo: se refiere a la relación laboral que se genera entre un empleador y un empleado pero que residen en distintos lugares. Otros negocios: son todas las demás actividades laborales.

- Otros: incluye tratamientos de salud, viajes de estudios, participación en acontecimientos religiosos, personas que vienen con el fin de comprar todo tipo de mercaderías para uso personal o para regalo (excluye compras para reventa u objetos suntuosos).

**Tipo de alojamiento utilizado:** Casa de familiares y amigos. Hotel 1, 2 y 3 estrellas: incluye hoteles, pensiones, casa de huéspedes, albergues, residencias para turistas y alojamientos similares con servicios hoteleros incluidos en estas categorías. Hotel 4 y 5 estrellas: comprende los hoteles, apart-hoteles, hoteles de playa, clubes residenciales y establecimientos similares con servicios incluidos en estas categorías. Otros alojamientos: incluye casa propia, alquiler de cabañas, departamentos, cruceros y bed&breakfast, entre otros.

**Forma de organización o modalidad del viaje:** para explicar esta modalidad hacemos referencia a los turistas que para realizar este viaje utilizaron o no un paquete turístico. Definimos como “paquete turístico” la contratación por parte del viajero, en una agencia de viajes, de al menos dos servicios que se pagan en forma conjunta. Por este motivo, este tipo de visitante puede informar el gasto total del paquete, pero no su desagregación en alojamiento, comidas, traslados y excursiones. El paquete puede incluir más de una localidad.

**Gasto turístico:** se define como la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros (OMT).

Se considera que entre los bienes y servicios que forman parte del gasto turístico, se encuentran aquellos que se adquieren para satisfacer las necesidades de alimentación, indumentaria, alojamiento, salud, transporte, esparcimiento, educación, y otros bienes y servicios diversos, efectuados con motivo de la realización de los viajes o visitas de un día.

La apertura del gasto turístico en diferentes ítems es recomendable para poder relacionar la demanda de los visitantes con la oferta de la economía (tal como se presenta en la propuesta de formulario). Para ello, es deseable recopilar información vinculada con el valor total del gasto turístico, como así también sobre los componentes de ese total.

**Gasto diario promedio:** es un indicador típico de las encuestas de caracterización de la demanda, y es relevante no sólo por el tipo de información que en sí mismo aporta para describir el perfil de los turistas y su evolución en el tiempo, sino porque muchas veces constituye un insumo esencial para la estimación del volumen global del gasto de los turistas en un determinado destino. Esto suele realizarse a partir de multiplicar la cantidad de turistas que arriban al destino por la estadía promedio y por el gasto diario promedio.

Para el cálculo, se toman en cuenta tanto los integrantes de cada grupo como su estadía. La estadía promedio surge de dividir la suma de los pernóctes totales (estadía por cantidad de integrantes) de todos los grupos por la suma de los turistas de cada grupo. En tanto, el gasto promedio diario surge de dividir la suma de los gastos totales de los grupos por la suma de los pernóctes totales de los grupos.

### 3.3.2 Diseño muestral

En este tipo de estudios, la definición de las unidades de relevamiento y de los informantes resulta compleja. La unidad de análisis en las encuestas de perfil la constituyen los visitantes (todos o un subconjunto), pero estos visitantes suelen emprender viajes turísticos junto con otros visitantes, dando lugar a grupos de viaje. Por otro lado, el hecho de que la información la brinde un integrante del grupo de viaje no significa necesariamente que la misma sirva solo para caracterizarlo a él.

Para generar un diseño muestral con coherencia y extraer resultados correctos se debe considerar como unidad de relevamiento (y de selección) a los grupos de viaje y como unidad de análisis a todos los visitantes que lo conformen. El informante puede ser cualquier integrante del grupo de viaje en condiciones de brindar información requerida.

El problema en estos casos es que los grupos de viaje se trasladan por el espacio y por una cantidad de tiempo variable, por lo tanto, no son posible de identificar y listar para generar el marco muestral. Ante esto, el uso de información proveniente de otras fuentes puede aportar a la construcción de una aproximación a un marco muestral,

como, por ejemplo, la distribución de los visitantes de acuerdo a una o más variables (como pueden ser, medio de transporte mediante el cual arriban al destino).

Por ello, se recomienda construir una **muestra estratificada**, lo que implica segmentar en grupos o estratos a las unidades de análisis del universo, a partir de determinadas características relevantes según el tema bajo estudio. La función principal de la estratificación es aumentar la eficiencia (precisión) de la muestra, pero también permite garantizar que estos estratos estén representados en la muestra, replicando, con la aplicación de los ponderadores, la estructura poblacional.

Los estratos deberían estar conformados por unidades similares entre sí (homogeneidad interna) y diferentes a las que componen otros estratos (heterogeneidad externa), en relación con la variable de estratificación.

En este caso se tomará la variable de *medio de transporte de arribo* al destino como variable estratificadora. Es crucial contar con información al respecto para poder definir correctamente los estratos y los ponderadores o factores de expansión correspondientes.

Se recomienda realizar la encuesta en las terminales de acceso a la provincia, tanto aeroportuarias como de ómnibus. Por otro lado, para captar a los turistas que acceden en autos particulares se realizará la encuesta en centros turísticos o comerciales.

Luego de definir los estratos se debe determinar el tamaño de cada uno de ellos, es decir, la cantidad de casos que serán encuestados dentro de cada estrato. Hay dos posibilidades: la asignación proporcional al interior del estrato (la participación de los casos de un estrato en la muestra total es igual a su participación en la población) o también pueden determinarse tamaños no proporcionales de estratos, en los que el tamaño de cada estrato debería calcularse considerando su grado de dispersión o varianza.

Es por ello que aquí se necesita contar también con **ponderadores o factores de expansión** ya que no todos los casos relevados equivalen a uno.

El ponderador tiene por función garantizar que en el procesamiento de los resultados cada caso tenga un peso acorde a su participación en la población bajo estudio. En términos teóricos el ponderador es la inversa de la probabilidad de selección de cada

caso, ésta es una de las razones fundamentales acerca de la importancia de conocer la probabilidad de ser seleccionado de cada elemento del universo bajo estudio.

En el caso de la encuesta de perfil de la demanda que se realizará en la provincia de Santa Cruz es fundamental contar con información acerca de la cantidad de visitantes que arriban por avión, ómnibus y vehículos particulares, lo cual permitirá conocer qué porcentaje corresponde a cada medio de transporte. En este caso, sería posible estratificar la muestra por medio de transporte tanto en forma proporcional o no, dado que posteriormente se pueden calcular los ponderadores de cada caso, el cual surgirá de la división del total de visitantes encuestados sobre el total de visitantes que arriban por cada medio.

Por lo tanto, lo que se plantea es utilizar la información secundaria de modo tal que indique cómo se distribuye la población y en base a esa información determinar el mejor diseño muestral posible, diluyendo la presencia de sesgos que invaliden los resultados.

Adicionalmente, se recomienda realizar un muestreo polietápico, definiendo con claridad y anterioridad cuándo y dónde relevar las encuestas. La definición de los puntos muestrales da lugar a una primera etapa de la selección de la muestra y la selección de los casos o grupos de viaje a encuestar constituye la segunda etapa.

En este sentido, es preciso que desde el diseño muestral se planteen estrategias que guíen rigurosamente el trabajo de campo. Por eso, una estrategia eficaz es definir con anterioridad cuándo y dónde relevar las encuestas. Esto implica la subdivisión del tiempo y espacio, de modo tal que, considerando los recursos operativos disponibles, permitan garantizar la aleatoriedad de la muestra.

La conjunción de un tiempo (día y/u horario) y un espacio o lugar daría lugar a lo que se llama **punto muestral**. Así, los puntos muestrales elegidos para realizar el trabajo de campo constituirían una primera etapa de selección de la muestra, y cada uno de ellos sería un conglomerado dentro del cual se seleccionarán, en una segunda etapa, los casos (grupos de viaje) a encuestar.

Cabe aclarar, que es conveniente que las encuestas se realicen al momento de finalización del viaje en el destino, es decir, en el momento que el visitante abandona

el destino, puesto que en ese momento estará en una mejor situación para brindar la información requerida.

Todo lo explicitado anteriormente no es suficiente para garantizar los requisitos mínimos que exige una muestra probabilística, le falta aún impartir criterios claros para la última etapa de selección de la muestra, es decir, para el momento en que el encuestador debe decidir a quién encuestar. Si de lo contrario, se deja librada esta cuestión a la voluntad del encuestador, probablemente se produzca algún tipo de sesgo.

.

Por último, resulta imprescindible conocer cómo se distribuyen los visitantes a una provincia entre las localidades que la conforman, de modo tal que cada una de ellas vea representado su peso relativo en los resultados correspondientes al total de la provincia. El espacio constituye una variable fundamental de estratificación en el diseño de la muestra y será necesario conocer el peso relativo de cada localidad, independientemente de la cantidad de encuestas que se realicen en cada destino, el peso de cada uno debe dar cuenta o bien del total de visitantes o del peso que estos representan en el total provincial.

En términos operativos, las recomendaciones para el OETuSC respecto del diseño de una muestra y el armado del operativo son las siguientes:

#### **DONDE**

- Localidades.

#### **MUESTRA**

- Mínimo de 250 encuestas por encuestador.
- 1.500 encuestas al mes por localidad.
- En fines de semana largo se deben alcanzar las 400 encuestas por localidad como mínimo.



## **PUNTOS DE TOMA Y FRECUENCIA**

### **Aeropuerto**

En el mes, un mínimo de 8 tomas en los vuelos de salida del destino, alternando los días (incluir fin de semana). La toma debería hacerse en el momento del pre embarque, antes de que los pasajeros suban al avión. Se estima que cada toma no debería llevar más de 2hs / 2hs y media.

### **Terminal de ómnibus**

Mínimo de 10 tomas al mes alternando los horarios de relevamiento en bloques de 4 horas.

### **Punto comercial**

Mínimo de 10 tomas al mes alternando los horarios de relevamiento en bloques de 4 horas.

## **EQUIPO**

- Cada localidad con un equipo de 6 encuestadores y 1 supervisor.
- Siempre debe existir supervisión. Siempre.
- Debe alternarse el horario de relevamiento para captar dispersión del perfil
- El equipo de 6 encuestadores contempla reemplazos por ausencias, las cargas se pueden ajustar en base a la respuesta.
- Para los FDSL se recomienda encuestas desde el segundo día.

## **ENCUESTADOR**

Debe ser una persona con movilidad de preferencia que sepa inglés. La capacitación durará un día y debe abarcar el formulario y el método de trabajo (por 4hs en un punto de toma se deben identificar y encuestar a los turistas. Los formularios se entregan al supervisor al final del día o comienzo del siguiente.)

## **SUPERVISOR**

Será el referente metodológico y velará por el cumplimiento del relevamiento. Es quien coordina el trabajo de los encuestadores, asignando lugares de toma y horarios, y quien realiza el primer control de las encuestas realizadas. Debe detectar inconsistencias en el tamaño de grupo, estadía, gastos.

## **ANALISTA**

Debe analizar las encuestas a medida que son cargadas en el sistema e identificar anomalías y casos extremos. Reportarlos al supervisor para que alerte a los encuestadores y mejorar la calidad del trabajo de campo.

## **REVISION**

- Las encuestas realizadas deben analizarse todas las semanas.
- El supervisor hace la primera revisión y los analistas la segunda una vez que han sido cargadas.
- Los encuestadores deben repasar conceptos durante todo el operativo

### **3.3.3 Recolección y validación de los instrumentos de recolección**

En las encuestas de demanda, la capacitación del equipo de campo (encuestadores, supervisores, ingresadores) constituye una condición imprescindible para garantizar la calidad de la información recolectada.

Es preciso que el equipo de campo reciba una capacitación donde se explique el objetivo de cada pregunta, el concepto que está por detrás, la forma en que debe ser administrada y el alcance de cada opción de respuesta. Además, en esta instancia es

cuando deben brindarse las herramientas para que el encuestador pueda resolver las situaciones complejas que se presentarán en la situación de entrevista.

Durante la capacitación debe hacerse hincapié en que los encuestadores deben leer las preguntas tal como aparecen en el formulario, de modo de garantizar la comparabilidad de la información obtenida (eventualmente, deben plantearse alternativas para explicarle al entrevistado cuando no entienda la pregunta original, sin que ello afecte a la validez de la respuesta). En este marco, otro aspecto fundamental es conminar al encuestador a realizar todas las preguntas del formulario, sin inferir por sí mismo las respuestas. Además de la instancia de capacitación (idealmente combinando exposición de conceptos y ejercitación), es altamente recomendable que ésta sea acompañada por un manual donde se plasme toda la información que el equipo de campo requiere para llevar a cabo su trabajo satisfactoriamente.

Una vez concluido el trabajo de campo, se realizará la carga de la información en soportes informáticos para su posterior procesamiento, con esto, se creará la base de datos original. Sin embargo, todavía faltarán algunos pasos para que puedan extraerse de allí los resultados pretendidos.

### 3.3.4 Procesamiento y elaboración de la información.

Una primera tarea consiste en realizar la depuración y la validación final de la base de datos. Esto implica, por ejemplo, descartar las encuestas incompletas (entrevistados que contestaron sólo una parte de las preguntas, o que bien llegaron hasta el final pero con una gran cantidad de no respuestas, por desconocimiento o por negarse a responder), o que, pese a haber pasado las instancias anteriores, a juicio de quien o quienes están a cargo de la metodología de la investigación, no cumplen los estándares de calidad mínimos para ser admitidas como casos válidos.

En esta etapa se deberán analizar las respuestas a las preguntas abiertas (si las hubiera), creando una tipología o sistema de categorías que permita clasificarlas para su tratamiento estadístico. Del mismo modo, en aquellas preguntas que la categoría "otros" alcance a una porción sustancial de los casos (más de 5% o 7%, por ejemplo) deberá evaluarse la creación de nuevas categorías en las cuales consignar y dar

entidad a situaciones con cierta preeminencia que no habían sido contempladas entre las opciones de respuesta originales.

Indefectiblemente, aún con la base depurada, existirán casos con una o algunas preguntas sin respuesta. En algunos casos, en preguntas de tipo nominal u ordinal (motivo de viaje, calificación de servicios turísticos, etc.) puede aceptarse su existencia siempre que no superen un nivel razonable (por ejemplo, el 3% o el 5% de los casos). En cambio, en las preguntas sobre cantidades (integrantes del grupo, duración de la estadía, gastos) es recomendable imputar los valores faltantes.

Existen diversas razones por las que el informante no entrega toda la información solicitada, entre las que se pueden mencionar el desconocimiento sobre la utilidad de la información recolectada con la encuesta, aburrimiento, vergüenza, omisión involuntaria o simplemente el no querer responder temas que pueden ser sensibles para él. La existencia de las situaciones mencionadas, nos llevan a que encontremos encuestas con valores faltantes en determinadas preguntas. La ausencia de datos para algunas variables es frecuente en las encuestas y puede afectar a una o más variables, así como también puede existir presencia de datos anómalos o poco probables. La imputación es el procedimiento mediante el cual los valores faltantes de una o más variables se completan con “sustitutos”. Estos valores imputados son artificiales por definición, pueden ser contruídos de muchas formas (como se verá más adelante) y contienen un error. El error de imputación es similar al error de medición (como cuando un informante provee un valor erróneo en algún ítem del cuestionario) en el sentido que el valor guardado en la base de datos no es el valor real, excepto en circunstancias excepcionales. Pero a diferencia del error de medición, el error de imputación ocurre por construcción, dado que el analista ingresa valores que se sabe son más o menos erróneos.

La imputación de datos es un método viable para la corrección de la no respuesta parcial, teniendo en cuenta siempre que los datos luego de la imputación deben entregar resultados consistentes con los fenómenos que busca estudiar la encuesta, esto posibilita que los productos surgidos de la encuesta sean coherentes entre sí para un determinado período y así también disminuir posibles sesgos por observaciones que presentan no respuesta.

Algunos estadísticos son escépticos de los métodos de imputación. Sin embargo, no hay evidencia estadística sólida que indique que la imputación causa más daño a las estimaciones que otros pasos en el proceso de generación de información estadística. Se espera que el proceso de imputación lleve, en primer lugar, a estimaciones con un sesgo pequeño y, en segundo lugar, a una varianza pequeña de los estimadores.

El análisis de consistencia e imputación para la encuesta de demanda puede llevarse a cabo de la siguiente manera:

- 1) Analizar la variable cantidad de noches en el destino y tamaño del grupo de viaje. Si la cantidad de noches es mayor a 6 meses, no es turista. En los casos en que el tamaño del grupo declarado es igual a cero o perdido se imputa un tamaño igual a uno (el propio informante).
- 2) Para analizar el gasto se deben expresar todas las variables referidas al mismo en pesos argentinos, utilizando el tipo de cambio correspondiente a la fecha de relevamiento.
- 3) Luego se sugiere realizar las siguientes correcciones:
  - Para el gasto de pasajes nacionales se deben considerar como factibles, analizando la distribución de frecuencias de la variable, las observaciones en las que el gasto de pasaje sea mayor a un determinado monto. Por otro lado, se debe imputar la mediana de las observaciones factibles por lugar de residencia, medio de transporte utilizado y tamaño de grupo a los turistas que contestaron en qué medio de transporte arribaron a la ciudad y tienen como gasto de pasajes nacionales 0 o *missing* y a aquellos que se alojaron en hotel y tienen como gasto de pasaje nacional 500 pesos o menos (por ejemplo).
  - En relación al alojamiento, se computará el gasto declarado por los turistas en alojamiento sólo si se hospedan en algún tipo de hotel, hostería-Posada, hospedaje-Residencial, cabaña-bungalow, albergue-hostel-B&B, establecimiento Rural, vivienda alquilada u otro que no sea una vivienda propia, de familiares o amigos y además el gasto mínimo en alojamiento deberá ser igual o mayor a un determinado monto (el valor de referencia es tomado de la distribución de la variable). Para los casos en que se hospedan en alguno de los establecimientos anteriores pero no fue declarado el gasto en alojamiento o fue declarado menor al valor de referencia, se les imputará la

mediana del gasto en dicho alojamiento por localidad, lugar de residencia del asistente, tipo de alojamiento y tamaño de grupo computada sobre el gasto de los individuos que declaran correctamente. Cuando siguen quedando valores perdidos se imputa la mediana por lugar de residencia del turista, tipo de alojamiento y tamaño de grupo.

- Para el gasto en alimentos, primero se debe imputar el gasto total en alimentos para aquellas personas que sólo contestan el gasto diario en alimentos, multiplicando el gasto diario por el total de días de su estadía. Luego se toma como valor factible a los que hayan contestado que gastaron igual o más en alimentos a un valor de referencia tomado de la distribución de la variable. Para los que no contestaron o contestaron que gastaron menos de ese valor en alimentos se procede como en las variables anteriores, a imputar la media de las observaciones factibles por localidad, lugar de residencia, estadía y tamaño de grupo. Luego de las correcciones y dado que todavía existen observaciones sin datos, se imputan a los mismos la mediana del gasto en alimentos por localidad, lugar de residencia, y tamaño de grupo. En caso de seguir quedando valores perdidos se imputa la mediana por localidad y lugar de residencia.
- Se establecerán límites superiores al gasto tomando en cuenta el tipo de gasto que se pretende medir y la representatividad de ciertos valores. Así se dejan de lado gastos no relacionados con actividades turísticas asociadas (por ej, compra de un departamento). También se dejarán de lado los gastos cuando fueran muy extremos (por ej, compras de indumentaria por más de 24.000 pesos). En este punto, se considera que tales gastos representaban casos extremos y no al conjunto de los turistas.

Cumplidas las etapas precedentes se tendrá la base de datos “usuario”, lista para el procesamiento de la información, es decir, para la obtención de los resultados.

### 3.3.5 Publicación

Una vez que los datos se hayan relevado desde cada organismo descentralizado, en cumplimiento de los días establecidos en función de los marcos de referencia, se

procederá, como se mencionó anteriormente, a la recopilación, homogeneización y validación de la información desde el OETuSC para poder ser incorporados a la base de datos provincial. Para esto se contará con una semana de trabajo.

Cumplidas las etapas precedentes se tendrá la base de datos final, "base usuario", lista para el procesamiento de la información, es decir, para la obtención de los resultados.

Como principio básico, el o los informes de resultados que surjan deberán responder primordialmente a los objetivos planteados en la investigación (brindar mediciones sobre una lista de indicadores). Esto no implica que no pueda incluirse información sobre aspectos no centrales o sobre aspectos novedosos o interesantes que surjan del estudio y que no hayan sido previstos originalmente, sino simplemente que los resultados que den respuesta a los objetivos planteados no pueden faltar.

Es altamente recomendable, y una buena práctica habitual en otros ámbitos de producción de conocimiento, incluir (al inicio, a modo de anexo o donde se considere conveniente) un espacio de notas técnicas donde se dé cuenta de las principales características metodológicas del estudio, tales como el universo bajo análisis, los objetivos, el periodo de referencia y la cobertura territorial, el tipo de muestreo, el diseño de la muestra, su tamaño y el margen de error asociado, las principales características del trabajo de campo y las limitaciones y advertencias del caso necesarias para una correcta interpretación de los resultados.

Según el calendario de publicaciones, la encuesta de demanda tendrá dos informes anuales (uno del relevamiento de verano y otro del relevamiento de invierno) y los resultados de los dos operativos también estarán incluidos en el anuario. Además, habrá informes luego de cada fin de semana largo.

Los indicadores y variables que deben mostrarse en los informes son:

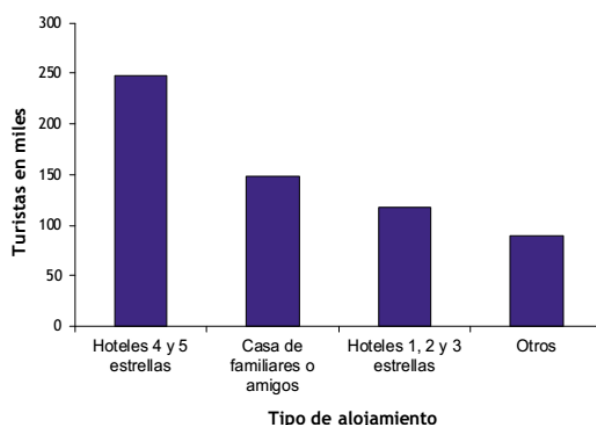
- Turistas en Santa Cruz según lugar residencia habitual.
- Estadía promedio, total y según lugar de residencia.
- Pernotaciones por destino.
- Distribución de turistas según tipo de alojamiento.
- Motivo del viaje
- Tamaño del grupo del viaje

- Modalidad de organización del viaje.
- Monto gastado por el grupo de viaje.
- Gasto diario según residencia.

A continuación, se muestran algunos ejemplos de cómo es recomendable mostrar la información.

*Gráfico 1. Ejemplos de gráficos*

Gráfico 1. Distribución de turistas según tipo de alojamiento. Provincia de Santa Cruz. Meses de Enero y Febrero. Año 2019.



Fuente: Observatorio Económico del Turismo de Santa Cruz.

Cuadro 1. Turistas, estadía promedio y gasto según residencia habitual. Provincia de Santa Cruz. Meses de Enero y Febrero. Año 2019.

Residencia Habitual	Turistas	Estadía promedio	Gasto diario promedio	Gasto total
	Miles	Noches	Dólares	Dólares
Brasil	6,8	13,0	102,9	9.096,4
Bolivia	3,7	12,0	59,0	2.619,6
Chile	7,0	7,0	86,1	4.218,9
Europa	5,1	6,2	69,5	2.197,6

Fuente: Observatorio Económico del Turismo de Santa Cruz.



### 3.4 Relevamiento de fuentes secundarias

Encontramos relevante incorporar en el análisis y difusión, datos provenientes de fuentes de información secundaria.

#### **INDEC**

El INDEC, promueve y difunde mensualmente la **Encuesta de Ocupación Hotelera**:

[https://www.indec.gob.ar/nivel4\\_default.asp?id\\_tema\\_1=3&id\\_tema\\_2=13&id\\_tema\\_3=56](https://www.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=3&id_tema_2=13&id_tema_3=56)

La misma, está dirigida a establecimientos hoteleros y para -hoteleros. Su objetivo es medir el impacto del turismo internacional e interno sobre la actividad de los establecimientos hoteleros y parahoteleros, para elaborar indicadores que permitan medir, desde la óptica de la oferta, la evolución de la actividad y el empleo del sector (personal ocupado), así como la oferta y utilización de la infraestructura y la evolución de las tarifas; y, desde la demanda, el ingreso de viajeros (argentinos o extranjeros), su origen y permanencia. La encuesta, sin embargo, no tiene representatividad provincial sino nacional y es aquí donde radica la importancia de los operativos de Oferta y Demanda Turística propuestos.

Será responsabilidad del Observatorio, recabar los datos que el INDEC publicada, mensualmente, de la Encuesta de Turismo Internacional (ETI), con el objeto de difundir la información y utilizarla como insumo propio.

Para esto, teniendo en consideración lo establecido por el Área de Comunicación en el Calendario de Publicación que se establece a comienzo de cada año por el Instituto, se descargará mes a mes el informe correspondiente de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) de INDEC, cuya muestra releva en la actualidad a 49 localidades, es publicada mensualmente, en la página del INDEC, en la sección relativa al Sector Turístico, dentro de los apartados Económicos. Su difusión es vía web.

La EOH presenta los datos de 7 regiones turísticas y 49 localidades detallando: pernoctaciones en establecimientos hoteleros y parahoteleros, pernoctaciones de viajeros residentes y no residentes disminuyeron. El total de viajeros hospedados, la

cantidad de viajeros residentes y la de no residentes. Habitaciones y/o unidades disponibles y las habitaciones ocupadas. La tasa de ocupación de habitaciones (TOH). Las plazas disponibles a nivel nacional y las plazas ocupadas. La tasa de ocupación de plazas (TOP). Todos los datos consignados tienen desagregación a nivel de región (la provincia de Santa Cruz está incluida en la región Patagónica).

A partir de dicha encuesta, el OETuSC desarrollará una base de datos en formato EXCEL con el detalle de la serie histórica de las variables que la encuesta considera.

Cabe destacar que, en principio, deberá descargarse la información correspondiente a cada mes, como mínimo referida a los años 2017 y 2018 (que permita hacer comparaciones interanuales e intermensuales), construyendo en EXCEL una base de procesamiento de información.

Una vez elaboradas las series temporales, deberán ser actualizadas mensualmente el día que se publique el informe mensual de la Encuesta de Ocupación Hotelera de INDEC.

### **EANA / ANAC**

La Empresa Argentina de Navegación Aérea (EANA) produce mensualmente información sobre el transporte aerocomercial en el país (vuelos y pasajeros transportados según aeropuertos): [www.eana.com.ar/estadisticas](http://www.eana.com.ar/estadisticas)

A partir de enero de 2019, la serie es publicada por la Administración Nacional de Aviación Civil (ANAC): <http://www.anac.gov.ar/anac/web/index.php/1/194/area-comercial/estadisticas>

En este caso, será responsabilidad del Observatorio su publicación y difusión sistemática, así como también la elaboración de archivos y bases de datos que permitan realizar el seguimiento de aquellas variables consideradas relevantes.

### **Administraciones de Áreas Naturales Protegidas**

Para recabar información en relación a la cantidad de personas que visitan las Áreas Naturales Protegidas y la cantidad de aquellas que realizan excursiones contratadas

dentro de ellas. Es responsabilidad del Observatorio su recopilación adecuada, en archivos protegidos que permitan observar las series históricas. De este modo, se podrán realizar inferencias respecto de la evolución de la cantidad de visitantes a estos puntos. Las variables a considerar serán dos y se expresarán en términos de cantidades.

### ***Prefectura Naval Argentina***

Para recabar información en relación a la cantidad de personas que realizan excursiones náuticas. Es responsabilidad del Observatorio su recopilación adecuada, en archivos protegidos que permitan observar las series históricas. De este modo, se podrán realizar inferencias respecto de la evolución de la cantidad de visitantes a estos puntos.

Para esto, es recomendable la recopilación mensual de la información. La carga de los datos debe ser sistemática y cuidadosa. La variable que se incluirá en la base será una, en este caso, y se expresarán en términos de cantidades.

### **Dirección Nacional de Migraciones**

Para recabar información sobre la cantidad de personas que ingresan a la Provincia de Santa Cruz por los pasos fronterizos con la República de Chile, se debe recurrir a la Dirección Nacional de Migraciones.

Es recomendable la recopilación mensual de la información.

## **3.5 Estimación del impacto económico**

### **3.5.1 Estimación de ingresos económicos por turismo.**

Para la medición del impacto económico de la actividad turística, la bibliografía recomienda un conjunto de alternativas que difieren metodológicamente en el origen de los datos utilizados para las estimaciones respectivas.

Así, podemos agrupar a aquellas metodologías en donde el cálculo de la estimación del impacto económico se hace a través de la generación de información propia, específicamente a través de la encuesta de perfil de demanda, en donde se indaga al viajero sobre los gastos realizados durante su estadía en el destino. En un segundo conjunto podemos agrupar a las metodologías de cálculo a partir de contar con información ya procesada para otros fines; tal es el caso de la estimación del impacto económico a partir del valor generado en un período (generalmente es un año calendario) para un determinado espacio geográfico (como puede ser un país, una región, una provincia o una localidad), o la estimación a partir de agregar distintos datos tales como la facturación de las empresas que se enmarcan en las actividades características del turismo.

Cabe mencionar que no siempre el cálculo por las tres opciones mencionadas dará similar. Esto se debe exclusivamente a las diferencias metodológicas y a sus propias debilidades (como por ejemplo, los errores de muestreo, errores por subdeclaración, etc.).

#### 3.5.1.1 Estimación de los ingresos económicos por turismo a partir de Encuesta de Perfil de Demanda

Habitualmente el impacto económico se estima mediante una encuesta de demanda donde se indaga sobre los niveles de gastos de todo el grupo de viaje.

El beneficio de utilizar esta metodología es la posibilidad de desagregación del resultado para fines específicos, como pueden ser estimar el gasto por lugar de residencia de los turistas, por motivo de viajes o incluso crear categorías discretas como ser “gasto alto”, “gasto medio” o “gasto bajo”.

La dificultad de esta metodología radica en el costo del operativo necesario para la captura del dato.

### 3.5.1.2 Estimación de los ingresos económicos por turismo a partir de PBG Provincial

Sin embargo, hay otras opciones que requieren más trabajo de gabinete y más información disponible.

Otra opción utilizada para medir cuánto es la contribución del sector turismo al producto bruto de una región es ver cuál es la participación que tiene el rubro Hoteles y Restaurantes en el total de la producción. Sin embargo, Esta metodología no contempla el carácter transversal que tiene la actividad turística sobre el resto de los sectores de la economía, tales como el comercio, el transporte y las actividades culturales y recreativas.

El Método de Coeficientes Fijos (CF) fue usado por la Cámara Argentina de Turismo en trabajos similares en los que se estima la contribución del turismo al PBI nacional (Amadassi, Busquets y O'Connor, 2004). Esta metodología se basa en una serie de coeficientes de participación del turismo sobre el producto bruto de cada una de las actividades económicas. Los mismos son determinados a partir de estimaciones de la demanda que realizan los turistas de productos ofrecidos por los distintos sectores económicos (Sturzenegger, Porto y Espinola , 2010)<sup>3</sup>.

De esta manera los distintos ponderadores aplicados a cada sector económico permiten aproximar la contribución del turismo a cada uno de ellos. Esto se ve reflejado en los valores que adoptan los coeficientes para cada rama de actividad, siendo más elevado en los sectores más tradicionales relacionados con el turismo, tales como Hoteles (98%), Restaurantes, bares y confiterías (15%) y Transporte(15%).

---

<sup>3</sup> Sturzenegger, A.; Porto, N. y Espinola, N. *"Informe económico anual sobre la actividad de viajes y turismo 2010. Perspectivas para 2011"*. Cámara Argentina del Turismo. Agosto de 2011.

*Tabla 9 Coeficientes de participación del turismo en las actividades económicas nacionales*

Actividades Económicas	Participación
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4%
Pesca	4%
Minería	2%
Industria manufacturera	5%
Suministro de electricidad, gas y agua	4%
Construcción	4%
Comercio mayorista, minorista y reparaciones	10%
Hoteles	98%
Restaurantes, bares y confiterías	15%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	15%
Intermediación financiera	3%
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	4%
Administración pública, defensa y organizaciones extraterritoriales	4%
Enseñanza, servicios sociales y de salud	2%
Otras actividades de servicios comunitarios sociales, personales y servicio doméstico	9%

*Fuente: Estudio Singerman&Makón en base a CAT (Sturzenegger, Porto y Espinola (2010))*

El principal beneficio de utilizar esta metodología es la practicidad para el cálculo, y la posibilidad de realizar comparaciones con otras actividades económicas en la provincia.

No obstante, esta metodología presenta como dificultad que depende de contar con el Producto Bruto Geográfico Provincial. Por lo que, ante la falta de actualización de este dato, la estimación puede aumentar su sesgo de medición.

Cabe destacar que esta metodología de los Coeficientes Técnicos de Turismo es una metodología propuesta desde el ámbito académico que ha sido publicada y sometida al debate. Sin embargo, no es la metodología propuesta por la OMT, ni la considerada

en el Proyecto de Armonización de las Estadísticas de Turismo por parte de la Subsecretaría de Turismo de la Nación. Ésta última considera las ramas características del turismo como referencia y también tiene limitaciones conceptuales y de aplicación (en particular se aclara que no todo el valor agregado de la actividad Restaurantes es actividad turística).

#### 3.5.1.3 Estimación de los ingresos económicos por turismo a partir de Ingresos Brutos

Otra opción para estimar la contribución del turismo a la actividad económica es utilizar como fuente de información los datos fiscales. A partir de la facturación mensual declarada o base imponible, es posible tener un indicador de la actividad de los establecimientos productivos de las ramas de actividad características del turismo. Esto requiere un trabajo de recopilación de la información y consolidación metódico, puesto que cada municipio tiene la libertad de clasificar las actividades económicas en su jurisdicción.

A su vez debe respetarse el secreto fiscal y no debe ser posible alterar la capacidad contributiva de los contribuyentes/informantes ni exponer su identidad.

El principal beneficio de esta metodología es la practicidad para el cálculo. No obstante, se visualiza la dificultad para obtener la información por parte de los organismos fiscales de los municipios y la provincia. Debe tenerse en cuenta que no hay antecedentes en el uso de información fiscal para hacer estimaciones estadísticas en el país. Si la información estuviera disponible para todos los municipios de la provincia, debería ser posible aplicar los coeficientes turísticos mencionados anteriormente a cada rama de actividad para tener un indicador económico del turismo expresado en pesos.

#### 3.5.2 Estimación de empleo turístico.

Se ha observado que la medición del empleo en el sector turístico es una de las tareas menos desarrolladas conceptualmente, y que las recomendaciones metodológicas al

respecto son limitadas, dadas las dificultades percibidas en asociar claramente el empleo a una actividad de consumo que abarca un amplio espectro en términos de producción y servicios.

En esta subsección se presenta la metodología recomendada y desarrollada hasta ahora en la materia. El objetivo es que los analistas tengan un punto de partida para realizar los cálculos en gabinete.

Concretamente, con el objetivo de capturar, conocer y evaluar las características del empleo en el sector turístico en la provincia de Santa Cruz, se sugiere seguir la metodología elaborada por la Secretaría de Turismo de la Nación en el marco del Proyecto de Fortalecimiento de la Generación de Estadísticas de Turismo en las Provincias del Consejo Federal de Turismo. Esto implica hacer un trabajo de gabinete, que estará a cargo de los analistas, para recopilar la información necesaria y procesarla según esta metodología de referencia para estimar el empleo turístico.

Dicha metodología está basada en las recomendaciones internacionales sobre las estadísticas de Turismo (RIET) que plantean el medir el empleo o al empleo a las industrias turísticas, es decir, al empleo en las actividades características del turismo. (OMT, 2010).

La RIET sugiere un marco metodológico para medir el nivel y características del empleo generado por la industria del turismo desde una perspectiva de la oferta, a través de la selección de empresas o industrias características del turismo. Es decir, se tiene en cuenta el empleo generado en una sección de ramas de actividad económica características del turismo. Es decir, el empleo en el sector se considera con independencia de que los productos y/o servicios fueran adquiridos por los turistas o no. Del mismo modo, no serán contempladas aquellas ramas de actividad que producen bienes o servicios que los visitantes pueden consumir, pero que no constituyen industrias típicas del sector.

Como primer paso, se deben identificar las ramas características del sector. Esto implica generar una clara selección y clasificación de las empresas y organizaciones que ofrecen productos y servicios a los visitantes, con el desafío de definir correctamente las actividades involucradas en el sector de referencia y detectar toda la oferta empresarial existente, agrupada a través de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU). Esta estructura de clasificación es un formato estándar



que permite organizar la información detallada sobre la situación de una economía de acuerdo con principios y percepciones económicos (se toma como base la revisión CIU-4. ONU, 2010).

Según la OMT, para la clasificación de las Actividades características del Turismo (ACT) se recomienda por lo menos incluir doce actividades características bajo la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT), las cuales son presentadas en la tabla:

Actividades características	CIU, Revisión 4
1. Hoteles y similares	5510
2. (*) Segundas viviendas en propiedad (imputada)	Parte de 7010
3. Restaurantes y similares	5520
4. Servicio de transporte de pasajeros por ferrocarril	Parte de 6010
5. Servicio de transporte de pasajeros por carreteras	Parte de 6021 y 6022
6. Servicio de transporte marítimo de pasajeros	Parte de 6110 y 6120
7. Servicio de transporte aéreo de pasajeros	Parte de 6210 y 6220
8. Servicios anexos al transporte de pasajeros	Parte de 6303
9. Alquiler de bienes de equipo de transporte de pasajeros	Parte de 7111, 7112 y 7113
10. Agencia de viajes y similares	6304
11. Servicios culturales	9232 y 9233
12. Servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento	Parte de 9214 Parte de 9241 Parte de 9219 Parte de 9249

Para poder realizar la estimación del empleo en las ramas descriptas anteriormente, es necesario contar con fuentes de información secundarias que nos brinden la base para el desarrollo del modelo. Se debe comprender el alcance y la cobertura de las fuentes de datos secundarias actualmente disponibles:

- Censo Nacional Económico (CNE).
- Censo Nacional de Población Hogares y Viviendas (CNPHV).
- Encuesta Permanente de Hogares (EPH).
- Encuesta Anual de Hogares Urbanos (EAHU).
- Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA).

Como se mencionó anteriormente, será tarea de los analistas recopilar esta información para su posterior procesamiento.

Cabe mencionar que cuanto menor sea el nivel de apertura de la información por rama, menor será la precisión de los resultados obtenidos. Esto significa que, si una determinada fuente brinda únicamente datos globales a dos dígitos CIIU, por ejemplo, la rama Transporte de Servicios Terrestres, la estimación incluirá componentes no relacionados con el turismo, como lo es el caso de Transporte de Carga. Esto implica una sobreestimación de la cantidad de puestos de trabajos, personas ocupadas y, en general, del peso del empleo en el sector turístico. En cambio, si la información se presenta en un nivel de detalle mayor, permite discriminar mejor qué es y qué no es característico del sector bajo estudio.

El desafío radica en lograr optimizar el uso de la información existente para obtener estimaciones robustas, procurando detectar e integrar a la metodología lo que resulta más útil de cada una de las fuentes citadas. Cabe aclarar que todas las fuentes de información se encuentran disponibles al público en general.

#### 3.5.2.1 Estimación nacional del empleo en las ramas características del turismo

Las ramas características del sector turismo son separadas en cuatro grandes sectores: Servicios de Alojamiento, Servicios de Restaurantes, Servicios de Transporte y Otros servicios Turísticos. El detalle de estas ramas puede verse en la siguiente tabla:

Sector Turístico	Ramas de actividad incluidas (Código CIIU-Rev.4 y descripción resumida)
<b>Alojamiento</b>	551-Alojamiento en hoteles, campamentos y otros tipos de hospedaje temporal
<b>Restaurantes</b>	552-Expendio de comidas y bebidas
<b>Transporte</b>	60122-Transporte ferroviario interurbano de pasajeros 60222-Transporte automotor de pasajeros mediante taxis y remises 60225-Transporte automotor interurbano de pasajeros 60226-Transporte automotor de pasajeros para el turismo 6112-Transporte marítimo de pasajeros 6121-Transporte fluvial de pasajeros 622-Transporte aéreo de pasajeros 63311-Explotación de infraestructura; peajes y otros derechos 63319-Servicios complementarios para el Transporte terrestre n.c.p. 63322-Guarderías náuticas 63323-Servicios para la navegación 63324-Mantenimiento y Reparación de lanchas y embarcaciones deportivas 63329-Servicios complementarios para el Transporte por agua n.c.p. 63332-Servicios para la aeronavegación 711-Alquiler de equipo de transporte
<b>Otros</b>	634-Agencias de viaje y otras actividades complementarias de apoyo turístico 9212-Exhibición de filmes y videocintas 9214-Espectáculos teatrales y musicales y artísticos n.c.p. 9219-Espectáculos artísticos y de diversión n.c.p. 9232-Museos y preservación de lugares y edificios históricos 9233-Jardines botánicos, zoológicos y de parques nacionales 9239-Servicios culturales n.c.p. 9241-Servicios para prácticas deportivas 92492-Salones de juegos 92499-Servicios de entretenimiento n.c.p.

Como se mencionó, el nivel de desagregación de las actividades económicas en las fuentes es variable y en una importante cantidad de casos no está presente con la apertura requerida. Esto exige tomar decisiones respecto a la utilización de la información de otras fuentes que permitan estimar la parte correspondiente a las ramas características del turismo.

Para analizar la convergencia de las Ramas Características del Turismo (RCT) a partir de cada fuente y determinar cuánto de lo que hay disponible se acerca al ideal que establece el CIIU, Se organizaron las ramas en un esquema de colores para establecer en qué punto todo el componente es turístico. Si hay un sector en donde las fuentes secundarias no otorgan el dato al nivel de desagregación que se necesita, se utilizará el CNE que permite extraer la estructura /peso de la rama.

Cada uno de los colores en las tablas representa lo siguiente:

- Verde: código compuesto por actividades correspondientes en su totalidad a la industria turística.

- Amarillo: código bajo el cual coexisten tanto componentes de industria turística y de otras actividades características.
- Rojo: no corresponde a una industria turística, aunque si comparte con alguna de estas un código de menor apertura.

## 1- Sector de Alojamiento y Restaurantes

Estos sectores no presentan ninguna dificultad, pues todos sus componentes son característicos del turismo. La rama 55 incluye ambos sectores, que se divide a partir de los tres dígitos. Dado que todas las fuentes secundarias presentan esta apertura, es posible utilizar los datos originales de cada una de ellas.

## 2- Sector transporte

El sector transporte se compone de 4 subsectores: terrestre, acuático, aéreo, servicios anexos y alquiler de vehículos sin chofer.

Terrestre:

3D CNE (CIU)		4D CNE (CIU)		5D CNE (CIU)		SIPA NAC	SIPA PROV.	EPH/ EAUH CAES (hasta 2011)	EPH/ EAUH CAES1.0 (desde 2011)	CNPV 2001
601	Ferroviario	6011	Carga			601	601	4901	6001	60
		6012	Pasajeros	60121	Urbano y suburbano					
				60122	Interurbano					
602	Automotor	6021	Carga							
		6022	Pasajero	60221	Urbano regular	6022	602	4903	6004	
				60222	Taxis y remises					
				60223	Escolar					
				60224	Oferta libre					
				60225	Interurbano					
				60226	Para el turismo					
603	Por tuberías									

En el caso del transporte ferroviario, solo se considera el de pasajeros interurbanos. Tanto el SIPA, como las encuestas de hogares (EPH y EAHU) presentan información a tres dígitos, sin discriminar no solo servicios urbanos, sino tampoco servicios de carga. Por lo tanto, a la cantidad que cada una de estas fuentes clasifica como “601”, se le aplica un coeficiente que surge del peso relativo de la rama a 5 dígitos (transporte interurbano de pasajeros), sobre el total de la rama, de acuerdo a la información que brinda el CNE 2004. Esta lógica es la que se aplicará en lo sucesivo.

En el transporte automotor, se aplica la misma lógica teniendo en cuenta que las ramas características a 5 dígitos son los servicios de taxis y remises, los servicios de pasajeros interurbanos y los servicios de transporte para el turismo.

A continuación se presentan las tablas para los siguientes subsectores de transporte:

Acuático:

3D CNE (CIU)		4D CNE (CIU)		SIPA NAC.	SIPA PROV.	EPH/ EAUH CAES (hasta 2011)	EPH/ EAUH CAES1.0 (desde 2011)	CNPV 2001
611	Marítimo	6111	Carga	61	61	5000	6100	61
		6112	Pasajeros					
612	Fluvial	6121	Carga					
		6122	Pasajeros					

Aéreo:

3D CNE (CIU)	SIPA NAC.	SIPA PROV.	EPH/ EAUH CAES (hasta 2011)	EPH/ EAUH CAES1.0 (desde 2011)	CNPV 2001
621 Cargas	62	62	5100	6200	62
622 Pasajeros					

Servicios anexos al transporte y agencias de viaje:

2D CNE (CIU)	3D CNE (CIU)	4D CNE (CIU)	5D CNE (CIU)		SIPA NAC.	SIPA PROV.	EPH/EAUH CAES (hasta 2011)	EPH/EAUH CAES1.0 (desde 2011)	CNPV 2001		
63	Anexos al transporte y agencias de viaje	631	Manipulación de carga							63	
		632	Almacenamiento y deposito								
		633	6331	Terrestre	63311	Infraestructura, peajes y otros derechos	6331	633	5202		6302
		633			63312	Garajes y playas de estacionamiento.					
		633			63319	Complementarios n.c.p.					
		633	6332	Acuático	63321	Infraestructura yderechos de puerto	6332				
		633			63322	Guarderías náuticas					
		633			63323	Ss para la navegación					
		633			63324	Mantenimientode embarcaciones deportivas					
		633			63329	Complementarios n.c.p.					
		633	6333	Aéreo	6333						
		634	Agencias de viaje y apoyo turístico			634	634	7900	6303		
		635	Gestión y logística para mercaderías								

Alquiler de equipo de transporte, maquinarias y equipo:

3D CNE (CIU)	SIPA NAC.	SIPA PROV.	EPH/ EAUH CAES (hasta 2011)	EPH/ EAUH CAES1.0 (desde 2011)	CNPV 2001
711	Equipo de transporte sin chofer	7111	711	7702p	7101
712	Maquinaria y equipo n.c.p.				71
713	Efectos personales y enseres domésticos n.c.p.				

### 3- Sector Otros servicios turísticos:

Comprende las actividades de las agencias de viaje y afines así como un conjunto de actividades deportivas, sociales, culturales, recreativas y de interés local

3D CNE (CIU)		4D CNE (CIU)		5D CNE (CIU)		SIPA NAC.	SIPA PROV.	EPH/ EAUH CAES (hasta 2011)	EPH/ EAUH CAES1.0 (desde 2011)	CNPHV 2001	
921	Cinematografía, radio y televisión y espectáculos artísticos y de diversión n.c.p.	9211	Producción y distribución de filmes y videocintas			9211	921	5900	9201	92	
		9212	Exhibición de filmes y videocintas			9212					
		9213	Radio y televisión			9213					
		9214	Teatrales y musicales y artísticos n.c.p.			9214					
		9219	Espectáculos artísticos y de diversión n.c.p.			9219					
922	Agencias de noticias										
923	Bibliotecas, archivos y museos y culturales n.c.p.	9231	Bibliotecas y archivos			9230	923	9100	9203		
		9232	Museos y preservación de lugares y edificios históricos								
		9233	Jardines botánicos, zoológicos y parques nacionales								
		9239	Culturales y sociales n.c.p.								
924	Prácticas deportiva y entretenimiento n.c.p.	9241	Prácticas deportivas			9241	924	9301	9204		
		9249	Esparcimiento n.c.p.	92491	Juegos de azar y apuestas			9249			9200
				92492	Salones de juegos						
				92499	Entretenimiento n.c.p.						9302

Una vez seleccionadas las ramas características, estimadas las cantidades de personas ocupadas y/o puestos de trabajo correspondientes a cada una de ellas, es preciso realizar algunos pasos para que la estimación cubra geográficamente todo el territorio.

Para los grandes aglomerados urbanos, lógicamente, se contemplan los resultados de la EPH, mientras que con la EAHU se realizaron las estimaciones referidas al resto de la población urbana.

No obstante, debe considerarse que la EAHU se releva solo en el tercer trimestre de cada año, por lo que es necesario tener en cuenta el factor estacional, sobre todo cuando el tema bajo estudio es turismo. Para solucionarlo, se ha procedido a calcular el peso de la EPH para el tercer trimestre respecto al promedio anual y luego se aplica este coeficiente a los datos del tercer trimestre correspondientes al resto urbano.

Una vez obtenido el valor para el total urbano, se procede a estimar la fracción correspondiente a las áreas rurales. Para ello, se recurre a los datos provistos por los dos últimos CNPHV: el de 2001 permite calcular ajustes específicos (por sector y categoría), mientras que con el de 2010 se realiza una corrección del carácter general, por región estadística INDEC, de acuerdo a la evolución del peso de los ocupados rurales respecto de los ocupados urbanos.

Cabe aclarar, que los resultados obtenidos se aplican a todas las categorías ocupacionales excepto a los empleados del sector privado con descuento jubilatorio, donde el dato utilizado es el promedio anual que surge del SIPA, ya que se lo prefiere al provenir de un registro administrativo censal y sumamente riguroso como es la inscripción a la seguridad social.

### 3.5.2.2 Estimación provincial del empleo en las ramas características del turismo.

La metodología de estimación provincial sigue la misma lógica que la utilizada a nivel nacional, pero:

- Los resultados se estiman en base a información de dos años consecutivos
- Reconstruyendo el total obtenido a nivel nacional, con el fin de que este coincida con la sumatoria de las cantidades provinciales

Por otro lado, hay que considerar los efectos derivados de las metodologías de las mediciones, y en particular de dos temas:

- el número al que se expanden las estimaciones muestrales de la EPH resulta de una serie de cálculos y supuestos de crecimiento sociodemográfico en las localidades muestreadas. La información sobre el número de empleos y sus variaciones debería ser analizada en función del crecimiento demográfico en el período, dado que está en relación al stock de hogares y personas, estimado con proyecciones de crecimiento demográfico.
- existen fluctuaciones estadísticas de las estimaciones. Como las muestras de la EPH son relativamente pequeñas para estas desagregaciones, es importante considerar los coeficientes de variación.

Dado que los datos de la EPH y EAHU, no son suficientemente robustos para el lapso de un año a niveles provinciales, se debe agrupar dos años (ocho tomas trimestrales en el caso de la EPH y dos en el de la EAHU) de modo de garantizar una cantidad de casos aceptables que permita tener resultados relativamente sólidos y comparables



entre las provincias. Este problema no está presente al considerar los datos del SIPA, ya que surgen de un registro fiscal de carácter censal.

La diferencia fundamental con el modelo nacional, radica en que una vez realizada la estimación de los datos a nivel provincial bajo la misma lógica que en el caso nacional, los datos finales deben ser re-escalados de modo tal que la suma del empleo de las provincias sea igual al empleo del total país y que ello ocurra tanto a nivel del sector como de la categoría ocupacional.

A la hora de analizar el empleo en el sector turístico, al igual que con cualquiera de las observaciones que pretendan realizarse respecto de este sector de actividad, se debe considerar que se ve afectado por considerables fluctuaciones de la demanda, unas predecibles (picos en temporadas) y otras impredecibles. La modificación de la demanda por la estacionalidad es un obstáculo para la creación de empleos estables, dada la organización de los ciclos culturales y productivos, los factores climáticos y otros. Así, resulta un factor negativo para la rentabilidad de las inversiones y en el uso de la infraestructura pública como rutas, aeropuertos y otras. La estacionalidad en el hotelaría, por ejemplo, implica una infraestructura ociosa durante un período de tiempo prolongado y una menor capacidad de generar empleos estables. La reducción de la estacionalidad requiere, por ejemplo, del ordenamiento de la normativa de los fines de semana largo y de los períodos vacacionales. Este tipo de consideraciones debe tenerse en cuenta en la caracterización a realizar.

## 4 PLANIFICACIÓN DE PAE

El Programa Anual de Estadística (PAE) es la concreción de la voluntad del OETuSC en ofrecer información acerca de la evolución del turismo provincial a los actores del sector.

El PAE es el instrumento operativo del Sistema de Estadísticas de Turismo Provincial. Está conformado por el cronograma de relevamientos, publicaciones y el presupuesto correspondiente para llevar a cabo las acciones planificadas.

### 4.1 Cronograma de relevamiento

Periodo	Oferta	Demanda
Mensual	Dos veces a la semana	-
Temporada de verano	Dos veces a la semana	Mínimo de 8 relevamientos al mes en terminales aeroportuaria, mínimo de 10 relevamientos al mes en terminales de ómnibus y mínimo 10 relevamientos al mes en puntos turísticos.
Temporada de vacaciones de invierno	Dos veces a la semana	Mínimo de 4 relevamientos en cada punto de toma.
Fines de semana largo	Día posterior al FDSL	Mínimo de 1 relevamiento en cada punto de toma. Preferentemente a partir del segundo día.

## 4.2 Cronograma de publicaciones

	Reportes Coyuntura Turística y Económica	Reportes Fines de Semana Largo	Reporte de Vacaciones de Invierno	Reporte de Vacaciones de Verano	Anuario OETuSC
Ene	X				
Feb	X			X	
Mar	X	Carnaval		X	
Abr	X	Semana Santa			X
May	X				
Jun	X				
Jul	X				
Ago	X	San Martín	X		
Sep	X				
Oct	X	Diversidad			
Nov	X	Soberanía			
Dic	X				

**Publicaciones de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos:**

- 10 de abril
- 10 de mayo
- 11 de junio
- 10 de julio
- 9 de agosto
- 10 de septiembre
- 9 de octubre
- 11 de noviembre
- 10 de diciembre

**Publicación de los informes de la Encuesta de Perfil de Demanda será:**

- Temporada de verano: tercera semana de marzo
- Temporada de vacaciones de invierno: tercera semana de agosto

**Informes de fines de semana largo, (con indicadores de la oferta y de la demanda turística):**

- |                   |  |
|-------------------|--|
| • 4 y 5 de marzo  | Carnaval                                     |
| • 18 de abril     | Viernes Santo                                |
| • 19 de agosto    | Paso a la inmortalidad del Gral. San Martín. |
| • 12 de octubre   | Día de la Diversidad Cultural                |
| • 18 de noviembre | Día de la Soberanía Nacional                 |



