



**UNISTAT
CONSULTING**

**PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO, ANTÁRTIDA E ISLAS DEL
ATLÁNTICO SUR**

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

UNISTAT CONSULTING S.A.

**ENCUESTA DE VIAJES Y TURISMO DE LOS HOGARES DE TIERRA DEL FUEGO
(EVYTH-TDF)**

CONTRATO DE OBRA / EX-2022-00163300- -CFI-GES#DC

Informe Final (IF)

Marzo de 2024

INDICE DE CONTENIDO

1 RESUMEN EJECUTIVO	7
2 INTRODUCCIÓN	10
3 TAREA 1: DEFINICIÓN DE LA METODOLOGÍA DE TRABAJO Y FORMULARIO BASE	15
3.1 Sub-Tarea 1.1: Definición del Formulario Base.....	15
3.2 Sub-Tarea 1.2: Definición del Diseño del Marco Metodológico.....	19
3.2.1 Unidades de observación	20
3.2.2 Marco conceptual: definición de viaje	20
3.2.3 Unidades de análisis.....	22
3.2.4 Universo bajo estudio y diseño muestral.....	23
3.2.5 Expansión datos muestrales	23
3.2.6 Tamaño muestral y manejo de los reemplazos.....	24
3.2.1 Estimaciones	28
3.2.2 Consistencia y validación.....	29
3.2.3 Procedimiento de imputación.....	31
3.2.4 Proceso de calibración	32
3.2.5 Coeficiente de variación.....	37
3.3 Sub-Tarea 1.3: Realización de un Taller de Presentación del Proyecto	
40	
4 TAREA 2: REALIZACIÓN DEL CAMPO Y ELABORACIÓN DE RESULTADOS PARA EL 1º TRIMESTRE	41
4.3 Sub-Tarea 2.1: Trabajo de Campo.....	41
4.3.1 Organización y Equipos de Trabajo	41
4.3.2 Solución tecnológica: instrumento de recolección de datos	55
4.3.3 Difusión de la EVyTH-TDF.....	57
4.3.4 Relevamiento realizado para elaborar los resultados de la EVyTH-TDF para el Primer Trimestre del año 2023.....	60
4.4 Sub-Tarea 2.2: Elaboración de resultados a partir de base de datos del 1º trimestre	64
5 TAREA 3: TRABAJO DE CAMPO Y ELABORACIÓN DE RESULTADOS ANUALES	65
5.3 Sub-Tarea 3.1: Trabajo de campo realizado a lo largo de toda la EVyTH-TDF	65
5.4 Sub-Tarea 3.2: Elaboración de resultados a partir de base de datos de los 4 trimestres e Informe Anual	70
5.5 Sub-Tarea 3.3: Seminario de capacitación final	71
6 CONCLUSIONES	73
7 ANEXOS	77

7.3	ANEXO I: Formulario Base de la EVyTH-TDF	77
7.4	ANEXO II: Material de capacitación para los encuestadores (Manual del encuestador).....	77
7.5	ANEXO III: Criterios de apertura geográfica de la provincial de TDF a los efectos de brindar los resultados (mapa y criterios)	77
7.6	ANEXO IV: Descripción del sistema informático utilizado para el relevamiento (sistema CATI)	79
7.6.1	Administrador	79
7.6.2	Sistema de administración de llamadas.....	80
7.6.3	Lime Survey.....	85
7.6.4	Operador	86
7.7	ANEXO VII: Metodología de imputación	91
7.7.1	Introducción: imputación de datos faltantes	91
7.7.2	Mecanismos de pérdida.....	91
7.7.3	Métodos de imputación.....	92
7.8	ANEXO VIII: Taller de Presentación del Proyecto “EVyTH-TDF”	99
7.8.1	Presentación realizada	99
7.8.2	Registro fotográfico.....	108
7.8.3	Planillas de asistencia	113
7.9	ANEXO IX: Informes de Resultados Trimestrales de la EVyTH-TDF	118
7.9.1	Informe de Resultados de la EVyTH-TDF correspondiente al Primer Trimestre del año 2023.....	118
7.9.2	Informe de Resultados de la EVyTH-TDF correspondiente al Segundo Trimestre del año 2023.....	118
7.9.3	Informe de Resultados de la EVyTH-TDF correspondiente al Tercer Trimestre del año 2023.....	118
7.9.4	Informe de Resultados de la EVyTH-TDF correspondiente al Cuarto Trimestre del año 2023.....	118
7.10	ANEXO X: Informes de Resultados Anual de la EVyTH-TDF	119
7.11	ANEXO XI: Seminario de capacitación sobre los aspectos metodológicos, técnico y de campo.....	120
7.11.1	Presentación realizada	120
7.11.2	Registro fotográfico.....	131
7.11.3	Invitación realizada por el INFUETUR	134
7.11.4	Planillas de asistencia	135
7.12	ANEXO XII: Bases de datos usuarias.....	140
7.12.1	Base de datos usuarias de los resultados trimestrales	140
7.12.1	Base de datos usuarias de resultados anuales.....	140

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Caracterización de los Viajes a ser Relevados y Ubicación en el Formulario Base	18
Tabla 2: Definición de Entorno Habitual	22
Tabla 3: Periodicidad, Ventana de Observación y Períodos de Referencia	27
Tabla 4: Resumen de las variables a relevar	29
Tabla 5: Muestra teórica, encuestas efectivas y encuestas realizadas sobre muestra teórica. En total y porcentaje. Primer trimestre de 2023.	61
Tabla 6: Encuestas efectivas, números telefónicos y llamados. Distribución según Mes de relevamiento y Meses relevados. Primer trimestre de 2023.	61
Tabla 7: Números telefónicos. Tasa de efectividad de marco, efectividad de contacto y efectividad de encuestas. Distribución según Mes de relevamiento y Meses relevados. Primer trimestre de 2023.	62
Tabla 8: Llamados. Tasa de efectividad de marco, efectividad de contacto y efectividad de encuestas. Distribución según Mes de relevamiento y Meses relevados. Primer trimestre de 2023.	63
Tabla 9: Tiempo promedio de duración de las encuestas con viajes y visitas, con viajes y sin visitas, sin viajes y con visitas, sin viajes ni visitas. Primer trimestre de 2023.	63
Tabla 10: Encuestas diarias y acumuladas según onda de relevamiento. Febrero 2023 a mayo 2023.	64
Tabla 11: Muestra teórica, encuestas efectivas y encuestas realizadas sobre muestra teórica. En total y porcentaje. Relevamiento de febrero de 2023 a febrero de 2024. ..	67
Tabla 12: Encuestas efectivas, números telefónicos y llamados. Distribución según Mes de relevamiento y Meses relevados. Totales. Relevamiento de febrero de 2023 a febrero de 2024.	67
Tabla 13: Números telefónicos. Tasa de efectividad de marco, efectividad de contacto y efectividad de encuestas. Distribución según Mes de relevamiento y Meses relevados. Totales. Relevamiento de febrero de 2023 a febrero de 2024.	68
Tabla 14: Llamados. Tasa de efectividad de marco, efectividad de contacto y efectividad de encuestas. Distribución según Mes de relevamiento y Meses relevados. Totales. Relevamiento de febrero de 2023 a febrero de 2024.	69
Tabla 15: Tiempo promedio de duración de las encuestas con viajes y visitas, con viajes y sin visitas, sin viajes y con visitas, sin viajes ni visitas. Totales. Relevamiento de febrero de 2023 a febrero de 2024.	69
Tabla 16: Encuestas diarias y acumuladas según onda de relevamiento. Totales. Relevamiento de febrero de 2023 a febrero de 2024.	70

INDICE DE INFOGRAFÍAS

Infografía 1: Resumen del turismo provincial de TDF para el año 2023	74
Infografía 2: Resumen del turismo interno de TDF para el año 2023	75

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Esquematización del Cuestionario utilizado durante la EVyTH-TDF	17
Gráfico 2: Estructura organizativa del equipo	42
Gráfico 3: Diagrama de tareas a confeccionadas	47
Gráfico 4: Resumen de tareas y actividades desarrolladas a lo largo de la EVyTH	48
Gráfico 5: Esquema de llamados y reemplazos	50



**UNISTAT
CONSULTING**

Gráfico 6: Metodología aplicada para la revisión de resultados de la EVyTH.....	54
Gráfico 7: Sistema informático CATI a utilizar.....	56

INDICE DE SIGLAS Y ABREVIATURAS

CATI	Computer Assisted Telephone Interviewing
CFI	Consejo Federal de Inversiones
CST	Cuenta Satélite de Turismo
CST-A	Cuenta Satélite de Turismo de Argentina
CST-TDF	Cuenta Satélite de Turismo de Tierra del Fuego
CST:RMC 2008	Documento "Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual" de la OMT del año 2008
ENGHo	Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares
EOH	Encuesta de Ocupación Hotelera y Parahotelera
EPH	Encuesta Permanente de Hogares
ETI	Encuesta de Turismo Internacional
EVyTH-AR	Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares de la Argentina
EVyTH-TDF	Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares de Tierra del Fuego
INDEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
INFUETUR	Instituto Fueguino de Turismo
IP1	Informe Parcial 1 de este Proyecto de Consultoría
IP2	Informe Parcial 2 de este Proyecto de Consultoría
IF	Informe Final de este Proyecto de Consultoría
IPIEC	Instituto Provincial de Análisis e Investigación, Estadística y Censo
MCC	Mínimos Cuadrados Clásicos
MTyD	Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación
OMT	Organización Mundial de Turismo
PBG	Producto Bruto Geográfico
RIET, 2008	Documento "Recomendaciones Internacionales para las Estadísticas de Turismo" de la OMT del año 2008
TDRs	Términos de Referencia del presente Proyecto de Consultoría
VBP	Valor Bruto de Producción

1 RESUMEN EJECUTIVO

En virtud de los resultados obtenidos de la Cuenta Satélite de Turismo de la provincia de Tierra del Fuego (CST-TDF), el turismo interno de TDF en el año 2017 representó un segmento significativo en términos de cantidades y en gasto total turístico para la provincia. En efecto, la provincia tuvo 176 mil turistas internos y alrededor de 447 mil excursionistas, explicando en su conjunto más del 55% de los visitantes totales de la provincia. Además, desde el punto de vista del gasto, aquel 55% de los visitantes, explican el 22% del gasto total turístico.

En este contexto, el Consejo Federal de Inversiones ha contratado a Unistat Consulting para llevar a cabo la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares de la provincia de Tierra del Fuego (EVyTH-TDF). El objetivo de esta encuesta es relevar los viajes turísticos, y sus características, realizados por la población residente, así como computar información sociodemográfica que permita caracterizar a los turistas residentes. Esta metodología está inspirada en técnicas mundialmente aceptadas y se considera la experiencia acumulada en nuestro país a partir de la EVyTH-AR, así como internacionalmente.

Para cumplimentar el objetivo antes planteado, siguiendo los TDRs, se presentó un primer informe (el IP1) que contenía la metodología a implementar durante el campo de la EVyTH-TDF. Asimismo, también resumió los resultados esperados a obtener del proyecto, las tareas/actividades previstas, el desarrollo del sistema CATI, se detallaron los talleres de presentación del Proyecto y las actividades alcanzadas a la fecha de su entrega. Siguiendo la metodología presentada en el IP1 (así como los TDRs fijados en el Contrato), el informe parcial N° 2 (el IP2) presentó los resultados obtenidos durante el campo de la EVyTH-TDF para los viajes realizados por los residentes de la Tierra del Fuego durante los meses de enero a marzo del año 2023 (primer trimestre del año). El IP2, también, describió las tareas ya comenzadas en pos de dar cumplimiento a las actividades contenidas en la tarea siguiente; la Tarea 3 (campo y resultados para los trimestres 2, 3 y el año 2023 completo). Los TDRs establecen que este informe final (IF) debe contener todo lo realizado durante el Proyecto. Específicamente debe contener “las estimaciones final (Informe Final) abarcando los resultados por cada uno de los cuatro (4) trimestres a ser relevados. Además, el IF contendrá un resumen de lo sucedido durante el campo, con recomendaciones sobre los instrumentos y mecanismos de recolección de información para futuras ediciones de la EVyTH-TDF.”¹ Además de incluir lo antes

¹ Ver Contrato en hoja 11.

requerido (los resultados de las estimaciones finales durante todo el año), este IF incluye (ver adjunto):

1. la base de datos usuarias conteniendo la información recolectada durante la encuesta, incluyendo las imputaciones, validaciones, expansión al universo.
2. Cuestionario final.
3. La explicación detallada de la organización y metodología a utilizada durante el relevamiento.

Al cabo de los trabajos de campo, tal como detalla en el Informe Anual de la EVyTH-TDF para el año 2023, el turismo de TDF se caracteriza por lo siguiente:

1. En primer término, el turismo de los residentes en la provincia implicó un movimiento de 960 mil visitantes tanto dentro como fuera de ésta.
2. En segundo lugar, de estos visitantes, el 80% recorrió la provincia (765 visitantes internos) y el resto otra provincia o país (195 visitantes emisivos).
3. A su vez, en tercera instancia, de los visitantes internos, 218 mil (28%) pernoctaron en algún destino de la provincia, mientras que 547 mil realizaron visitas por el día (72%).
4. A pesar de esta mayoría de excursionistas, el gasto interno alcanzó los 12.365 millones de pesos y se explica prácticamente en partes iguales entre turistas y visitantes del día (\$ 6.122 millones vs \$ 6.244 millones).
5. A su vez, en el año 2023, las pernoctaciones de los turistas internos alcanzaron, en promedio, 2,2 noches, lo que explicó que el gasto diario por turista fuera de 12.878 pesos.
6. Los excursionistas internos, por su parte, gastaron 11.416 pesos por persona.

Centrando el análisis en el turismo interno (principal objetivo de la EVyTH-TDF), se observó el predominio del motivo de ocio/esparcimiento como principal impulsora del turismo dentro de la provincial (71% realizó visitas con motivo de “ocio/esparcimiento”, mientras que el 25% para visitar familiares o amigos). La temporada elegida por los visitantes internos fue el 3° trimestre del año 2023 y, en segundo lugar, la temporada de invierno (29% y 27%, respectivamente). Más allá de este ranking, en términos generales, los visitantes internos se distribuyeron homogéneamente a lo largo del año (siendo el 2° trimestre la temporada más baja) lo cual resulta relevante en términos de desestacionalizar el turismo. Desde el punto de vista de los destinos más visitados, el área “Centro” explicó el 48% de los visitantes que se movilizaron en el año 2023, seguida por el área “Sur” que recibió el 36%. En particular, la ciudad de Tolhuin resultó el destino más visitado (39% del



**UNISTAT
CONSULTING**

total de visitantes internos), seguida por la ciudad de Ushuaia (19% del total de visitantes internos) y, en tercer lugar, lo ocupó el Parque Nacional Tierra del Fuego (explicando el 7% de los visitantes totales de ese año). Desde el punto de vista del alojamiento utilizado, se destacó el uso de segundas viviendas del hogar (en línea con el destino más visitado), seguido por el uso de casa de familiares y amigos y los hoteles hasta tres estrellas (respectivamente, el 37,9%, 23,4% y 22,5% de los turistas internos).

2 INTRODUCCIÓN

Con miras a la toma de decisiones más eficientes resulta esencial para los hacedores de políticas públicas contar con estadísticas robustas y consistentes metodológicamente. En el caso del turismo, la generación de las estadísticas básicas es necesaria para el diseño de estrategias de marketing para promocionar los productos y/o los mercados objetivos, el fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales, la evaluación de la eficiencia y eficacia de decisiones de gestión, la medición de la contribución económica del turismo, entre otros fines.

Un instrumento central para la medición del turismo resulta la Cuenta Satélite de Turismo (CST). En efecto, la CST proporciona el marco conceptual y la estructura organizativa para la conciliación de la mayoría de las estadísticas de turismo internamente dentro del sector, así como con otras estadísticas económicas del país/provincia o región (especialmente con el Sistema de Cuentas Nacionales). Desde esta perspectiva, para las distintas jurisdicciones, la CST constituye un instrumento central para la identificación de faltantes de datos y la revisión de las fuentes de datos existentes, así como en el desarrollo de nuevas fuentes de información. En definitiva, la CST es sumamente relevante para cuantificar y caracterizar al turismo desde el punto de vista macroeconómico por varias razones fundamentales:

- Es un instrumento que reconoce que el turismo corta transversalmente muchas ramas de la economía, productos y actividades productivas, lo que facilita una comprensión más profunda de los vínculos del turismo con otras áreas de la economía;
- Constituye un vínculo estructural al Sistema de Cuentas Nacionales, la Balanza de Pagos y las estadísticas de comercio internacional de servicios, y, como consecuencia, a otros marcos macroeconómicos;
- Es un vínculo estructural con agregados de las Cuentas Nacionales y su método de estimación en general, a partir de lo cual las estadísticas de turismo adquieren credibilidad y legitimidad;
- Es una metodología y un marco para la reconciliación estadística completa de los datos del turismo vinculados a la oferta de las industrias turísticas y otras ramas de la economía y la demanda por los visitantes y otros tipos de variables asociadas, especialmente los relacionados con la caracterización de los visitantes, viajes de turismo y el empleo en las industrias turísticas;

- Constituye un marco único a partir del cual se puede compilar el Producto Interno Bruto del turismo, medida básica para cuantificar el tamaño del sector además de otros agregados;

Uno de los pilares fundamentales para la elaboración de la CST es la medición precisa de la demanda turística de la jurisdicción objetivo. En efecto, el peso del turismo en una economía está intrínsecamente definido por la demanda turística ya que, en definitiva, que un consumo sea “turístico” o no, depende de quién lo consume (un turista) y no de quién lo produce. Es a partir de la demanda que se pone en práctica el concepto de turismo; es decir, la producción de bienes y servicios es un concepto genérico para “convertirse” en turístico si finalmente es consumido por un turista. Por lo tanto, la cuantificación y caracterización de la demanda resulta vital en la implementación de la CST y, por lo dicho anteriormente, es fundamental para toda la medición del turismo. En línea con esto, entonces, las recomendaciones internacionales hacen especial énfasis en la generación consistente de datos de la demanda turística, sea interna o externa (interno, receptivo doméstico o internacional).

En particular, con relación a la medición del turismo interno, la Organización Mundial del Turismo (OMT), destaca la necesidad e importancia de contar con una encuesta de turismo doméstico (es decir, la medición del consumo turístico interno). En efecto, en el párrafo 2.72 del documento “Recomendaciones Internacionales sobre Estadísticas de Turismo” (RIET; 2008), la OMT expresa que “Las encuestas a hogares basadas en muestras estratificadas usando criterios espaciales, demográficos y socio-económicos puede ser un instrumento eficiente y apropiado para medir la actividad del turismo doméstico y su gasto relacionado”.

La Argentina ha acogido estas recomendaciones implementando una Encuesta de Viaje y Turismo de los Hogares (EVyTH-AR). En efecto, desde el año 2012 hasta la actualidad, el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación (MTyD) implementó la EVyTH-AR a través de encuestas telefónicas (CATI) continuas. La EVyTH-AR tiene como objetivo medir la evolución de los viajes realizados por los hogares argentinos, sus características y computar aspectos sociodemográficos que permitan caracterizar a los turistas residentes a nivel nacional. Mensualmente se entrevistan telefónicamente unos dos mil seiscientos hogares particulares (es decir, que las estimaciones mensuales se realizan sobre una base de cinco mil doscientos hogares, integrados por alrededor de 18 mil personas) residentes en las capitales de todas las provincias argentinas y en los aglomerados urbanos que no son capitales, pero que tienen una población superior a los cien mil habitantes. Sumados, ambos casos

concentran actualmente casi dos tercios de la población total del país.² Los resultados definitivos contenidos en los informes generados en el marco de la EVyTH-AR para un mes de referencia surgen a partir de las respuestas efectivas de 5.200 hogares.³ La EVyTH-AR capta a todos los visitantes, independientemente de las características de sus viajes y la entrevista se realiza luego de la finalización del viaje. Desde el punto de vista representatividad geográfica, si bien la EVyTH-AR considera en la muestra a hogares ubicados en Río Grande y Ushuaia (entre otras localidades),⁴ el diseño muestral permite únicamente brindar resultados a nivel región “Patagónica”.⁵

Tierra del Fuego, Antártida e Islas Del Atlántico Sur (en adelante, TDF) ha sido la primera provincia en estimar su CST (CST-TDF, en adelante). En efecto, el gobierno de la provincia, a través del Instituto Fuegoino de Turismo (INFUETUR, en adelante) y con financiamiento del CFI, finalizó su estimación a mediados del año 2022. Los resultados de la CST-TDF indican que para el año 2017 (año base) la provincia tuvo 176 mil turistas internos y alrededor de 447 mil excursionistas, explicando en su conjunto más del 55% de los visitantes totales de la provincia.⁶ Por lo tanto, más de la mitad de los visitantes resultan ser internos. Desde el punto de vista del gasto, aquel 55% de los visitantes totales de la provincia, explican el 22% del gasto total

² Este universo es idéntico al considerado por la Encuesta Permanente de Hogares relevada por el INDEC, fuente que es utilizada tanto para expandir los resultados a la población que allí habita, como para calibrar los pesos en función del sexo, la edad y el nivel educativo de las personas.

³ De acuerdo a la metodología de la EVyTH-AR, en dos meses consecutivos de relevamiento, se le consulta por los viajes (y demás aspectos) realizados en el mes de referencia y así se acumulan 2.600 respuestas durante el primero de esos meses y otro tanto durante el segundo mes; es decir, en el mes de relevamiento “t”, se consulta a 2.600 hogares por los viajes (dentro de otros aspectos) realizados durante los meses de referencia “t-1” y “t-2”. Luego, en el siguiente mes de relevamiento (mes “t+1”) se hace lo propio (son consultados otros 2.600 hogares) para los meses de referencia “t” y “t-1”. Así el mes de referencia “t-1” se ha completado con respuestas efectivas por parte de 5.200 hogares.

⁴ En total son 32 aglomerados considerados en la muestra: CABA, Partidos del Conurbano, Gran Córdoba, Gran Rosario, Gran Mendoza, La Rioja, Gran San Miguel de Tucumán, Formosa, Gran La Plata, Gran Mar del Plata, Gran Salta, Gran Santa Fe, Gran San Juan, Gran Resistencia, Santiago del Estero, Corrientes, Gran Neuquén, Gran Posadas, Gran San Salvador de Jujuy, Gran Bahía Blanca, Gran Paraná, Gran San Fernando del Valle de Catamarca, Gran San Luis, Río Cuarto, Concordia, Comodoro Rivadavia, Viedma, San Nicolás, Santa Rosa, Rawson, Ushuaia, Río Grande y Río Gallegos.

⁵ Compuesto por todos los aglomerados pertenecientes a las Provincias de La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego. Vale indicar que en Río Grande hoy la EVyTH-AR toma una muestra de tan solo 14 hogares, mientras que en Ushuaia, de 13.

⁶ Los turistas internos representaron el 28% de los turistas totales de la provincia en el año 2017. Además, se concluyó que el excursionismo doméstico era sumamente escaso (y de difícil cuantificación por lo que se lo tomó como nulo), mientras que el excursionismo internacional se aproximó a los 56 mil visitantes (alrededor de un 10% del total del excursionismo que la provincial posee).

turístico (a precios del año base), donde la mitad es gasto de los excursionistas internos y la otra corresponde a los turistas internos. En conclusión, el turismo interno de TDF resulta ser significativo en términos de cantidades y en absoluto no desdeñable del gasto total turístico provincial.

Más allá de estos datos, en la CST-TDF la cuantificación y caracterización del turismo interno provincial resultó dificultosa, cuando no imposible. Por un lado, su cuantificación implicó un desafío ya que debió promediarse varios años de los datos recabados por la EVyTH-AR⁷ en pos de brindarle robustez a los datos obtenidos. Por otro lado, resultó imposible obtener datos fiables provinciales para caracterizar las actividades que los visitantes internos realizan, su estacionalidad, los productos/servicios que compran (especialmente los no turísticos), los destinos provinciales que visitan, etc.

Por todo lo indicado anteriormente, en definitiva, resulta crucial que TDF cuente con una encuesta como la EVyTH-TDF que permitió no solo mejorar la robustez de las estimaciones de la CST-TDF, sino fundamentalmente contar con datos de perfil de los visitantes internos que mejoren la toma de decisiones en materia de políticas públicas, así como las decisiones del sector privado turístico. Esta EVyTH-TDF permite, además, complementar la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y alcanzar de esta manera un hito sumamente relevante para la provincia, tal como recomienda la OMT: contar con una medición robusta de dos de las tres formas de turismo; esto es, el turismo interior (que se mide a través de la EOH) y el turismo provincial (que se estimó para el año 2023 a través de esta EVyTH-TDF).

Vale destacar que la ejecución de lo propuesto requirió de la coordinación y cooperación continua del INFUETUR e IPIEC, prestando colaboración técnica, validando cada una de las etapas antes descriptas, así como gestionando y organizando los diferentes talleres, seminarios y capacitaciones realizados a lo largo de este proyecto. Asimismo, en diferentes instancias del proyecto, se coordinaron reuniones técnicas presenciales y virtuales con referentes de cada organismo en las que se consensuaron los ajustes pertinentes con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos fijados.

⁷ Por ejemplo, a partir de la EVyTH se debió calcular un promedio considerando varios años de la proporción de los residentes en TDF que se hospedan en hoteles respecto de los que utilizan otros lugares para hospedarse (viviendas alquiladas, segundas viviendas, casas de familiares y amigos, etc.). Misma exigencia se requirió de la EVyTH para estimar la proporción de turistas respecto de los excursionistas.

Siguiendo los TDRs, este IF es autocontenido en el sentido que incorpora todas las actividades y productos llevados a cabo durante el proyecto, según especifica el Contrato. Por lo tanto, en la sección 3 (Tarea 1), se detalla la organización del campo, así como la metodología seguida durante el relevamiento de la EVyTH-TDF (incluyendo el Formulario Base definido), en línea con los aspectos técnicos estipulados por los TDRs. Incluye la descripción del taller de presentación de la metodología, técnicas y organización realizado entre el 27 y 28 de febrero del año 2023. En la sección 4 (Tarea 2), se describe el trabajo de campo realizado a lo largo de los 12 meses que duró las entrevistas telefónicas llevadas a cabo por la consultora a los hogares de TDF (implementando el Formulario y las técnicas definidas en la etapa anterior). Además, en esta sección se presentan los resultados para el primer trimestre del año 2023, cuya compilación se detallan en el 1° Informe Trimestral de la EVyTH-TDF (es acompañado de su respectiva base de datos usuario). En la sección 5 (Tarea 3), se explican los resultados obtenidos, que son compilados en 4 Informes Trimestrales (uno para cada trimestre del 2023) y un Informe Anual que resume todas las variables relevadas según se especifica en los TDRs (ver tabla presentada en la Sub-Tarea 1.2). La compilación es acompañada de su respectiva base de datos usuario. Además, la sección describe los resultados del seminario de capacitación sobre los aspectos metodológicos, técnicos y la evolución del campo a lo largo de las 12 ondas, incluyendo presentación de los resultados de la medición del turismo interno de la provincia, realizado el 19 y 20 de marzo en TDF.

3 TAREA 1: DEFINICIÓN DE LA METODOLOGÍA DE TRABAJO Y FORMULARIO BASE

En cumplimiento de lo estipulado por los TDRs, la presente sección describe la metodología seguida durante el relevamiento de la EVyTH-TDF (incluyendo el Formulario Base definido), en línea con los aspectos técnicos estipulados por los TDRs. Además, en la sección se describe los talleres de presentación de la metodología, técnicas y organización realizados entre el 27 y 28 de febrero del año 2023.

3.1 Sub-Tarea 1.1: Definición del Formulario Base

Como parte del IP1 fue presentado el cuestionario (o Formulario Base), aprobado por el INFUETUR/IPIEC, que se utilizó para realizar la encuesta. Este formulario se anexa al presente IF. A modo de síntesis, a continuación, se describen los aspectos más relevantes del Formulario Base.

En primer término, el Formulario se divide en dos secciones: un cuestionario “base” (o pétrea) y otro “ad-hoc”. El cuestionario base (o sección “pétrea”) procura relevar los viajes realizados en los últimos dos meses, mientras que la sección “ad-hoc” tiene la función de captar eventuales viajes futuros o relevamientos especiales que puedan ser incorporados a requerimiento

El cuestionario utilizado a lo largo de la EVyTH-TDF parte del Formulario Base de la EVyTH-AR aunque incorpora adaptaciones para reflejar el contexto de TDF. Estas adaptaciones fueron consensuadas con el equipo técnico del INFUETUR e IPIEC. Se procuró minimizar los cambios respecto de aquel utilizado para la EVyTH-AR de forma tal de garantizar máxima comparabilidad en los resultados. La sección “pétrea” del cuestionario, se compone de 9 Bloques; a saber:

1. Bloque “Características de los miembros del hogar”. Este bloque está subdividido en tres. (i) Al inicio de la encuesta, sólo se indaga por la cantidad de personas que integran el hogar y las iniciales (de forma tal de mantener el anonimato) de cada uno de los miembros del hogar. (ii) Al final del cuestionario, luego de indagar por la realización de viajes y visitas y sus características, se indaga por las características de los miembros del hogar, bajo el supuesto de que, con el devenir de la encuesta, el entrevistado gana confianza y se muestra menos renuente a responder estas preguntas. En este mismo sub-bloque se indaga

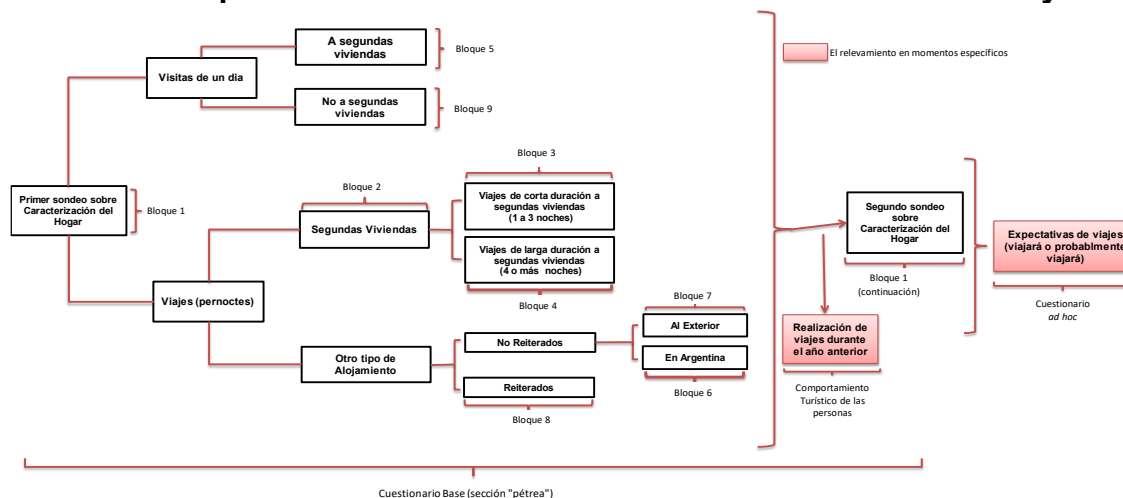
por el comportamiento turístico en el año calendario anterior a la encuesta (año 2022)⁸; (iii) La indagación por los ingresos totales del hogar, que cierra la encuesta, se incluye como otro sub-bloque también al finalizar el Formulario Base.

2. Bloque “Segundas Viviendas”. Se indaga únicamente por las segundas viviendas que el hogar dispuso y utilizó durante el periodo de referencia.
3. Bloque “Viajes de corta duración a segundas viviendas”: 1 a 3 noches (VCDS).
4. Bloque “Viajes de larga duración a segundas viviendas”: 4 noches o más (LDSV).
5. Bloque “Visitas de un día a segundas viviendas” (VDSV).
6. Bloque “Viajes no reiterados en Tierra del Fuego y resto de Argentina” (VA).
7. Bloque “Viajes no reiterados al exterior” (VE).
8. Bloque “Viajes a destinos reiterados” (DR). Este bloque funciona como “reserva”, es decir, no se pregunta directamente al entrevistado si realizaron viajes de este tipo, sino que el encuestador lo completa en caso de detectar la existencia de este tipo de viajes en la indagación de los bloques anteriores (VA y VE).
9. Bloque “Visitas de un día”.
10. Comportamiento turístico de las personas. Finalmente, el formulario también incorpora, solo durante los meses de relevamiento de febrero a mayo, una sección donde se indaga por viajes realizados durante al año anterior (con pernocte) a modo de conocer el acceso al turismo de la población. Con la información recabada en esta sección se confecciona el informe sobre “Acceso al Turismo” y/o “Comportamiento Turístico de las Personas”.

Sinópticamente, la lógica del Formulario Base puede resumirse a través del siguiente gráfico (en anexo consta el cuestionario coordinado junto a los técnicos del INFUETUR/IPIEC; ver sección 7.3):

⁸ Se trata del bloque que indaga sobre el acceso al turismo a partir de consultarle al hogar por viajes (con pernoctes) realizados en cualquier momento del año anterior (es decir, del año 2022). Esta temática se consultó únicamente durante los meses de febrero hasta mayo inclusive del año 2023 (siguiendo la misma metodología que se aplica en la EVyTH-AR).

Gráfico 1: Esquematación del Cuestionario utilizado durante la EVyTH-TDF



Fuente: Elaboración propia

Importa remarcar que este orden del formulario (diferenciando entre viajes de corta duración, reiterados, etc.) es solo a los efectos de asegurarse se agoten las diferentes tipologías de viaje al momento de encuestar, no siendo categorías que la OMT exija en sus recomendaciones.

El cuestionario base contiene su propia terminología para caracterizar a los viajes (en sentido amplio). Así, por ejemplo, cuando el visitante pernocta al menos una noche en el lugar de destino, se especifica como “viajes” y “viajeros” propiamente dichos. Cuando la persona no pernocta en el lugar de destino, se hace referencia a “visitas de un día” o “excursionistas”. Por lo tanto, en función de una serie de variables, se han definido diferentes tipos de viajes. Estas variables son:

- 1) Cantidad de noches en el lugar visitado. Se consideran las noches pasadas en alojamientos del lugar visitado.
- 2) Tipos de Alojamiento donde pernoctaron. Se clasifican en dos grupos:
 - a) “Segundas viviendas”
 - b) “Otros tipos de alojamientos”: aquí se incluyen todos los tipos de alojamiento diferentes a las segundas viviendas (hoteles de todas las categorías, camping, casas de familiares o amigos, etc.).
- 3) Ubicación del Destino Principal, según sea:
 - a) En Tierra del Fuego u otro lugar de Argentina (ciudad/localidad).
 - b) En otro país.
- 4) Viajes Similares en los últimos 2 meses. De acuerdo con la cantidad de viajes realizados a un mismo destino con características similares (miembros

participantes, cantidad de noches, tipo de alojamiento, motivo principal, etc.) los viajes se clasifican en:

- a) "Reiterados": cuando hayan realizado 3 o más viajes en los últimos 2 meses.
- b) "No reiterados": cuando se hayan realizado uno o dos viajes en los últimos 2 meses.

La información que se solicita depende del tipo de viaje que se trate y se registra en un Bloque específico del Formulario Base. Esta clasificación responde a la estrategia definida para mejorar la indagación y captación de los distintos viajes que las personas pueden realizar. En función de las variables mencionadas, llegamos a la siguiente clasificación:

Tabla 1: Caracterización de los Viajes a ser Relevados y Ubicación en el Formulario Base

TIPO DE VIAJE	CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE						
	Cantidad de noches en el lugar visitado	Tipo de alojamiento donde pernoctaron	Ubicación del destino principal	Viajes similares en los últimos 2 meses	Rige Entorno Habitual	N° de Bloque	Último / Todos
Viajes de Corta Duración a la Segunda Vivienda (CDSV)	1 a 3	Segunda Vivienda	Exterior Argentina	X	NO	3	Último
Viajes de Larga Duración a una Segunda Vivienda (LDSV)	4 ó más	Segunda Vivienda	Exterior Argentina	X	NO	4	Todos
Visitas de un día a una Segunda Vivienda (VDSV)	0	Sin pernocte	Exterior Argentina (Segunda Vivienda)	X	NO	5	Último
Viajes en Argentina (VA)	1 ó más	Otro Tipo (No Segunda Vivienda)	Argentina	Uno o dos viajes	SI	6	Todos
Viajes al Exterior (VE)	1 ó más	Otro Tipo (No Segunda Vivienda)	Exterior	Uno o dos viajes	SI	7	Todos
Viajes Reiterados al mismo destino (VR)	1 ó más	Otro Tipo (No Segunda Vivienda)	Exterior Argentina	3 ó más viajes	SI	8	Último
Visitas de un día (VD)	0	Sin pernocte	Exterior Argentina	X	SI	9	Último

Fuente: Elaboración propia.

En la última columna del cuadro precedente se señalan dos situaciones: (a) en ciertos tipos de viajes (CDSV, VDSV, VR, VD), dentro de cada bloque, se indaga por la cantidad de viajes o visitas realizadas a cada lugar visitado y luego se realizan algunas preguntas sobre el último de los viajes o visitas a cada lugar; (b) en otros tipos de viajes (LDSV, VA, VE) se consulta directamente por cada uno de los viajes realizados. Esto es así porque por la propia definición de los tipos de viaje que componen el primer grupo se trata de viajes muy parecidos entre sí; en cambio, en el segundo grupo, los viajes englobados dentro de un mismo tipo pueden ser totalmente distintos. Excepto algún caso particular, existe un núcleo de preguntas que no varía según el tipo de viaje realizado por el hogar. Por ejemplo, se consulta por destino, tipo de alojamiento, actividades, etc.

Como fuera mencionado anteriormente, la parte “ad-hoc” del formulario base, fue incorporado con la función primordial de relevar los aspectos especiales, como por ejemplo, comportamiento turístico. La decisión de incorporar este relevamiento complementario se coordinó con los técnicos del INFUETUR e IPIEC. Por esta razón, al finalizar el cuestionario “pétreo”, se incorpora esta sección.⁹

Referirse al anexo (sección 7.3) para encontrar el Formulario Base completo.

3.2 Sub-Tarea 1.2: Definición del Diseño del Marco Metodológico

A continuación, se detallan los aspectos metodológicos sobre los cuales se estructuró el relevamiento de la EVyTH-TDF. Por consiguiente, se brinda una descripción pormenorizada sobre la unidad de observación a considerar, el marco muestral a utilizar, el diseño muestral a adoptar, el proceso de calibración a implementar, etc. En definitiva, se pretende con este capítulo dar cumplimiento a los Términos de Referencia del Contrato (se refiere a los Términos de Referencia establecidos en el Contrato de Obra correspondiente al EX-2022-00163300- -CFI-GES#DC, en adelante “Contrato” o “El Contrato”), explicando la metodología utilizado durante el relevamiento. Además de especificar el marco, resulta relevante el presente capítulo con miras a asentar un precedente que sirva de legado para que futuros relevamientos puedan replicar la metodología y procedimientos involucrados en la toma de datos y su posterior procesamiento para así conservar la consistencia y

⁹ El comportamiento turístico de los hogares/personas refiere a indagar si en algún momento del año anterior el hogar/persona realizó al menos una visita y permite conocer el grado de acceso de los hogares/personas a esta actividad. Existen benchmarks nacionales e internacionales que caracterizar si existe una alta “población viajera” en la localidad/provincia/país.

consecuente comparabilidad de los resultados en materia de medición del turismo interno provincial.

La población bajo estudio de la Encuesta son las personas residentes en hogares particulares de las 2 grandes ciudades de Tierra del Fuego: Río Grande y Ushuaia. Las estimaciones que surjan de la presente Encuesta serán trimestrales.

El marco muestral del estudio estuvo constituido por un listado de números telefónicos de particulares (fijos y celulares), actualizada a 2022. A la base original se le aplicaron filtros a través de palabras clave de modo de eliminar el mayor número de casos que no se corresponden a hogares particulares ("banco", "colegio", "farmacia", "SRL", etc.).

El diseño muestral es probabilístico, donde cada ciudad es considerada un Estrato. La selección aplicada es sistemática (a partir de ordenar los números telefónicos en cada ciudad por calle, altura y teléfono).

El tamaño de muestra es de 200 casos efectivos mensuales, 100 en Río Grande y 100 en Ushuaia. Es decir, cada 2 Ondas se obtendrán 400 respuestas para cada Mes (200 en cada ciudad). Al finalizar cada trimestre se contará con 600 respuestas en cada una de las ciudades.

3.2.1 Unidades de observación

Siguiendo las definiciones establecidas por El Contrato, las unidades de observación de la EVyTH-TDF son las personas que residen en hogares particulares dentro del territorio de la Provincia de Tierra del Fuego. Se considera hogar particular a aquel hogar constituido por una persona o grupo de personas, parientes o no, que conviven en una misma vivienda bajo un régimen de tipo familiar y consumen alimentos con cargo al mismo presupuesto. Asimismo, se considera miembros del hogar a las personas que habitan en una misma vivienda bajo un régimen de tipo familiar, comparten sus gastos de alimentación, habitan la vivienda desde hace 6 o más meses o, si viven en ella hace menos de 6 meses, han fijado o piensan fijar allí su residencia.

3.2.2 Marco conceptual: definición de viaje

Siguiendo las definiciones habituales y las recomendaciones internacionales de la Organización Mundial del Turismo, a los efectos del relevamiento de la EVyTH-TDF,

se definió como viaje de turismo a todo aquel desplazamiento realizado por todos, algunos o al menos uno de los miembros del hogar fuera de su entorno habitual (las segundas viviendas por definición no forman parte). Debe tenerse en cuenta que:

- Debe tener una duración inferior a un año y quien viajó no haber fijado su residencia en el lugar de destino.
- Comprende los traslados, estadías y todas las actividades que las personas realizan en el lugar de destino.
- Puede haber ido a un sólo destino o haber tenido varias etapas.

Los motivos del viaje pueden ser esparcimiento, ocio o recreación; visita a familiares y amigos; negocios o motivos profesionales; estudios y formación; razones de salud, religión u otros (trámites, compras, etc.).

Se incluyen tanto los viajes en los que el viajero pernocta al menos una noche en el lugar visitado como las visitas de un día (excursiones sin pernocte).

Se considera viaje a todos los desplazamientos que cumplan con las condiciones enumeradas anteriormente y en los que hayan participado todos, algunos o uno de los miembros actuales del hogar encuestado.

El entorno habitual comprende la zona cercana al lugar de residencia habitual del hogar más todos los lugares visitados frecuentemente, aunque no sean cercanos a su lugar de residencia. Operacionalmente, la distancia que abarca el entorno habitual se define como el radio de 8 Km. desde la ciudad/localidad en que se encuentra la vivienda principal del hogar.¹⁰ La frecuencia mínima de visita a un sitio, para que éste sea considerado como parte del entorno habitual, es de una vez por semana. Por lo tanto, los viajes que aquí consideramos son los realizados a destinos ubicados a más de 8 Km de la localidad donde está la vivienda principal y que fueron visitados con una frecuencia no semanal.

En el caso de los desplazamientos internacionales, el criterio de distancia mínima es reemplazado por el de traspaso de la frontera administrativa. No obstante, el criterio

¹⁰ La referencia de 8km surge a partir del antecedente de la EVyTH-AR. Si bien en la EVyTH-AR se utiliza un criterio de radio más amplio (20km, excepto para los residentes del Gran Buenos Aires que se utiliza 40km), para el caso de la EVyTH-TDF se adaptó este radio dada la idiosincrasia propia de TDF (ejidos urbanos más pequeños y con ciudades de menos de 100 mil habitantes). Sin perjuicio de ello, en el caso de la EVyTH-TDF es posible cambiar de criterio de distancia para la definición del entorno habitual ya que la base de datos de origen y destino está detalladamente georreferenciada.

de frecuencia sigue rigiendo, por lo cual, si una persona habitualmente traspasa la frontera una o más veces por semana, se considera que estos desplazamientos son parte de su entorno habitual.

Un desplazamiento a un lugar fuera del entorno habitual, en términos de distancia y frecuencia, puede no ser un viaje. Estas exclusiones rigen en todos los casos, incluso cuando el viaje se realice a una segunda vivienda del hogar¹¹.

Tabla 2: Definición de Entorno Habitual

Distancia	Frecuencia	
	Semanal (1 ó varias veces por semana)	Otra frecuencia (Quincenal, mensual, esporádica, etc.)
Menos de 20 Km. o menos	Entorno Habitual	Entorno Habitual
Más de 20 Km.	Entorno Habitual	VIAJE

Fuente: Elaboración propia en base a RIET,2008

3.2.3 Unidades de análisis

El marco conceptual antes definido permitirá obtener conclusiones a partir de diversas unidades de análisis. A continuación, se las repasan junto con una breve descripción de cada una de ellas:

¹¹ Si una persona realizó un desplazamiento cuyo motivo principal fue trabajar como empleado de una empresa o institución residente en el lugar visitado (a cambio de un salario, se trate de un empleo en “blanco” o no) no se considerará visitante de ese lugar y, por tanto, no se registrará el viaje. No se considera “empleado” si quien viaja por trabajo brinda un servicio por el cual percibe honorarios, o bien si recibe dinero en concepto de “viáticos”, es decir, una asignación para cubrir los gastos del viaje (pasajes, alojamiento, alimentación, etc.). Por ejemplo, no se consideran viajeros cuando son empleados en el lugar de destino:

- trabajadores en temporada en hoteles, explotaciones agropecuarias, etc.;
- trabajadores temporarios en internados, hospitales y similares;
- estudiantes que viajan por períodos inferiores a 12 meses y trabajan para mantenerse (tanto quienes reciben un salario por su trabajo como quienes ayudan a una familia en las labores de la casa y el cuidado de los niños a cambio de la estancia y el mantenimiento);
- quienes viajan como acompañantes (familiares, servicio doméstico, etc.) de aquellos que lo hacen por cualquiera de los motivos ya enunciados, aunque hayan realizado actividades turísticas.

En cambio, si se consideran que realizaron viajes aquellas personas que viajaron por trabajo, pero no fueron empleados en el lugar de destino, por ejemplo:

- conferenciantes, artistas de espectáculos y consultores;
- un abogado que defiende en un juicio a una persona o empresa del lugar visitado;
- un cirujano que viaja a realizar una operación por única vez.

No se consideran viajes aquellos desplazamientos realizados por las personas para quienes el traslado es parte de su trabajo. Por ejemplo, los pilotos de avión, conductores de camión o de ómnibus de larga distancia, viajantes de comercio y similares (incluyendo personal de seguridad, de asistencia - azafatas-, etc.).

- Hogar: es la persona o grupo de personas, parientes o no, que habitan bajo un mismo techo en un régimen de tipo familiar; es decir, comparten sus gastos en alimentación con cargo a un mismo presupuesto.
- Persona: cada uno de los individuos integrantes de un hogar.
- Viaje: significa cada desplazamiento que realiza una persona fuera del entorno habitual pernoctando en el/los lugar/es de destino.
- Visita de un día: es el recorrido de una persona fuera del entorno habitual sin pernoctar en el lugar de destino.
- Pernoctación: se trata de una noche de alojamiento de una persona.

Consultar la sección 7.4 para más detalles de cada concepto y su correspondiente operacionalización.¹²

3.2.4 Universo bajo estudio y diseño muestral

Según lo estipulado por El Contrato, el universo bajo estudio de la encuesta fueron los aglomerados urbanos de Rio Grande y Ushuaia (en adelante, “las localidades” o los estratos/aglomerados”).

El diseño muestral a considerar durante el relevamiento de la EVyTH-TDF se estructura en las siguientes pautas:

- Cada una de las localidades definidas fue considerada como estrato y se seleccionó muestras independientes en cada una de ellas.
- El método de selección implementado es el sistemático.
- La selección aplicada es sistemática en cada estrato. Además, en cada uno, se realizó una estratificación implícita a partir de ordenar los números telefónicos en cada ciudad por calle, altura y característica telefónica.

3.2.5 Expansión datos muestrales

En toda encuesta por muestreo el factor de expansión por diseño es la inversa de la probabilidad de selección.

Este factor de expansión por diseño se ajustó a partir de una calibración a marginales fijos. La calibración se aplicó con el objetivo de corregir sesgos de selección, corregir la existencia de subgrupos de la población objetivo sub o sobrerrepresentados, dar

¹² También es recomendable consultar RIET, 2008.

una solución al problema de la no respuesta, disminuir el error cuadrático medio y lograr una concordancia entre totales conocidos y los que se obtendrán a través de la muestra.

Para la calibración se consideró la información procedente del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022 (Total de personas por localidad y sexo y total de viviendas) conjuntamente con información obtenida de la EPH (estructura porcentual de grupos de edad y nivel educativo). La calibración se aplicó por separado en cada Ciudad.

Los totales poblacionales que se utilizaron en cada ciudad para la calibración fueron:

- Total de personas por Sexo (Dato proveniente del Censo 2022)
- Total de personas por grupos de edad: 0 a 17 años, 18 a 34 años, 35 a 54 años, 55 y más.¹³
- Total de personas según nivel educativo alcanzado: “Sin Instrucción – Primaria Incompleta”, “Primaria Completa - Secundaria incompleta”, “Secundaria completa - Superior incompleta”, “Superior completa o más”.¹⁴
- Total de viviendas particulares.¹⁵

3.2.6 Tamaño muestral y manejo de los reemplazos

Los TDRs del Contrato que establecen que: “El tamaño de muestra de cada onda debe ser entre 75 y 100 encuestas efectivas (hogares) para cada uno de los aglomerados. Por caso efectivo se entiende la realización de una entrevista valida, se haya o no realizados viajes por parte de los miembros del hogar en el periodo de referencia.”¹⁶

Consecuentemente, en base a estos resultados, EVyTH-TDF considerará una muestra titular de 200 hogares distribuidos equitativamente en ambas regiones (Rio Grande y Ushuaia). Asimismo, en caso de que la muestra titular no fue contactada (por ausencia de respondentes, rechazo a responder la encuesta o errores del marco), se seleccionaron, con el mismo diseño muestral, seis hogares adicionales como reemplazos por hogar titular. Los reemplazos coincidieron con el aglomerado y

¹³ Dato obtenido a partir de aplicar el Total Poblacional proveniente del Censo 2022 a la estructura porcentual relevada por la EPH 2do trimestre.

¹⁴ Dato obtenido a partir de aplicar el Total Poblacional proveniente del Censo 2022 a la estructura porcentual relevada por la EPH 2do trimestre.

¹⁵ Dato proveniente del Censo 2022.

¹⁶ Ver hoja 24 del Contrato.

fueron utilizados luego de, al menos, seis intentos de comunicación insatisfactorios con la muestra inicial. En conclusión, se tomaron 6 reemplazos y, por lo tanto, la muestra tuvo un tamaño de 1.200 hogares con sus respectivos números de teléfono (por onda): 600 para Ushuaia y 600 para Río Grande.

De esta forma, con el mecanismo de períodos de referencia y ventanas de observación que se implementó (ver más adelante sección 3.2.6.2), se logró que, para un mes determinado, se duplique el tamaño de muestra (es decir, se relevarán 400 hogares)¹⁷. La muestra completa (incluyendo reemplazos) estuvo a disposición de los organismos provinciales.

3.2.6.1 Marco de muestreo

La EVyTH se instrumentó a través de un sistema C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviewing). Para ello, se utilizó como marco de muestreo la Guía Telefónica Nacional (GTN) del año 2022. Unistat Consulting contó con una Guía ya consistida y validada.

Los Licenciarios de Telefonía Básica es la fuente consultada para obtener la GTN. La GTN está compuesta por los siguientes campos:

- Rubro/Actividad
- Apellido y Nombre
- Domicilio
- Teléfono
- CP
- Ciudad
- Localidad
- Provincia

Con el fin de considerar únicamente aquellos registros que corresponden a hogares (y no tener en cuenta comercios, empresas, entidades gubernamentales, etc.), se realizaron ciertos filtros a dicha base de datos.

- En primer lugar, se eliminaron todos aquellos datos cuyo campo “Rubro/Actividad” no fuera “Part/Com”. Luego se procedió a eliminar los registros en los que o bien la primera o bien la última palabra del campo

¹⁷ Esta metodología se inspira en la Familitur de España.

“Apellido y Nombre” hicieran referencia a empresas, comercios, entes gubernamentales, etc. Por ejemplo, se descartaron aquellos datos cuya última palabra fuera “S.A.”, “S.R.L.”, etc., dado que hacen referencia a sociedades. Otros ejemplos son los registros cuya primera palabra del campo “Apellido y Nombre” fuera “Hospital”, “Gobierno”, etc. De esta forma se eliminaron gran parte de los datos que no correspondieran a hogares.

- Se eliminaron los datos repetidos, considerándose como tales aquellos con un mismo nombre y dirección.

Los números de teléfono celulares surgen de bases verificadas a través de constatar que existe la línea correspondiente.

3.2.6.2 Periodicidad, ventana de observación, períodos de referencia y esquema de rotación muestral

3.2.6.2.1 Periodicidad, ventana de observación y períodos de referencia

Para llevar adelante el campo de la EVyTH-TDF, se siguió una periodicidad de muestreo mensual (siguiendo lo establecido por los TDRs); es decir, todos los meses se relevó una muestra seleccionada de acuerdo con la metodología descrita anteriormente.

Además, se contempló una *ventana de observación*¹⁸ bimestral para los meses a ser relevados, es decir, períodos de recordación de dos meses consecutivos. Las ventanas de observación de períodos cortos, como este caso, eliminan la necesidad de recordación por tiempos prolongados, lo que favorece la veracidad de la información.

Tomar períodos bimestrales como ventanas de observación permitió generar un sistema de solapamiento que brindó mayor robustez a las conclusiones que se alcancen.

Para dar mayor detalle del mecanismo implementado en términos de ventanas de observación y solapamiento, se transcribe en la Tabla 3, la conceptualización del esquema.


¹⁸ El período para el cual se brinda información se denomina ventana de observación.

Tabla 3: Periodicidad, Ventana de Observación y Períodos de Referencia

Periodo de referencia de la encuesta (periodo de recordación)

Mes	Ene-23	23-Feb	23-Mar	Abr-23	23-May	23-Jun	23-Jul	Ago-23	23-Sep	23-Oct	23-Nov	Dic-23
Onda Febrero 2023 (= t)												
Onda Marzo 2023												
Onda Abril 2023												
Onda Mayo 2023												
Onda Junio 2023												
Onda Julio 2023												
Onda Agosto 2023												
Onda Septiembre 2023												
Onda Octubre 2023												
Onda Noviembre 2023												
Onda Diciembre 2023												
Onda Enero 2024												
Onda Febrero 2024												

Solapamiento del mes de enero 2023
a partir del relevamiento de la Onda 2 (febrero)
y Onda 3 (marzo)

 Relevamiento/Campo
Fuente: Elaboración propia.

Como explicado, la EVyTH-TDF se desarrolló durante doce ondas consecutivas, a razón de una onda por mes calendario. El mes calendario de comienzo del relevamiento fue febrero de 2023 (ver sección 4.3). Por lo tanto, para ese mes (que sería la Onda 2 de la EVyTH-23), se encuestará la muestra (titular) de 200 hogares (con los replazos que hicieran falta -100 hogares de Ushuaia y 100 de Rio Grande) y se consultó por los períodos de referencia correspondiente al primer mes calendario del año; es decir, enero 2023. Durante el segundo mes de relevamiento, marzo de 2023 (Onda 3), se procedió de forma similar para los viajes realizados en los dos meses anteriores (enero y febrero de 2023). Consecuentemente el mes de enero de 2023 quedó “solapada” la muestra, habiéndose encuestado 400 hogares para este mes (lo que garantiza la robustez del resultado).

3.2.6.2.2 Esquema de rotación muestral

Con el objetivo de mejorar la comparación de las principales variables a relevar, se renovó mensualmente el conjunto de hogares a encuestar. Conceptualmente, el esquema de rotación de una encuesta tiene incidencia sobre los siguientes aspectos:

- Precisión de las estimaciones del cambio entre dos períodos diferentes.
- Precisión de las estimaciones obtenidas al agregar muestra.
- Nivel de no respuesta (por cansancio del panel).

El solapamiento de las muestras entre dos períodos consecutivos (o sea el porcentaje de muestra en común) juega en sentido contrario para los primeros dos aspectos: si un esquema tiene un alto porcentaje de solapamiento entre un período y el siguiente, puede medir adecuadamente los cambios, pero disminuir su precisión para una

agregación a lo largo de varios períodos. Por el contrario, un bajo solapamiento mejora la precisión cuando se agrega muestra, pero disminuye la precisión de la estimación del cambio entre períodos sucesivos.

Tal como se describió anteriormente, el manejo muestral exige escoger la muestra antes de cada mes de relevamiento de modo tal de obtener muestras independientes, pero solapadas. El esquema de rotación que se implementó consistió en incluir en la muestra del mes 1 del año t , la muestra titular de los hogares respondientes del mismo periodo (mes 1) del año anterior ($t-1$), no con el objetivo de estudiar el comportamiento de esos hogares en particular, sino de modo tal de hacer que las variaciones interanuales no presenten diferencias extremas.¹⁹ De esta forma se maximizó la precisión en cuanto a los cambios suscitados entre un año y otro. Un sistema de rotación muestral como este permite evitar el cansancio del panel respondiente ya que se repitieron los hogares luego de doce meses. De esta manera, se logra una mejor ponderación entre ganancia en precisión (al rotar la muestra) y medición del cambio entre dos períodos (dos años).

3.2.1 Estimaciones

Más allá de las explicaciones y esquematizaciones del cuestionario final a ser implementado (ver sección 3.1), lo relevante es que su implementación permitió la caracterización socio-económica de los hogares, incluyendo la cuantificación y perfilamiento de las visitas en la provincia, según se muestra en la tabla a continuación:

¹⁹ Esto siempre y cuando se continúe con la EVyTH-TDF el año siguiente.

Tabla 4: Resumen de las variables a relevar

Período de referencia de la estimación y nivel de las estimaciones			
Unidad de Análisis	Variable	Trimestral	Final
		Nivel Provincial	Nivel Aglomerado y Provincial
Viajes Turísticos	Visitantes	x	x
Viajes Turísticos	Turistas	x	x
Viajes Turísticos	Excursionistas	x	x
Viajes Turísticos	Pernoctes	x	x
Viajes Turísticos	Gasto Total	x	x
Viajes Turísticos	Promedio de estadía	x	x
Viajes Turísticos	Promedio de gasto	x	x
Viajes Turísticos	Origen (regional)	x	x
Viajes Turísticos	Destino Principal	x	x
Viajes Turísticos	Motivo del Viaje	x	x
Viajes Turísticos	Tipo de Alojamiento Principal	x	x
Viajes Turísticos	Tipo de Transporte Principal	x	x
Viajes Turísticos	Actividades Turísticas realizadas	x	x
Viajes Turísticos	Sexo	x	x
Viajes Turísticos	Rango etéreo	x	x
Viajes Turísticos	Nivel de instrucción	x	x
Viajes Turísticos	Características ocupacionales	x	x
Viajes Turísticos	Ingresos familiar	x	x
Viajes Turísticos	Cantidad de destinos	x	x
Viajes Turísticos	Tamaño del grupo	x	x
Motivo de ocio o esparcimiento			
Viajes Turísticos	Utilización de paquete turístico	x	x
Motivo de ocio o esparcimiento, excepto 2das viviendas			
Viajes Turísticos	Tiempo de anticipación de la organización	x	x
Viajes Turísticos	Consulta y utilización de internet	x	x
Viajes Turísticos	Evaluación de destinos alternativos	x	x
Viajes Turísticos	Vistas anteriores al mismo destino	x	x
Viajes Turísticos	Calificación de servicios	x	x
Personas	Realización de viaje turístico	x	x
Personas	Realización de viaje turístico por ocio o esparcimiento	x	x
Personas	Realización de viaje turístico según quintil de ingresos familiar	x	x

Fuente: Elaboración propia.

3.2.2 Consistencia y validación

Con el objeto de garantizar la calidad de la información se utilizó un proceso de validación y consistencia de los ficheros resultantes de la encuesta para aplicarse previo a cualquier imputación o tratamiento de información faltante. Dicho proceso se

implementó mediante un programa que permita gestionar el proceso de validación y las correspondientes correcciones en los casos de hallar inconsistencias que ha sido diseñado especialmente para la EVyTH-TDF

En este tipo de procesos, el objetivo es controlar los valores o el campo de variación (rango de valores) de cada variable del cuestionario. En una primera etapa la validación se realizó exclusivamente para cada uno de los individuos registrados, independientemente de su interrelación con la información relevada en otros individuos del mismo hogar. Esto significa que esta validación inicial se realizó en forma independiente para cada individuo y para cada variable del cuestionario.

En las preguntas cerradas se controla que los códigos introducidos se encuentren dentro del rango de valores correspondientes a dicha variable. Por ejemplo, en la variable “NIVEL DE INSTRUCCIÓN”, sólo deben presentarse los códigos 01 a 10 y el código 99 para el caso de no respuesta.

Una segunda etapa del proceso de validación y consistencia radicó en la validación cruzada de la información contenida entre variables relevadas en un mismo individuo. Es decir, se analizaron las interrelaciones lógicas entre dos o más preguntas de un mismo individuo. Por ejemplo, si no responde en la pregunta sobre si trabaja o no, pero luego responde que es “ama de casa”, entonces debió corresponder la respuesta “No” a la pregunta sobre si trabaja.

El proceso de validación también implicó el manejo de las encuestas parcialmente completas. Se implementó un criterio para determinar cuáles encuestas no pueden ser utilizadas para extraer información y cuáles sí, de forma tal de minimizar la pérdida de datos. Se consideró una encuesta válida cuando el respondente haya contestado todas las preguntas referidas al comportamiento turístico del hogar dentro del periodo de referencia correspondiente y, al menos, respondió sobre las características básicas del jefe (sexo, edad, nivel educativo). Si bien la gran mayoría de los entrevistados respondieron hasta el final de la encuesta (y, por ende, se cuenta con las características de cada una de las personas que integran el hogar), en algunas ocasiones el respondente se negó a suministrar información personal. Como se mencionó, en estos casos el criterio para dar por válida una encuesta fue que al menos se haya obtenido la información básica sobre el jefe. En base a la información recolectada hasta allí (cantidad de integrantes, características del jefe, observaciones del encuestador sobre el sexo y/o la edad de las personas restantes -información que suele surgir durante el desarrollo de la entrevista), el Jefe de Estadística procedió a imputar las características básicas de las personas del hogar faltantes.

Por último, se implementó un proceso de validación “ex – post”. Este mecanismo consistió en estudiar cada una de las variables discriminadas en función de distintos cortes (etarios, regionales, etc.) con el fin de analizar respuestas que se ubicaron fuera de los rangos definidos como “normales”.

3.2.3 Procedimiento de imputación

Una vez finalizada la etapa de validación y consistencia de la información comenzaron las tareas de imputación de la falta de respuesta en las variables de cada base de datos. En la sección a continuación se realiza una breve descripción del proceso de imputación seguido para las principales variables relevadas por la EVyTH-TDF (ingreso total del hogar y gasto del viaje); mientras que en anexo de este documento (sección 7.7) se realiza una descripción más pormenorizada.

Desde el punto de vista conceptual, el método de imputación que se utilizó, al sustituir valores perdidos, requiere que la imputación no modifique las características de la variable en estudio. Por este motivo es recomendable demostrar, luego de la imputación, que no se han generado cambios relevantes en la distribución de la variable imputada.

En una primera instancia se procedió a estudiar y evaluar la imputación de las variables “Ingreso Total del Hogar” y “Gasto en Viajes”, sin embargo, lo aplicado en esta situación fue empleado en otras variables de interés (por ejemplo, edad, sexo y situación laboral).

Para el caso de la variable Ingreso Total del Hogar, considerando que se trata de una variable categórica ordinal, para su imputación se utilizó un modelo de Regresión Logística Politémica con Variable Respuesta Ordinal. Este procedimiento se llevó a cabo en SAS®²⁰.

Para el caso de la imputación de la variable “Gasto del Viaje”, al ser una variable continua (no está categorizada), la metodología implementada para su imputación siguió un modelo de regresión en dos etapas puesto que debió contemplarse que la variable ingreso es una variable con distribución marcadamente sesgada (por lo que una técnica que asuma una distribución Normal no resultaba adecuada sin una previa transformación que asegure dicho supuesto). Esta metodología busca, en la primera etapa, “colocar” el valor del gasto faltante en una categoría de gasto, en función de

²⁰ La metodología de imputación que se propone en la sección tiene la ventaja de que ya fue testeada en la EVyTH-AR.

los valores observados en las variables explicativas mientras que, en la segunda etapa, se selecciona un valor de esa categoría para “asignar” al registro. Por otra parte, entre las variables explicativas que se tomaron en cuenta (ver más detalles en sección 7.7.3) para su imputación se encuentran: distancia recorrida, cantidad de noches, cantidad de miembros del hogar, tipo de alojamiento, medio de transporte utilizado, motivo del viaje, tiempo de organización del viaje, mes en que se realizó el viaje, entre otras.

3.2.4 Proceso de calibración

Una etapa crítica en toda encuesta por muestreo es la expansión de la información. Una selección adecuada, y el posterior desarrollo, de una metodología para ponderar los datos muestrales es importante, ya que debe atender simultáneamente varias necesidades. Las distintas temáticas estudiadas, y la necesidad de lograr estimaciones adecuadas para cada una de ellas, obliga a que ésta sea lo más eficiente posible, en términos de precisión, cuidando no privilegiar a algunas en perjuicio de otras. Al mismo tiempo, su implementación debe ser simple, flexible y económica en tiempos de ejecución y cálculo.

Uno de los problemas más comunes en las encuestas complejas de gran envergadura es que una vez desarrollado el trabajo de campo existen algunos subgrupos de la población objetivos sub o sobre-representados.

Esta dificultad lleva a que los sesgos puedan ser importantes, impidiendo una interpretación correcta de las estimaciones o imposibilitando la comparación de los resultados con fuentes alternativas.

Para corregir esto, en la práctica es habitual corregir los pesos o factores de expansión iniciales (las inversas de las probabilidades de inclusión) con la ayuda de información auxiliar. El hecho de contar con dicha información auxiliar en la etapa de estimación permite el empleo de estimadores que la involucran. Dentro de este tipo de estimadores están los que se obtienen a través de los métodos de calibración. Éstos, en su forma más general, tienen como objetivo crear nuevos pesos que resultan de modificar o calibrar las ponderaciones iniciales por diseño.

El empleo adecuado de la técnica de calibración permite:

- Reducir el error cuadrático medio de las estimaciones.
- Corregir posibles sesgos en la etapa de selección.

- Dar una solución al problema de “no-respuesta”.
- Lograr, a partir de las restricciones impuestas, una deseable consistencia, o concordancia, entre los totales conocidos y los obtenidos a través de la muestra, de las variables auxiliares.

La calibración consiste básicamente en la resolución de un problema de minimización numérica. Dicho problema queda planteado con la elección de una distancia, entre los nuevos ponderadores y los originales, y la utilización de un conjunto de restricciones impuestas sobre las variables auxiliares que intervienen en el ajuste.

Sea una función G que cumple con ciertas propiedades, y donde $G(w_k/d_k)$ mide la distancia existente entre el peso original d_k y el nuevo peso w_k , y donde $\sum_s d_k G(w_k / d_k)$ es la medida de la distancia para la muestra completa s . El problema de optimización es minimizar

$\sum_s d_k G(w_k / d_k) - \lambda' (\sum_s w_k \mathbf{x}_k - \sum_U \mathbf{x}_k)$, donde el vector $\boldsymbol{\lambda} = (\lambda_1, \dots, \lambda_j, \dots, \lambda_j)'$ es el multiplicador de Lagrange.

Diferenciando con respecto a w_k , se obtiene $g(w_k / d_k) - \mathbf{x}'_k \boldsymbol{\lambda} = 0$, donde $g(x) = dG(x)/dx$. Luego, resolviendo para w_k se obtiene $w_k = d_k F(\mathbf{x}'_k \boldsymbol{\lambda})$, donde $F(u) = g^{-1}(u)$ representa la función inversa de $g(\cdot)$.

Para calcular los nuevos pesos, se determina el valor de $\boldsymbol{\lambda}$ resolviendo las ecuaciones de calibración

$$\sum_s d_k F(\mathbf{x}'_k \boldsymbol{\lambda}) \mathbf{x}_k = \sum_U \mathbf{x}_k \quad (1.1)$$

donde el vector $\boldsymbol{\lambda}$ constituye la única incógnita. El sistema puede ser resuelto por métodos numéricos. Una solución general está constituida por el método de Newton.

Sea $\phi_s(\boldsymbol{\lambda}) = \sum_s d_k \{F(\mathbf{x}'_k \boldsymbol{\lambda}) - 1\} \mathbf{x}_k$, podemos escribir (1.1) como $\phi_s(\boldsymbol{\lambda}) = \mathbf{t}_x - \hat{\mathbf{t}}_{x\pi}$, donde $\mathbf{t}_x = \sum_U \mathbf{x}_k$, y $\hat{\mathbf{t}}_{x\pi} = \sum_s d_k \mathbf{x}_k$ es el estimador de Horvitz-Thompson. Sea $\phi'_s(\boldsymbol{\lambda}) = \partial \phi_s(\boldsymbol{\lambda}) / \partial \boldsymbol{\lambda}$. Luego comenzamos el proceso iterativo fijando $\boldsymbol{\lambda}_0 = \mathbf{0}$, y

obteniendo los valores λ_v , correspondientes a cada paso v ($v=1,2,\dots$) del proceso iterativo, mediante

$$\lambda_{v+1} = \lambda_v + \{\phi'_s(\lambda_v)\}^{-1} \{t_x - \hat{t}_{x\pi} - \phi_s(\lambda_v)\} \quad (1.2)$$

Teniendo en $\lambda_1 = \mathbf{T}_s^{-1}(t_x - \hat{t}_{x\pi})$ cuenta que $\phi_s(\mathbf{0}) = \mathbf{0}$; $\phi'_s(\mathbf{0}) = \mathbf{T}_s = \sum_s d_k \mathbf{x}_k \mathbf{x}'_k$, la primera iteración brinda el valor , mientras que las iteraciones sucesivas brindan valores λ_v , $v=2,3,\dots$, de acuerdo con la fórmula (1.2), hasta que el criterio de convergencia es cumplido.

En forma resumida, el proceso de calibración consta de los siguientes pasos:

- 1) Dados los datos (y_k, \mathbf{x}_k) observados para los elementos de la muestra, o sea, $k \in s$, y dada una función de distancia G (y la correspondiente función F), resolver el sistema (1.1) para λ .
- 2) Una vez determinado λ , calcular los pesos calibrados $w_k = d_k F(\mathbf{x}'_k \lambda)$ y el estimador de calibración.

Con respecto a las funciones de distancias, en la literatura se mencionan siete funciones distintas de distancia G , y su correspondiente F . Para el presente trabajo se utiliza y adapta la macro CALMAR²¹, escrita en lenguaje SAS por Sautory (1991), la cual calcula los pesos calibrados cuando la información auxiliar de una encuesta consiste de totales marginales conocidos dispuestos en una tabla de frecuencias de dimensiones arbitrarias. La macro mencionada trabaja con cuatro funciones G , de las cuales para la EVyTH-TDF se trabajará sólo con tres. A continuación, se brinda una pequeña descripción de cada una de ellas.

- I. Método Lineal: $G(x)=(1/2)(x-1)^2$; $x \in \mathfrak{R}$; $F(u)=1+u \in \mathfrak{R}$
- II. Método multiplicativo (o método ranking): $G(x) = x \log x - x + 1$; $x > 0$; $F(u) = \exp(u) > 0$
- III. Método logit: Fijar dos constantes L y U , tal que $L < 1 < U$, y sea $A = (U - L) / \{(1 - L)(U - 1)\}$. Luego

²¹ El algoritmo del Calmar a utilizar durante la calibración puede ser consultado en: <http://www.restore.ac.uk/PEAS/saspackage.php>

$$G(x) = \frac{1}{A} \left[(x - L) \log \frac{x - L}{1 - L} + (U - x) \log \frac{U - x}{U - 1} \right]$$

sí $L < x < U$, y $G(x) = \infty$ en otro caso. La función F correspondiente es:

$$F(u) = \frac{L(U - 1) + U(1 - L) \exp(Au)}{U - 1 + (1 - L) \exp(Au)}$$

que toma valores entre L y U

La función logit descrita en el punto III), constituye una función inusual que surge del deseo de restringir el rango de los nuevos pesos w_k para evitar los pesos extremos, los cuales pueden ser eliminados a través de una apropiada elección de L y U.

Para el proceso de calibración de la EVyTH-TDF se intentó, no siempre con éxito (de acuerdo con nuestra experiencia en las ediciones de la EVyTH-AR anteriores), utilizar el método I, dado que el proceso iterativo solamente involucra un paso. La dificultad que posee este método es que, en muchos casos y debido a la estructura interna de la muestra con respecto a las variables de calibración, brinda pesos negativos los cuales obviamente no tienen sentido dentro del muestreo. Es por ello que, para aquella Localidad donde se encuentran estas dificultades, se optó por aplicar el método II, el cual posee la ventaja de evitar los pesos negativos.

El método III se aplicó en aquella Localidad donde los nuevos pesos calculados por el método I o II resulten extremos. En las localidades, se intentó que los pesos resultantes cumplieran con la siguiente condición: $0.7 < w_k/d_k < 1.5$, necesitando en alguna Localidad ampliar dichos márgenes.

Se efectuó una calibración en forma independiente en cada Localidad dado que las muestras son independientes y además se procuró brindar estimaciones de cada una de ellas.

Con respecto a la información auxiliar a emplear para la calibración y el ajuste de las estructuras internas de la muestra, se recurrió a proyecciones de población en base al INDEC. Se utilizó, entonces, los siguientes totales a nivel de cada una de las dos localidades:

- Total, de personas por sexo.
- Total, de personas por grupos de edad.
- Total, de personas por nivel educativo.
- Total, de viviendas.

Los grupos de edad están compuestos de la siguiente manera:

- 0 – 17 años,
- 18 – 34 años,
- 35 – 54 años y
- mayores de 55 años.

Nivel Educativo está conformado por cuatro grupos siendo los mismos:

- “Sin Instrucción/Hasta Primario Incompleto”,
- “Primario Completo/Secundario Incompleto”,
- “Secundario Completo/Terciario Incompleto/Universitario Incompleto” y
- “Terciario Completo/Universitario Completo/Posgrado/Maestría/Doctorado”

Importa aclarar que los Totales de Población y Viviendas a utilizar en la calibración se obtienen de Proyecciones elaboradas por INDEC, las cuales fueron actualizados a medida que se puso a disposición la información del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas desarrollado en el 2022.

A pesar de que no es exigido por el Contrato, al final de cada mes de relevamiento,²² se realizó una calibración con 400 casos (200 casos recolectados en la onda anterior y otros 200 casos recolectados con la muestra terminada al final del mes). Es decir, la calibración se realizó al final del bimestre donde se dan todas las estimaciones definitivas a nivel provincial para el mes que haya duplicado la muestra (400 encuestas).²³ Esto es, si el mes de relevamiento fuera marzo, por ejemplo, se consulta por los viajes realizados (que finalizaron) en el mes de enero y febrero. Luego, durante el próximo mes de relevamiento (es decir, abril), el período de referencia fueron los meses de febrero y marzo, por lo que, al finalizar, producto del solapamiento descrito anteriormente (ver sección 3.2.6.2), se han relevado 400 hogares para el mes de febrero (200 durante el relevamiento de marzo y 200 casos durante el relevamiento

²² Excepto para el relevamiento de la onda de febrero 2023.

²³ Estos resultados, eventualmente, podrán ser compartidos con el cliente pero solo a demanda y deberán ser tomados como tendencias.

de abril). Por lo tanto, al finalizar el relevamiento de abril se contó con una estimación provincial para el mes de febrero 2023.

Es preciso aclarar que la calibración antes descrita fue compartida con los técnicos informalmente y solo a modo de anticipar resultados, pero de ningún modo se podrá tomar como resultados definitivos; los resultados definitivos corresponden únicamente a aquellos trimestrales (solapando tres meses). Además, los resultados mensuales definitivos no contuvieron apertura por localidad, sino que serán para la provincia en su totalidad. Contrariamente, los resultados definitivos trimestrales serán aperturados por localidad (Ushuaia y Río Grande).

Para salvar posibles inconsistencias en los cuadros a publicar, los pesos calibrados son tratados por un algoritmo de redondeo para eliminar la componente decimal con los que salen del proceso iterativo sin destruir las concordancias alcanzadas.

3.2.5 Coeficiente de variación

3.2.5.1 Introducción

La metodología de la EVyTH-TDF incorpora el cálculo de estadísticos (o indicadores) con la finalidad de brindarle al usuario de los datos una medida del grado de precisión de las estimaciones calculadas para cada uno de los informes de resultados. Esto es especialmente relevante con el fin de brindarle al lector noción sobre cuán preciso es el estimador que irá a utilizar (o citar) de forma tal que este pueda medir los “riesgos” que ello implique.

En el apartado que sigue a continuación se describe la lógica utilizada para el cálculo de esta medida de precisión y se listan las estimaciones para las cuales se calcularon.

3.2.5.2 Cálculo del Coeficiente de Variación

Los estudios por muestreo a gran escala con objetivos múltiples se enfrentan generalmente con el problema de proveer a los usuarios de datos de diversa formación en estadística, una medida de calidad de los datos. Dentro de este contexto es deseable presentar indicadores de calidad o bien acercar a los usuarios información o técnicas para que ellos los calculen de una manera “amigable”, sin la complejidad siempre presente del cálculo del error muestral.

Desde la perspectiva del diseño muestral y considerando la metodología descripta anteriormente, a la EVyTH-TDF se encuadra dentro del diseño estratificado con selección sistemática. Si bien el método de selección sistemática es recomendable y eficiente para muestras telefónicas, su uso implica que no exista estimadores no sesgados de varianzas. Para sortear esta dificultad a la hora del cálculo de los errores muestrales se propone plantear el supuesto de que la población está en “orden aleatoria”. Bajo este supuesto se pueden utilizar los estimadores de un muestreo estratificado con selección simple al azar. Con esto se resuelve el problema de cómo estimar los desvíos estándares²⁴ de cada estimador.

También al error muestral se lo puede presentar en forma relativa, a partir del Coeficiente de Variación convenientemente expresado en porcentaje. Se define al coeficiente de variación de un estimador como el cociente entre el desvío estándar del estimador y el estimador propiamente dicho; o sea

$$CV(\hat{g}) = \frac{DE(\hat{g})}{\hat{g}} \text{ o en su defecto multiplicado por 100 para expresarlo en porcentaje.}$$

Bajo esta forma es mucho más fácil interpretar el error de muestreo que empleando al desvío estándar propiamente dicho, como se lo presentó anteriormente.

Bajo este “termómetro” existe una escala que al menos se sostiene en la práctica para marcar una buena o mala estimación. Es así como está aceptado en la comunidad estadística que valores superiores al 15% del CV comienzan a señalar un deterioro en la precisión, aunque existen situaciones donde valores aún cercanos a 20% se lo puede considerar con una precisión adecuada dependiendo de la variable bajo estudio y de las necesidades prácticas del usuario de los datos. En el caso particular de la EVyTH-TDF, los informes presentaron el cálculo de los CV para cada estimador relevante (según el informe que se trate), aclarándose para aquellos que presenten un CV superior al 30% que “el resultado debe considerarse a título indicativo puesto que la estimación no presenta el mínimo de precisión preestablecido”.

²⁴ La fórmula del estimador del desvío estándar cambia según el estimador que se utilice y el diseño muestral aplicado. Para el caso del diseño aquí propuesto, el desvío estándar para el estimador de una proporción es:

$$DE(\hat{p}) = \sqrt{\sum_h W_h^2 \frac{\hat{p}_h(1-\hat{p}_h)}{n_h-1} (1-f_h)} \text{ donde } W_h \text{ es el peso relativo del estrato } h, \hat{p}_h \text{ es el estimador de la proporción}$$

en el estrato h , n_h es el tamaño de muestra en el estrato h , $(1-f_h)$ es el factor de corrección finita en el estrato h .

En general ninguna estimación coincide exactamente con el valor del parámetro, salvo casualidades de por medio o bien si se tiene características muy especiales de la población. Por lo tanto, existe una alternativa que pone en evidencia la incertidumbre con la cual uno debe manejarse. En lugar de decir, por ejemplo, que a ϑ lo estimamos por $\hat{\vartheta}$, se puede plantear que estimamos ϑ a través del intervalo $\hat{\vartheta} - c$ a $\hat{\vartheta} + c$ con cierta probabilidad. Este es un intervalo alrededor del parámetro, usualmente se lo abrevia $\hat{\vartheta} \pm c$, con “c” conocido como el margen de error para la estimación y lo calcula el estadístico a partir de la muestra extraída. De esta forma se puede hablar de un estimador por intervalo del parámetro. Desde el punto de vista conceptual, en ocasiones se prefiere emplear este tipo de estimador que al estimador puntual tratado hasta aquí. Esta segunda alternativa permite una respuesta prudente: uno no se arriesga a proponer un valor puntual bien particular sino un rango de valores posibles. Es por esto por lo que las estimaciones frecuentemente también se las presentan en términos de lo que se denomina un intervalo de confianza, para expresar la precisión de manera significativa.

Un intervalo de confianza constituye una medida del nivel de confianza de que el verdadero valor para la población quede dentro de ese rango específico de valores.

Por ejemplo, para construir un intervalo de confianza con un nivel del 90% se lo construye empleando una constante fijada por el nivel de riesgo que decide aceptar el estadístico y una aproximación del desvío estándar del estimador en cuestión.

$$\hat{\theta} \pm 1.64 DE(\hat{\vartheta})$$

No se está limitado a elegir un nivel de confianza del 90%, lo puede hacer del 95%, 75%, 50% u otro, en cuyos casos en la práctica sólo hay que modificar la constante que multiplica al desvío.

A partir de esta explicación, además de los CV, en los distintos informes producidos a partir del relevamiento de la EVyTH-TDF, se calcularon intervalos de confianza puesto que facilitan la comprensión acerca del grado de precisión de los distintos estimadores calculados para aquellos lectores no instruidos en el tema. Importa señalar que los CV solo serán brindados para los resultados de los trimestres definitivos (o sea, al solapar muestras con 600 casos para cada localidad).

3.3 Sub-Tarea 1.3: Realización de un Taller de Presentación del Proyecto

Los TDRs del Contrato establecen que: “Será realizada una presentación en TDF con miras a presentar el cuestionario, la metodología, técnicas y organización del campo dirigida a los técnicos del INFUETUR, IPIEC y actores públicos o privados que la provincia considere relevante su participación. Se establecerá claramente cuáles son los resultados esperados de la implementación de la EVyTH-TDF y fecha de inicio de la toma de datos... El INFUETUR estará a cargo de la convocatoria, organización y cursar invitaciones a través de correo electrónico u otro método virtual similar. El taller contará con, como mínimo, 5 asistentes. La presentación será en forma presencial o virtualmente a través de Zoom o medio similar en caso tal viaje no pueda llevarse a cabo por las razones que establezcan. La metodología del taller será una presentación participativa que permita la intervención de los asistentes a partir de dudas, comentarios y sugerencias que puedan tener. Los servicios de break para el taller estarán a cargo del INFUETUR, así como también la sede donde se realizará. Se adjuntará prueba fotográfica (o imágenes) del taller, así como la presentación en Power Point realizada durante éste y planilla con los datos identificatorios de los participantes.”²⁵

En virtud de esta sub-tarea (la 1.3 de los TDRs), entre el 27 y 28 de febrero de 2023 se llevaron a cabo los correspondientes talleres de presentación del proyecto de EVyTH-TDF. En efecto, en formato presencial, el día 27 de febrero a las 11hs en Ushuaia (en el Salón de Puertos de la provincia) se realizó la presentación de la metodología, cuestionario y organización del campo de la EVyTH-TDF. Al día siguiente, a las 14hs, se procedió a realizar similar presentación en la ciudad de Río Grande (salón de Cámara de Comercio local). Ambas estuvieron a cargo del director del proyecto.

Según lo previsto, la convocatoria y las invitaciones estuvieron a cargo del INFUETUR, así como los demás aspecto relativos a su organización. Se anexa (ver sección 7.8), presentación (Power Point) realizada, así como planillas de asistencia a cada seminario y los registros fotográficos exigidos por el Contrato.

²⁵ Ver página 15 del Contrato.

4 TAREA 2: REALIZACIÓN DEL CAMPO Y ELABORACIÓN DE RESULTADOS PARA EL 1° TRIMESTRE

Se desarrolla lo realizado a lo largo de esta Tarea 2; esto es, partiendo de lo descrito en la Tarea 1, la elaboración del campo para obtener los resultados correspondientes al primer trimestre del año 2023. Para ello, se describe la organización del equipo de trabajo, la solución informática implementada (sistema CATI), así como los resultados del relevamiento (cantidad de encuestas realizadas, tiempos, etc.). Además, se presentan los resultados del primer trimestre del año.

4.3 Sub-Tarea 2.1: Trabajo de Campo

Siguiendo los TDRs, a continuación, se detalla lo realizado para dar cumplimiento con “el operativo de campo para los meses consecutivos que correspondan al primer trimestre, siguiendo la técnica y metodología especificada en la Tarea 1”.²⁶

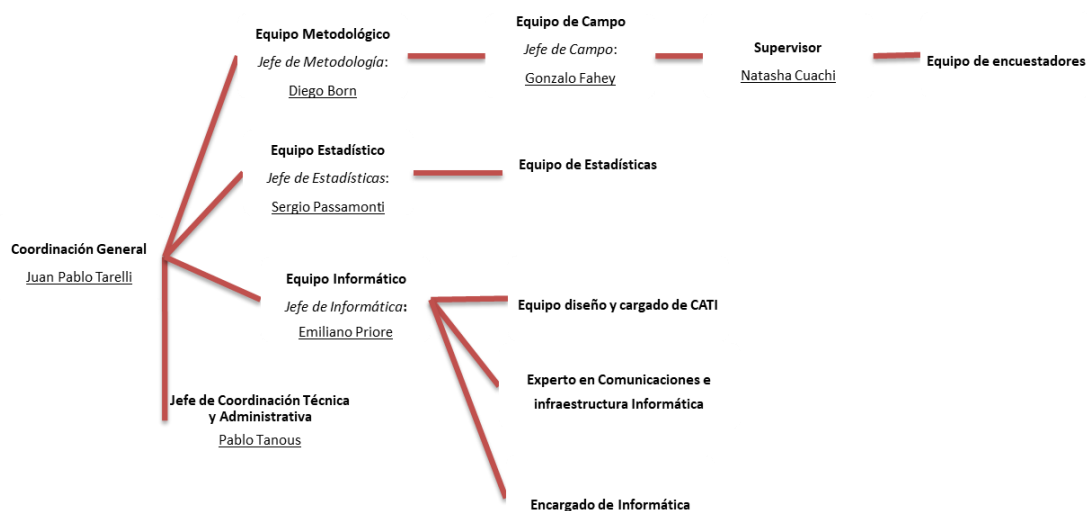
4.3.1 Organización y Equipos de Trabajo

4.3.1.1 Equipos de Trabajo

A partir de la experiencia desarrollada por el equipo de Unistat Consulting durante las diferentes ediciones de la EVyTH-AR, se cuenta con una precisa estimación de la dimensión de los equipos que deben ser abocados a las diferentes tareas de forma tal de ganar la máxima eficiencia posible y, así, minimizar los costos del operativo. Sobre la base de esta experiencia, se conformó el siguiente equipo para llevar los trabajos para desarrollar la EVyTH-TDF (ver cuadro a continuación):

²⁶ Ver hoja 13 del Contrato.

Gráfico 2: Estructura organizativa del equipo



Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se brinda las principales cualidades de cada uno de los miembros de este equipo para brindar una representación del grado de experiencia exigido a cada puesto:

- 1) Coordinador General – Juan Pablo Tarelli. Es Licenciado en Economía (y posee un MSc. en Finanzas en Reino Unido). Posee amplia experiencia en trabajos de consultoría económica, relevamientos y estadísticas en el sector de turismo. El resumen de la experiencia relevante para este trabajo es el siguiente:
 - a) Ha sido coordinador general del Observatorio de Precios Turísticos.
 - b) Ha sido Coordinador General de la Prueba Piloto para la Encuesta de Turismo Doméstico en Hogares Residentes (prueba piloto de la EVyTH Estival 2011).
 - c) Ha sido Coordinador General de la Encuesta de Turismo Doméstico en Hogares Residentes - Período Estival 2011.
 - d) Ha sido Coordinador General de la EVyTH en sus ediciones 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 y hasta mayo 2021, retornando al cargo en marzo 2022 hasta la actualidad.
 - e) Ha coordinado la encuesta a hogares sobre calidad de servicios públicos (2009 – Cliente UTDT).
 - f) Se desempeñó como coordinador general de la encuesta a empresas Latinoamericanas sobre cambio climático.

- g) Ha coordinado el equipo para la confección de índices de precios hoteleros obtenidos a partir de los datos obtenidos en la EOH (Encuesta de Ocupación Hotelera).
 - h) Ha sido jefe de Equipo del proyecto de Evaluación de Impacto: Levantamiento de Línea de Base. Diseño e Implementación de Encuestas de Línea de Base para Turistas, Hogares y Empresas para el Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia de Salta (2015-2016), en el marco del Programa de Desarrollo Turístico Sustentable de la Provincia de Salta.
 - i) Ha sido jefe de Equipo del proyecto de Investigación del Mercado Nacional para el Ministerio de Cultura y Turismo de Salta, en el marco del Programa de Desarrollo Turístico Sustentable de la Provincia de Salta.
 - j) Ha sido jefe de Equipo del proyecto de Desarrollo de modelos de simulación para el proyecto Monitoreo y Evaluación de los Impactos del Programa de Desarrollo Turístico Sustentable de la Provincia de Salta.
 - k) Ha sido Coordinador General de la “Encuesta de Vigilancia Telefónica”, para el Proyecto de Protección de la Población Vulnerable contra Enfermedades Crónicas NO Transmisibles (contratado por el Ministerio de Salud de la Nación con financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo).
- 2) Jefe de Metodología – Diego Born (ad-honorem). Es Licenciado en Sociología por la Universidad de Buenos Aires (UBA) (2005) y Magister en Ciencias Sociales con orientación en Educación por la FLACSO (2010), candidato a Doctor en Ciencias Sociales por la UBA. Actualmente se desempeña como consultor en la Dirección de Información y Estadística de la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires, donde coordina las tareas de análisis de la información y la implementación de operativos especiales. Integra equipos de investigación sobre temáticas sociales y educativas en la Universidad Pedagógica de la Provincia de Buenos Aires (UNIPE) y en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, donde también es docente. Formó parte del equipo de metodología y análisis de la Dirección de Gastos e Ingresos de los Hogares del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) (2004-2008). Entre 2006 y 2008 se desempeñó en dicha institución como coordinador metodológico de la Encuesta de Viajes y Turismo a Hogares (EVyTH-06). Durante el año 2011, fue jefe de Metodología de la Prueba Piloto de la Encuesta de Turismo Doméstico en Hogares Residentes (prueba piloto de la EVyTH) y luego de la Encuesta de Turismo Doméstico en Hogares Residentes - Período Estival 2011, estando a cargo de la misma función en las ediciones 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018 de dicha encuesta. En todos los casos, sus tareas han sido la elaboración de cuestionarios y materiales de capacitación, el seguimiento del trabajo de campo, la implementación relevamientos ad-hoc y de modificaciones metodológicas, el análisis de consistencia y el procesamiento de la información recabada y la redacción de los informes de resultados. Se ha desempeñado como asesor en

metodología para la realización de encuestas de opinión pública (sobre cuestiones educativas y referidas a la coyuntura sociopolítica) en la Unidad Ejecutora Provincial de la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires. Ha realizado investigaciones y consultorías independientes sobre diversos temas: Análisis de las ofertas de educación superior en la Provincia de Buenos Aires; Diagnóstico y posibles escenarios futuros de la educación superior en Argentina; Caracterización socioeconómica y educativa de distritos de la Provincia de Buenos Aires; Impacto de la Asignación Universal por Hijo en la distribución del ingreso en Argentina, Situación del mercado de trabajo en la posconvertibilidad argentina, entre otros. Desde 2010 ha participado en investigaciones a partir de fuentes cuantitativas para UNICEF, coordinando un estudio sobre desigualdades intraurbanas en América Latina, y formando parte del equipo de Alberto Minujín en trabajos sobre pobreza infantil en la región del Sudeste Asiático y Pacífico, sobre pobreza en El Salvador y sobre inequidad infantil en el Medio Oriente y el Norte de África). Ha sido Coordinador de Calidad de Campo del proyecto de “Evaluación de Impacto: Levantamiento de Línea de Base. Diseño e Implementación de Encuestas de Línea de Base para Turistas, Hogares y Empresas para el Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia de Salta”, en el marco del Programa de Desarrollo Turístico Sustentable de la Provincia de Salta. Además, ha sido coordinador de Calidad de Campo en el proyecto de Investigación del Mercado Nacional para el Ministerio de Cultura y Turismo de Salta, en el marco del mencionado programa.

- 3) Jefe de Estadísticas – Sergio Passamonti. Es Licenciado en Estadísticas y posee amplia experiencia en diseño de muestras tanto para organismos públicos como empresas privadas. Ha participado activamente dentro de la Dirección de Metodología Estadística del INDEC durante la EVyTH 06 y otros relevamientos llevados conjuntamente entre el INDEC y el OC. Ejerció como jefe de estadística en la Prueba Piloto, en las ediciones EVyTH-11, EVyTH-12, EVyTH-13, EVyTH-14, EVyTH-15, EVyTH-16, EVyTH-17, EVyTH-18, EVyTH-19, EVyTH-20, EVyTH-21 y EVyTH-22. Es también consultor del Ministerio de Educación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En el ámbito privado brinda asesoramiento a las empresas Petrobrás Energía y Carboclor en las distintas encuestas por muestreo que llevan adelante. Ha sido jefe de estadística del proyecto de “Evaluación de Impacto: Levantamiento de Línea de Base. Diseño e Implementación de Encuestas de Línea de Base para Turistas, Hogares y Empresas para el Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia de Salta”, en el marco del Programa de Desarrollo Turístico Sustentable de la Provincia de Salta. Además, ha sido jefe de estadística en el proyecto de Investigación del Mercado Nacional para el Ministerio de Cultura y Turismo de Salta, en el marco del mencionado programa.
- 4) Jefe de Campo - Gonzalo Gustavo Fahey es egresado en Tecnología en Diagnóstico por Imágenes de la Universidad del Salvador. Cuenta con una amplia

experiencia como encuestador. En particular, se ha desempeñado como encuestador desde la EVyTH-12 hasta la EVyTH-17. Comenzó a cumplir tareas como jefe de Campo en la EVyTH-17 y se mantiene en este cargo hasta la actualidad. También ha sido jefe de campo en la Encuesta de Vigilancia Telefónica”, para el Proyecto de Protección de la Población Vulnerable contra Enfermedades Crónicas NO Transmisibles (contratado por el Ministerio de Salud de la Nación).

- 5) Jefe de Informática y Comunicaciones -Emiliano Priore Es Licenciado en Informática con varios años de experiencia en el diseño e implementación de call-centers. Además, ha sido el Jefe de Equipo de Informática y Telecomunicaciones desde la primera edición de la EVyTH en 2011, teniendo, por tanto, más de 12 años como encargado del sistema informático del proyecto. Posee, además, vasta experiencia en sistemas de información para uso de relevamientos on-line y procesamiento de grandes volúmenes de datos.
- 2) Jefe de Coordinación Técnica - Pablo Tanous estudió periodismo y actualmente está cursando la carrera de historia. Cuenta con experiencia en relevamiento y encuestas de turismo. Se ha desempeñado, primero, como encuestador y luego como supervisor de encuestadores durante diferentes ediciones de la EVyTH. Desde la edición de 2019 de la EVyTH es jefe de coordinación técnica, además de participar en la elaboración de los informes de resultados. Precisamente, durante este relevamiento, se desempeña, además, como parte del equipo metodológico en la realización de informes y en la creación de bases de datos de estadísticas de turismo.
- 3) Supervisoras. Natasha Cauchi es profesora de historia de la Universidad de Buenos Aires, con Diplomatura en ESI y maestría en Historia Latinoamericana. Fue encuestadora del proyecto EVyTH en el 2016 durante dos años, actualmente es docente de la UBA y supervisora de la EVyTH-A(desde 2022).
- 4) Encuestadores. El equipo de Unistat Consulting cuenta con una valiosa experiencia a partir de la realización de la Prueba Piloto. Sus encuestadores ya han adquirido experiencia durante ediciones pasadas de la EVyTH-AR. Todos los encuestadores son instruidos (ver Manual del Encuestador en sección 7.4) al comenzar, así como también durante el relevamiento. Los encuestadores que finalmente participaron de las 12 ondas de la EVyTH-TDF fueron:
 - a) Celeste Trejo (con más de 8 años de experiencia trabajando como encuestadora en la EVyTH-AR).
 - b) Sandra Noemi Ortega Davila (con más de 5 años de experiencia trabajando como encuestadora en la EVyTH-AR).
 - c) Melisa Judit Trejo (con más de 5 años de experiencia trabajando como encuestadora en la EVyTH-AR).

d) Nayla Agustina Pitrella (con más de 8 años de experiencia trabajando como encuestadora en la EVyTH-AR).²⁷

A continuación, en los siguientes cuadros (ver Gráfico 3 y Gráfico 4), se expone un diagrama de tareas que realizó cada equipo, destacándose las tareas durante el relevamiento (en el Cuadro sería el momento “t”) y una vez finalizado éste (a partir del momento “t+1”, en adelante). A grandes rasgos, durante la Etapa de Campo, las tareas desarrolladas fueron las siguientes:

- 1) El Equipo de Encuestadores realizó el relevamiento de las encuestas (en cada mes se obtiene como mínimo una muestra de 200 encuestas).
- 2) Mientras se realizaba el relevamiento, el jefe y Supervisor de Campo fueron quienes controlan la calidad del proceso.
- 3) Una vez finalizada esta etapa, el jefe de Campo procesó la base exportada del LimeSurvey, con el fin de generar las variables relevantes para la construcción de las 5 sub-bases.²⁸ Además de ello, durante la etapa de relevamiento, se realizaron controles de calidad en tiempo real y capacitaciones a los encuestadores.
- 4) El Equipo Informático, durante este proceso, es quien se encarga del soporte técnico, y el procesamiento y mantenimiento de las bases.

²⁷ Consultar datos en <https://ipiec.tierradelfuego.gov.ar/encuestadores-encypc/>

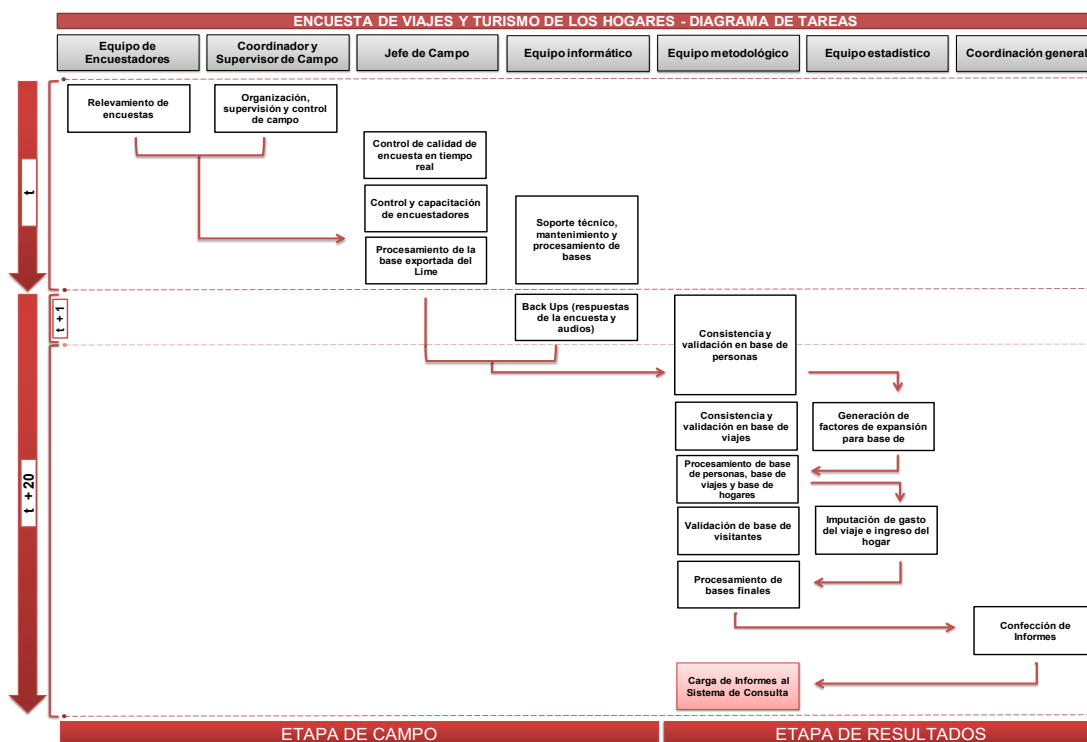
²⁸ Las 5 bases son:

- 1) Base Muestra. Esta base es estrictamente confidencial y cada registro corresponde a un hogar respondiente. Contiene información acerca del número telefónico del hogar encuestado, la ubicación geográfica de la vivienda (provincia, región y aglomerado) y la fecha de la entrevista.
- 2) Base de Hogares. Cada registro corresponde a un hogar respondiente. Contiene el factor de expansión del hogar, periodo de referencia sobre el cual se indagó por la realización de viajes, ingreso total y per cápita del hogar.
- 3) Base de Personas. Cada registro corresponde a un miembro de un hogar. Contiene la información sobre las características sociodemográficas, nivel educativo, situación laboral de las personas y cobertura de salud, además de información resumen sobre su comportamiento turístico durante los dos meses que conforman el periodo de referencia de la onda en que fue encuestado el hogar.
- 4) Base de Viajes. Cada registro corresponde a un viaje del hogar. Contiene información sobre el tipo de viaje, mes, cantidad de miembros del hogar, cantidad de noches de duración del viaje, tipo de alojamiento y de transporte utilizado, motivo por el cual se realizó el viaje, contratación y contenido del paquete turístico, utilización de Internet e información consultada, factores que determinaron la elección del destino, actividades turísticas realizadas durante el viaje, calificación de los servicios turísticos utilizados durante el viaje, a cargo de quién estuvieron los gastos del viaje, gasto total del viaje afrontado por el hogar (expresado en pesos).
- 5) Base de Viajes-Personas (Visitantes). La finalidad de esta base es permitir la unión de la información referida a las personas y los viajes, por lo que cada registro corresponde a un viaje hecho por una persona (es decir, para cada viaje hay tantos registros como personas hayan participado del mismo).

En general, durante la Etapa de Resultados, las tareas llevadas a cabo son las siguientes:

- 1) Una vez procesadas las bases, el Equipo Metodológico seleccionó los hogares válidos en función de la información disponible del jefe del hogar (datos necesarios: sexo, edad y nivel educativo).
- 2) El Equipo Metodológico se encargó de la consistencia y validación de la base de personas, base de viajes y base de visitantes.
- 3) Equipo Estadístico generó los factores de expansión.
- 4) Luego del procesamiento de las bases por parte del Equipo Metodológico (base de personas, viajes y hogares), el Equipo Estadístico se encargó de realizar la imputación del gasto del viaje e ingreso del hogar.
- 5) Una vez finalizada la validación y consistencia, por un lado, y la generación de factores de expansión y la imputación, por el otro, el Equipo Metodológico realizó el procesamiento de las 5 sub-bases finales utilizadas por el usuario final para la generación de las tablas de resultados e informes.
- 6) El Coordinador General confeccionó los informes.
- 7) El Equipo Metodológico cargó los informes al Sistema de Consultas compartido con los técnicos de la provincia.

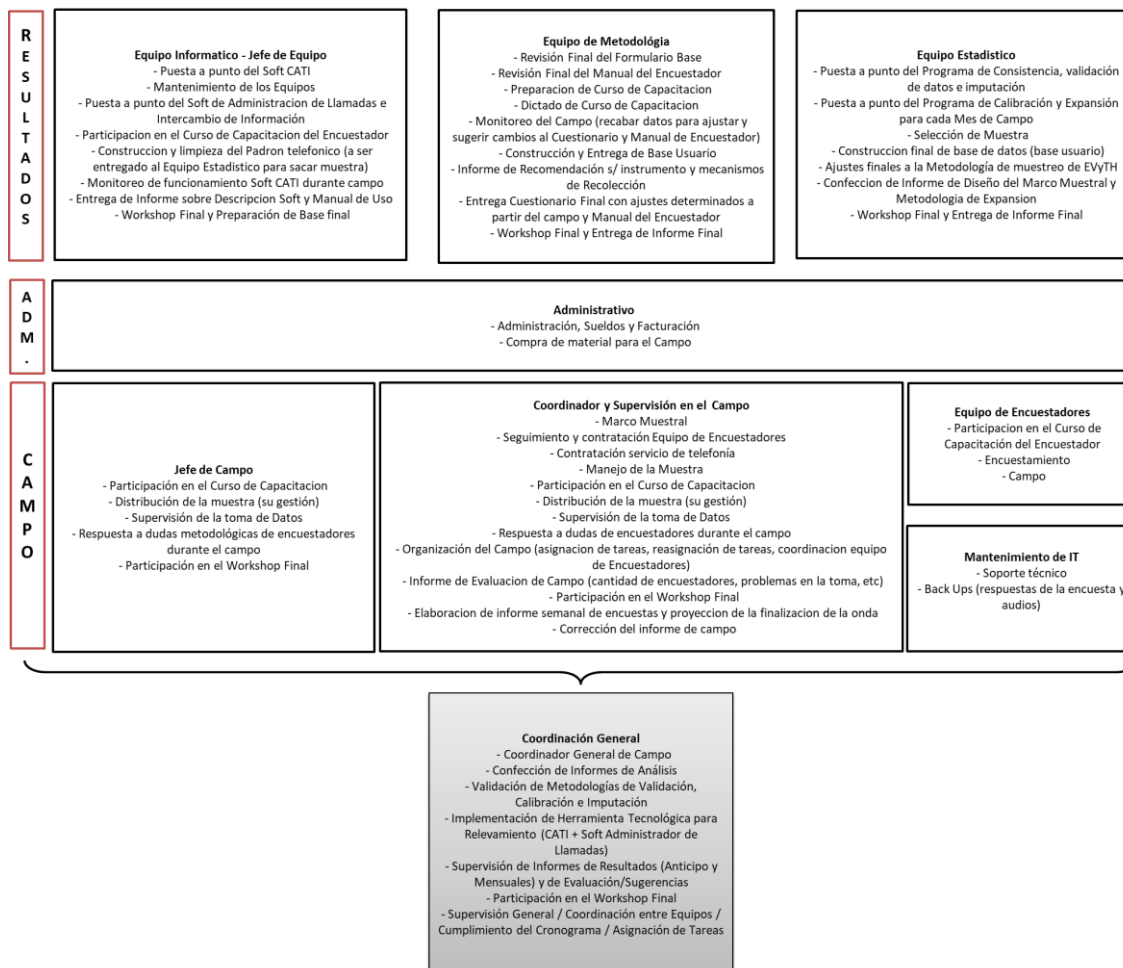
Gráfico 3: Diagrama de tareas a confeccionadas



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4: Resumen de tareas y actividades desarrolladas a lo largo de la EVyTH

TAREAS Y ACTIVIDADES DE LA ENCUESTA DE VIAJES Y TURISMO DE LOS HOGARES



Fuente: Elaboración propia.

Las tareas del jefe de campo fueron implementadas a modo de mejorar cualitativamente el relevamiento de datos. En esencia su rol fue ser el nexo entre el equipo de trabajo del campo y el equipo metodológico. El objetivo es garantizar la calidad de la información recabada. Para ello, supervisó, por ejemplo, en tiempo real a los encuestadores (tanto a los remotos como a los “in-situ”, organizó cursos regulares de capacitación, participó activamente en la realización del informe de campo mensual -ver más adelante una descripción sucinta sobre este informe), participó de la instrucción de nuevos encuestadores, mensualmente les brindó a los encuestadores detalle de aquellos aspectos que deben mejorar; etc.

Las tareas de la supervisora de campo incluyeron la asistencia permanente a los encuestadores en cuestiones conceptuales y técnicas, los controles administrativos y la supervisión de la información recabada. Además, su tarea consistió en realizar un

seguimiento diario de la evolución de la muestra de forma tal de garantizar que todas las regiones (localidades censales) contenidas en la muestra hayan sido relevadas según el tamaño pautado y de manera equilibrada durante toda la onda.

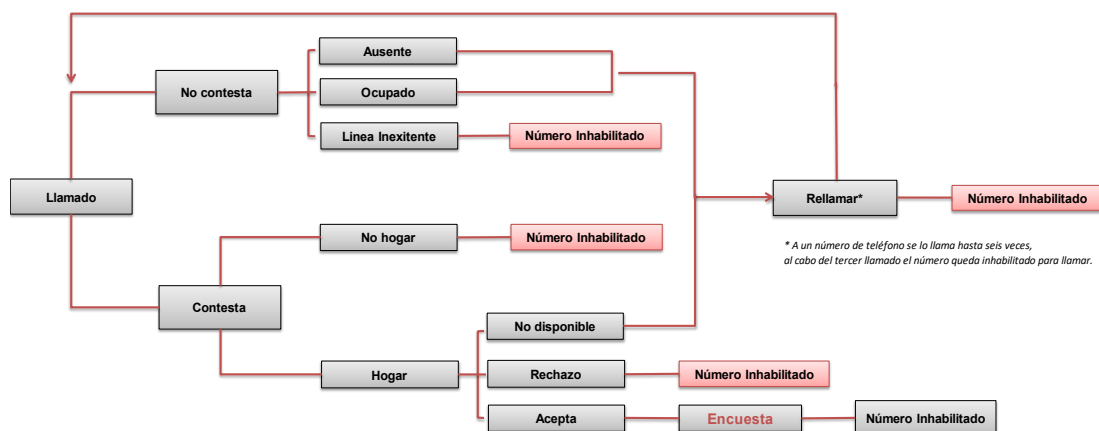
Con cada comienzo de onda la supervisora realizó el seguimiento de la cantidad de hogares encuestados de forma tal de garantizar que se encuesten el número de hogares necesarios por sub-área y a medida que avanza la onda y logra dicho número, pasó al interior de la sub-área con el mismo objetivo hasta que garantizó que se han encuestado la cantidad de hogares para la localidad.

El campo se llevó a cabo con un equipo estable de 3 encuestadores que encuestarán durante 3 horas diarias hasta terminar la onda del mes. Además, cuando resultó necesario (por ejemplo, durante meses con gran cantidad de feriados) se incorporaron más encuestadores remotos que trabajaron por objetivos semanales de modo de saldar los requisitos en términos de cantidad de encuestas necesarias.

En cada onda, se comenzó por llamar a los hogares catalogados como “titulares”. Se realizaron tres intentos de llamados espaciados en el tiempo (cada dos días y con dos horas de diferencia respecto del llamado anterior) de forma tal que al cabo de primera semana y media se agote la muestra titular, excepto por aquellos hogares que hubiesen solicitado ser rellamados luego de este plazo. Al cabo de aquel plazo se comenzó a llamar a los hogares incluidos en la muestra para suplir a los hogares titulares. Al finalizar aproximadamente una semana más se pasó a relevar a los hogares dentro de la muestra destinada a remplazar a los hogares que oficiaron de primeros suplentes. Con esta lógica se cubrió la cantidad de encuestas efectivas necesarias según la metodología descripta anteriormente.

A continuación, se presenta un cuadro (ver Gráfico 5) donde se detalla el esquema de llamados según si el número de teléfono se corresponde o no con un hogar y si éste se dispone o no a responder la encuesta.

Gráfico 5: Esquema de llamados y reemplazos



Fuente: Elaboración propia.

El relevamiento se llevó a cabo todos los días laborables entre las 14:00hs y las 17:00hs (con la posibilidad de extenderse en horario en caso que sea necesario).

La experiencia del equipo de la consultora a partir de las distintas ediciones de la EVyTH-AR ha mostrado que, por la longitud del Formulario Base, se requieren en promedio entre 5 y 14 minutos en completarlo cuando el hogar presenta al menos un viaje (con o sin pernocte). Esto implicaba que no era recomendable que los encuestadores permanezcan largas horas por día relevando hogares. En consecuencia, como se dijo anteriormente, el trabajo de campo se llevó a cabo con un equipo de 3 encuestadores de manera remota que se desempeñaron durante 3 horas por día hábil. Además, también como se señaló anteriormente, se recurrió a incorporar más encuestadores a modo de refuerzo que son sujetos a la misma supervisión que los encuestadores in situ.

4.3.1.2 Manejo de la Muestra en el Campo

Tal como se solicita en El Contrato, la muestra de hogares con número telefónico para realizar las encuestas fue organizada en dos localidades estratificadas. A cada localidad se le asignó una cantidad específica de encuestas a realizar cuya proporcionalidad se mantendrá a lo largo de toda la EVyTH-TDF. Como se mencionó anteriormente las localidades han sido los dos grandes aglomerados de la Provincia de Tierra del Fuego: Ushuaia y Rio Grande.

Para garantizar la cantidad de encuestas necesarias, cada unidad muestral tuvo un hogar titular y cinco hogares suplentes a los que se llamó en caso de que este hogar decidiera no realizar la encuesta. Cada onda comenzó por llamar a los hogares

titulares de la muestra. En caso de que este hogar no responda, se realizaron otros tres intentos de llamados espaciados en el tiempo²⁹ cada dos días y con dos horas de diferencia respecto del llamado anterior. De este modo, durante la primera semana se llamó a los números titulares y a los primeros suplentes. La segunda semana de relevamiento se incorporaron los hogares pertenecientes a los segundos y terceros suplentes (en algunos casos también a los cuartos suplentes). La tercera semana se llamó también a hogares pertenecientes al grupo de los cuartos y quintos suplentes. Durante la última semana de relevamiento se llamó a hogares pertenecientes a todos los grupos de la muestra, salvo en contadas excepciones.

Merece la pena mencionar que la incorporación de los hogares suplentes estuvo correlacionada con la tasa de efectividad de marco (números de teléfono que responden a los requisitos para contestar la encuesta) y la tasa de efectividad de encuestas (relación entre los hogares que responden la encuesta y los que podrían haberla respondido) de cada aglomerado.

El sistema estuvo programado para asignar llamados comenzando por los hogares titulares contenidos en la muestra y, si éste rechazó ser encuestado o resultó ser una línea inexistente o no respondió al cabo del tercer intento, se asignó un llamado al primer suplente. Si a su vez este suplente no respondió la encuesta (por el motivo que sea), pasó al segundo suplente y así sucesivamente. En otras palabras, el orden de aparición de los números de teléfono depende del orden de prioridad asignado.

4.3.1.3 Control de campo. Supervisión, capacitación y premios

Tal como indicado anteriormente, el campo de la EVyTH-TDF contó con un equipo para llevar a cabo una minuciosa supervisión tanto en la calidad de las encuestas (enfocada en los conceptos propios del relevamiento) como en la cantidad de encuestas por aglomerado.

Diariamente se realizó el seguimiento de la cantidad de hogares encuestados de forma tal de garantizar que se cubrió el número de hogares necesarios por localidad. Este seguimiento diario implicó mantener la proporcionalidad de encuestas efectivas de cada una. De este modo se garantizó que al llegar al final de la onda las dos regiones tuvieron cumplido con la cuota esperada evitando sesgos temporales y mejorando la calidad de las estimaciones.

²⁹ El sistema informático permite a los supervisores asignar minutos de diferencia entre llamados según cada registro. Por ejemplo, si un llamado se registra como ocupado, ese número queda inhabilitado por 30 minutos y al cabo de ese tiempo el sistema rehabilita el número para que pueda volver a llamarse.

Por otro lado, se realizó controles respecto a la calidad del relevamiento de la información. Además de escuchar las encuestas en vivo, desde la supervisión, se escucharon encuestas ex post controlando que la información ha sido cargada correctamente en la base de datos.

La información estadística del campo permitió que mensualmente se controle calidad del relevamiento de variables claves como son cantidad de viajes por tipo, gasto total de viaje e ingresos relevados por cada encuestador. Esto permitió mejorar la calidad de las imputaciones y expansiones realizadas por el equipo estadístico.

Se realizaron sendos seminarios de capacitación regulares a los encuestadores y supervisores. De estos seminarios estará a cargo el equipo Metodológico. Estos encuentros sirvieron para trabajar sobre el cuestionario y conceptos claves además de presentar casos testigo para ejemplificar aquellas cuestiones que debieron ser mejoradas (o aquellas que han sido resueltas con corrección). Además, algunos seminarios se realizó con los técnicos del INFUETUR de forma de capacitar a los encuestadores sobre aspectos específicos de Ushuaia, Río Grande, Tolhuin y la provincia en general (puntos geográficos relevantes, días festivos y feriados provinciales, eventos provinciales relevantes, etc.).

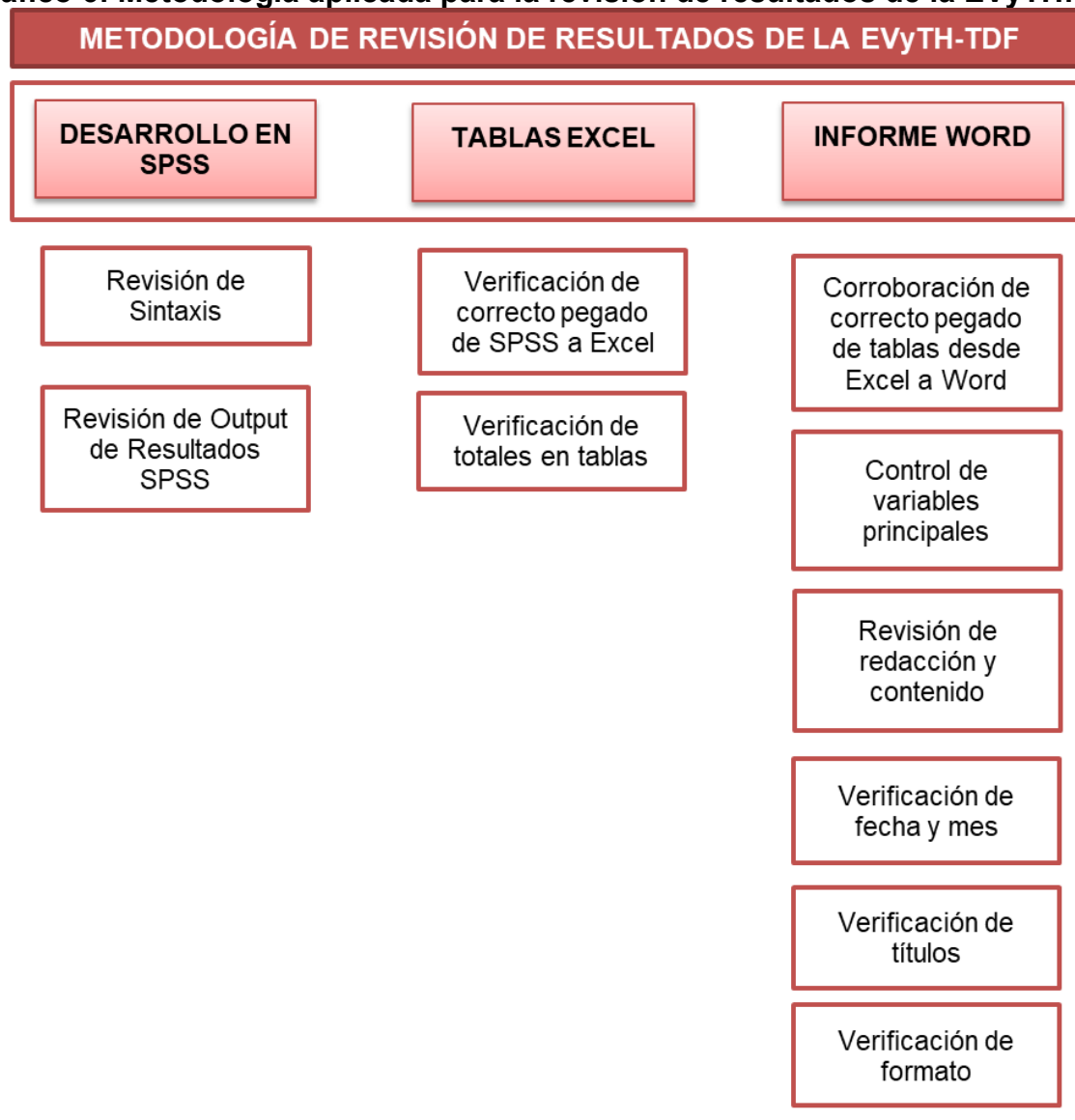
La EVyTH-TDF continuará con la experiencia acumulada durante las numerosas ediciones de la EVyTH-AR a través de las cuales se notaron excelentes resultados en la cantidad (y calidad) de los datos relevados por los encuestadores a partir de implementar un esquema de incentivos económicos.

Para la EVyTH-TDF se implementó un mecanismo de supervisión de los informes de resultados a ser entregados de forma tal de minimizar la cantidad de errores (tanto sustanciales como formales). En el cuadro a continuación, Gráfico 6, se pueden observar las tareas puntuales de revisión de resultados que ha realizado el equipo de Unistat Consulting, para así lograr la creación de los productos con la mejor calidad posible. La lógica del proceso de revisión se basó en aplicar la sencilla regla por la cual aquel que participó en la confección de un informe (o parte), queda automáticamente excluido del proceso de revisión, dando paso a la intervención de un miembro del equipo metodológico especialmente designado a tales efectos. Otra pauta fundamental de este esquema de control fue la fijación de tareas secuenciales y mecánicas de verificación que especificaron exactamente las cuestiones a chequear o corroborar (acompañadas por un esquema del tipo “check-list”).

Este proceso de control consta de tres grandes instancias que se describen a continuación:

1. SPSS: Se controló que no existan errores en el procesamiento de las bases de datos.
2. EXCEL: se verificó que las tablas de Excel correspondan con los resultados obtenidos del Output del SPSS. Además de ello, se comprobó que los totales de las tablas no contuvieran errores (para ello se implementó un control interno en cada uno de los Excel que alerta cuando algún dato es incorrecto).
3. WORD: primeramente, se controló que las tablas y los gráficos pegados en el archivo Word fueran las correspondientes al archivo de Excel. Luego, se chequearon los valores de las variables principales (cantidad de turistas, cantidad de excursionistas, cantidad de pernoctes, gasto total, etc.). Seguidamente, se realizó una segunda revisión de redacción y contenido (con pautas prefijadas de verificación y acompañadas de un “check-list”). Por último, se verificó que la fecha se corresponda a dicho informe, y junto con ello, se realizó una revisión de los títulos y del formato en general (también en base a reglas preestablecidas que facilitaron esta tarea al brindarle sistematicidad).

Gráfico 6: Metodología aplicada para la revisión de resultados de la EVyTH.



Fuente: Elaboración propia.

4.3.2 Solución tecnológica: instrumento de recolección de datos

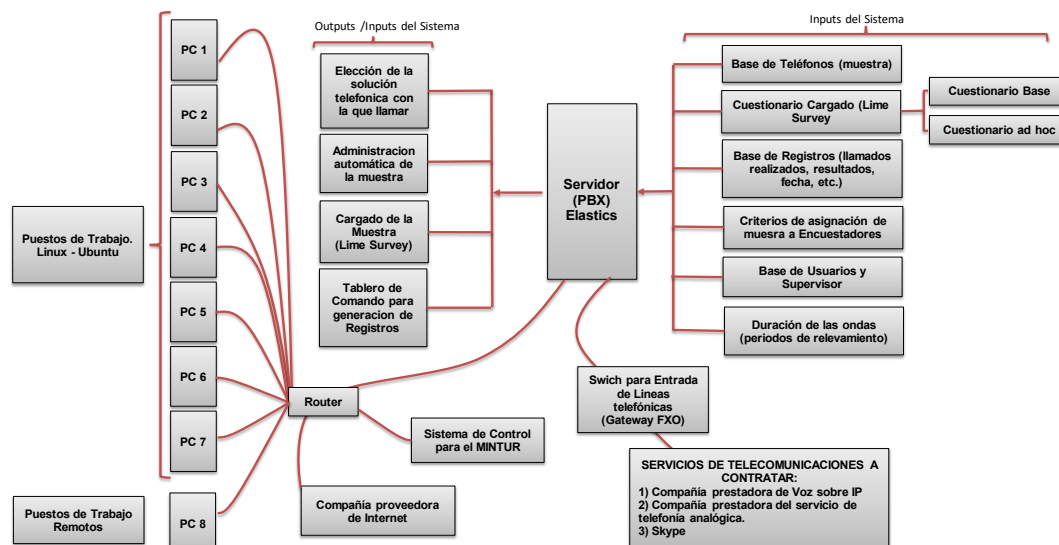
A lo largo de los distintos operativos de las EVyTH-AR, el equipo de Unistat Consulting desarrolló un sistema CATI con el fin de relevar la información a través de encuestas telefónicas recolectadas mediante un mecanismo informático capaz de automatizar la vinculación entre la llamada y el cargado de los datos. Esta metodología, a diferencia de la encuesta directa, permite la obtención de información de manera más rápida y a menores costos. Este sistema también ha sido utilizado (con adaptaciones) a la EVyTH-TDF.

El sistema desarrollado se estructura sobre la base de un software de código abierto en PHP como el Lime Survey sobre un motor de base de datos MySQL (no requiere licencia alguna y es de código abierto). Lime Survey es un programa para la aplicación de encuestas en línea. Las encuestas incluyen ramificación a partir de condiciones, plantillas y diseño personalizado usando un sistema de plantillas web, y provee utilidades básicas de análisis estadístico para el tratamiento de los resultados obtenidos. Las encuestas pueden tener tanto un acceso público como un acceso controlado estrictamente por las claves que pueden ser utilizadas una sola vez (tokens) asignadas a cada persona que participa en la encuesta. A este programa se le ha adicionado la posibilidad de realizar preguntas más complejas e incluso validaciones internas del cuestionario a través de códigos en Javascript (ver proceso de validación explicado anteriormente)³⁰.

El sistema además permite la administración automática (según nivel de usuario) de la base de registros, de la base de teléfonos y de los llamados a realizar (junto con el Lime Survey). En el Gráfico 7 a continuación, se presenta un esquema con los componentes principales que integran el sistema:

³⁰ Por ejemplo, el sistema de cargado no le permite al encuestador cargar más nombres de los miembros de hogar que los declarados inicialmente (en todo caso se puede volver atrás y corregir el dato correspondiente); existe un control sobre la apertura del gasto total del viaje (la suma de cada elemento del gasto no puede superar el gasto total declarado); se constata (aproximadamente) si el viaje superó el límite (20 km) de la definición de entorno habitual; etc.

Gráfico 7: Sistema informático CATI a utilizar.



Fuente: Elaboración propia.

Todo el sistema está confeccionado bajo el sistema operativo LINUX (por lo que no se requieren licencias). El servidor - PBX tiene la capacidad de administrar tres tipos de bases: la base de teléfonos con la muestra, la base de Lime Survey (MySQL), la base de registros (es decir, la que recopila la información de lo sucedido con la llamada –ocupado, llamar más adelante, etc.) y un sistema de administración de usuarios y administradores.

El Servidor brinda la posibilidad al usuario final (encuestador) de elegir si llamar a través de diferentes prestadores de líneas IP (eventualmente también Skype). La razón de ser de esta flexibilidad es que:

1. El costo según la zona geográfica varía con cada solución tecnológica;
2. cada solución tecnológica funciona mejor según la zona geográfica.

El jefe de Campo tiene la posibilidad de administrar solución tecnológica para realizar llamadas según el puesto y, a su vez, decide qué cuota de llamadas le otorga a cada uno (en cantidad y en ubicación geográfica) de los encuestadores.

El encuestador tiene visible en la pantalla del Lime Survey con la encuesta cargada (ya incorporando los filtros y validación que correspondan) y pueden visualizar datos básicos del llamado a realizar (los llamados son asignados automáticamente por el sistema según la administración que realice el jefe de campo). Al realizar una llamada

escoge el resultado de esta: si fue exitosa, si resultó ocupado, si el encuestado solicitó ser rellamado en otro momento, etc. Cada resultado de llamado es cargado al servidor, generándose de esta forma un registro de llamadas.

El sistema de llamadas tiene un usuario administrador que permite exportar la base de registros, la base del Lime Survey (con las encuestas cargadas) y un sistema de síntesis de la evolución del campo (cantidad de llamadas exitosas, rechazos, rellamados, etc.). A su vez, el Lime Survey, permite contar con estadísticas en tiempo real que le permite al Supervisor analizar qué tipos de viajes se cargaron, cuántos, características de los mismos, etc.

Como se puede observar del gráfico anterior, todas las llamadas pasan a través del Servidor que, a través de la PBX, tiene la posibilidad de grabar las llamadas y/o escucharlas en tiempo real (mientras un encuestador está realizándola)³¹.

Todas estas funcionalidades (acceso a las grabaciones, a escuchar las encuestas en tiempo real, la base y las estadísticas de Lime Survey, etc.) pueden ser compartidas con alguien fuera del sistema si así se requiriera a través de una VPN (implementando las normas de seguridad habituales para estos casos).

4.3.3 Difusión de la EVyTH-TDF

4.3.3.1 Difusión por parte del INFUETUR

La realización de la EVyTH-TDF ha sido difundida tanto por el INFUETUR como el IPIEC con el fin de concientizar a los hogares a ser encuestados de la importancia del proyecto (y brindarles la seguridad de que su respuesta es utilizada con fines únicamente estadísticos). En efecto, ambas instituciones publicaron en sus respectivos sitios web comunicados (o elaboraron “micrositios”) dirigidos a la población con el objetivo de explicar por qué y para que se realiza la encuesta EVyTH-TDF. Esto sirve para aumentar la seguridad del entrevistado ante el llamado telefónico de una persona desconocida. Asimismo, los anuncios en sus sitios web fueron útiles para brindarle certeza al hogar respecto del anonimato de los datos a brindar y publicitar los nombres y demás datos de los encuestadores que llevaron a cabo el campo de la encuesta. Los dos comunicados fueron publicados en sus respectivos sitios web y se presentan a continuación:

³¹ En caso de ser necesario se pueden grabar atendiendo a los máximos resguardos de seguridad.

Figura 1: Anuncio del INFUETUR de la realización de la EVyTH-TDF

Encuesta de Viajes y Turismo en [infuetur.gob.ar/estadistica/evyth](#)

"2023 - 40° ANIVERSARIO DE LA RESTAURACIÓN DE LA DEMOCRACIA"

INSTITUCIONAL - ACCIONES - DOCUMENTOS - NOVEDADES

Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego (EVyTH-TDF)

El Instituto Fuegoño de Turismo, ha iniciado el proyecto Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego (EVyTH-TDF) en colaboración con el Instituto Provincial de Análisis e Investigación, Estadística y Censos (IPIEC).

Esta iniciativa tiene como objetivo cuantificar y mejorar la caracterización del turismo interno de Tierra del Fuego con miras a complementar los indicadores que componen la actualización de la Cuenta Satélite de Turismo de Tierra del Fuego (CST-TDF) y de esta manera, seguir contribuyendo a la mejora en la calidad y disponibilidad de estadísticas de turismo.

En tal sentido, y en virtud de los resultados obtenidos de la CST-TDF publicada en el año 2022, el turismo interno de TDF representa un segmento significativo en términos de cantidades y en gasto total turístico provincial. Para el año 2017 (año base) la provincia tuvo 176 mil turistas internos y alrededor de 447 mil excursionistas, explicando en su conjunto más del 55% de los visitantes totales de la provincia. Por lo tanto, **más de la mitad de los visitantes resultan ser internos**. Desde el punto de vista del gasto, aquel 55% de los visitantes totales de la provincia, explican el 22% del gasto total turístico.

A partir de ello, será de gran importancia que Tierra del Fuego cuente con una encuesta que permita caracterizar, especialmente, el turismo interno provincial. Esta información permitirá contar con datos de perfil que mejoren tanto la toma de decisiones en materia de políticas públicas, como en el sector privado turístico. Esta EVyTH-TDF permitirá, complementar la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y alcanzar de esta manera un hito relevante para la provincia en términos de estadísticas básicas de turismo.

El proyecto se implementará a través de un sistema computarizado, que inicia las llamadas desde un call-center con encuestadores formados con experiencia en la encuesta EVyTH a nivel nacional, lo que permitirá emplear la misma metodología que viene utilizando desde hace más de 10 años el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación para caracterizar el turismo interno nacional. Esto, asimismo, garantizará la comparabilidad de los resultados entre ambas encuestas.

La recolección de la información se realizará mediante una encuesta telefónica semiestructurada, a lo largo de 12 meses consecutivos, para relevar los viajes turísticos internos realizados por la población residente en los hogares de Ushuaia y Río Grande, así como sus principales características y computar aspectos sociodemográficos que permitan caracterizar a los visitantes internos de TDF.

Es importante aclarar que **la información que las personas y hogares brinden durante la encuesta será estrictamente confidencial y reservada bajo los términos de la Ley 17.622 de Secreto Estadístico**, y que únicamente serán publicados resultados estadísticos compilados que de ninguna forma individualizarán o brindarán datos específicos de ninguna persona/hogar. Además, se resalta que **la encuesta no solicitará obligatoriamente ni nombres/apellidos ni DNI, siendo anónima**.

Por otra parte y ante cualquier consulta se brindan los datos de contacto de la División de Procesamiento y análisis estadístico, dependiente de la Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico (DPyDT) del INFUETUR.

Dirección de correo electrónico: estadistica@infuetur.gob.ar
Teléfono corporativo DPyDT: 2901-584786 (Lun a Vie de 9 a 16 h)

Es importante tener en cuenta que la encuesta a realizarse para medir y caracterizar el turismo interno de los residentes en TDF seguirá las siguientes pautas:

- La cantidad de viajes turísticos internos de los residentes en la provincia.
- Las características de los recorridos turísticos por la provincia de los residentes en TDF (lugares visitados, forma de alojamiento, estadía, utilización de paquete turístico, medios de transporte, etc.).
- Los viajes a segundas viviendas y sus características de los residentes en TDF mientras que se ubiquen dentro de la provincia.
- El gasto realizado en viajes turísticos asociados a los viajes antes indicados.
- Las características sociodemográficas de los hogares viajeros y no viajeros residentes en la provincia (ingreso de los hogares, ocupación principal).

El INFUETUR/IPIEC agradecen la colaboración de la población de TDF en caso de ser contactados para participar de la encuesta. Esperamos difusión y colaboración por parte de la comunidad para dar respuesta a la encuesta en caso de recibir la llamada.

Si recibe o recibió la llamada de un encuestador comunicándose de parte del INFUETUR, puede verificar la identidad del mismo en la siguiente lista, de este modo, corroborará que se trata de un encuestador acreditado por el Instituto.

Celeste Trejo, DNI 30951568
Sandra Noemí Ortega Davila, DNI 25636687
Melisa Judith Trejo, DNI 26863493
Ana Isabel Paganí, DNI 2835237
Nayla Agustina Pitrela, DNI 40770130
Suárez Amelía Mercedes, DNI 31464644

Encontranos en
Facebook
Twitter
Telegram
Instagram

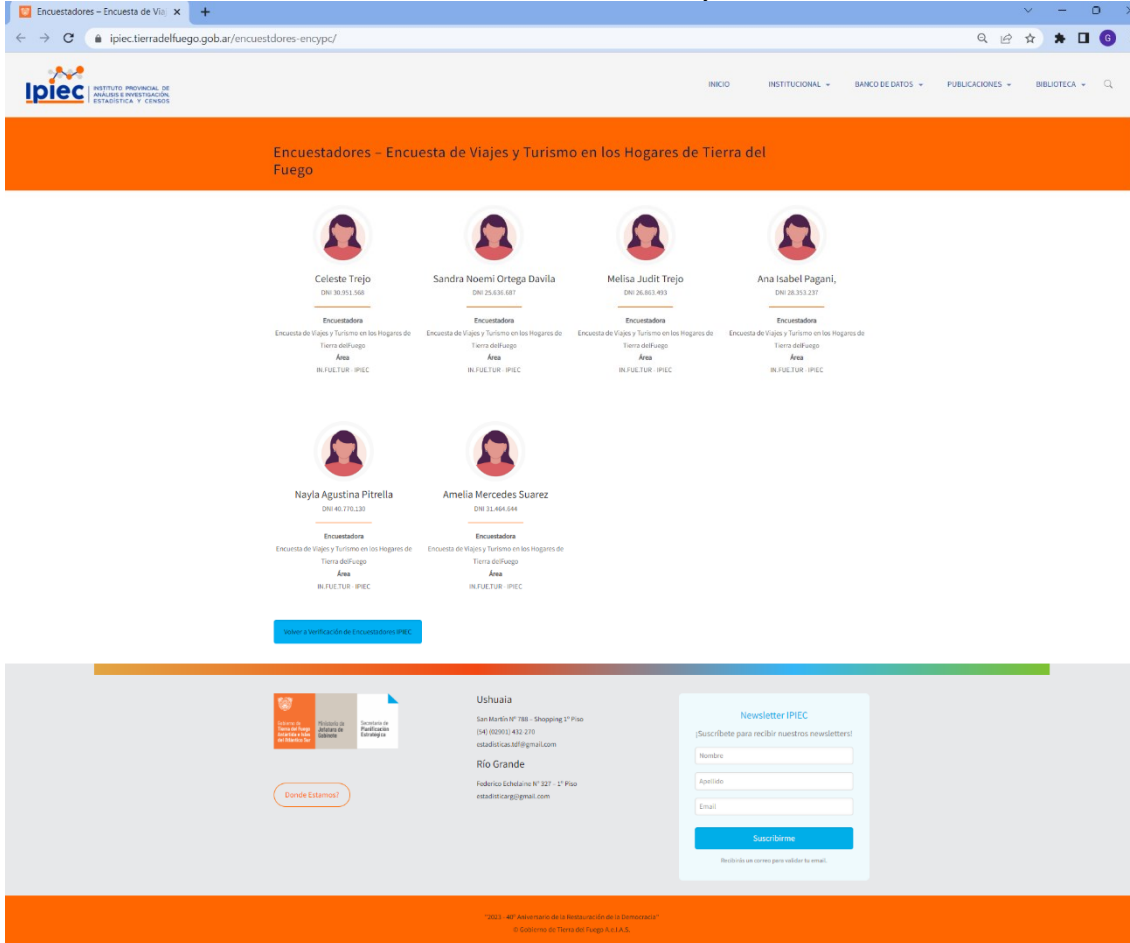
Enlaces para empleados
Gen Expediente
Webmail
Cloud

IN.FUE.TUR.
Instituto Fuegoño de Turismo
Gobierno de la Provincia de Tierra del Fuego,
Antártida e Islas del Atlántico Sur

Para información turística visite FINDELMUNDO.tur.ar

Consultar: <https://infuetur.gob.ar/estadistica/evyth>

Figura 2: Anuncio del IPIEC de la realización de la EVyTH-TDF (listado de encuestadores)



The screenshot shows the website <https://ipiec.tierradelfuego.gov.ar/encuestadores-encypc/>. The page title is "Encuestadores - Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego". It lists six surveyors:

Nombre	DNI	Encuestadora	Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego	Área	IN.FUE.TUR - IPIEC
Celeste Trejo	26.915.568	Encuestadora	Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego	Área	IN.FUE.TUR - IPIEC
Sandra Noemi Ortega Davila	25.636.687	Encuestadora	Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego	Área	IN.FUE.TUR - IPIEC
Melisa Judit Trejo	26.963.493	Encuestadora	Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego	Área	IN.FUE.TUR - IPIEC
Ana Isabel Pagani,	26.913.237	Encuestadora	Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego	Área	IN.FUE.TUR - IPIEC
Nayla Agustina Pitrella	40.170.230	Encuestadora	Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego	Área	IN.FUE.TUR - IPIEC
Amelia Mercedes Suarez	31.486.694	Encuestadora	Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego	Área	IN.FUE.TUR - IPIEC

At the bottom of the page, there is a "Verificación de Encuestadores IPIEC" button, contact information for Ushuaia and Río Grande, and a "Newsletter IPIEC" subscription form.

Consultar <https://ipiec.tierradelfuego.gov.ar/encuestadores-encypc/>

4.3.4 Relevamiento realizado para elaborar los resultados de la EVyTH-TDF para el Primer Trimestre del año 2023

Se llevó a cabo el operativo de campo para los meses consecutivos que correspondan al primer trimestre del año 2023, siguiendo la técnica y metodología especificada en la Tarea 1. Para ello, se realizaron las siguientes tareas:

- Programación del Formulario Final en el sistema CATI.
- Mensualmente se seleccionaron las muestras para cada uno de los meses que correspondan al primer trimestre del estudio.
- Se efectuó el relevamiento telefónico de la información cargada en el sistema CATI según el cuestionario coordinado con el INFUETUR y el IPIEC (entrevistas telefónicas a los hogares de la muestra). Se cargó los datos relevados a razón de una onda por mes para el primer trimestre del estudio.
- Se ingresaron los datos relevados en las encuestas en el sistema CATI.
- Se mantuvo informado al INFUETUR e IPIEC sobre la evolución de cada onda, así como de los criterios implementados cuando resultó necesario.

Se llevo adelante el relevamiento de campo con un equipo estable de 3 encuestadores que encuestaron durante 3 horas diarias. La primera onda (Onda 22023), correspondiente a febrero, se completó en dieciséis días hábiles. La siguiente onda, marzo (Onda 32023), se completó en catorce días hábiles mientras que la onda de abril (Onda 42023) se hizo en diecisiete días hábiles y, por último, la onda de mayo en trece días hábiles. Todos los comienzos de onda fueron el primer día hábil del mes a encuestar.

En cada onda, se comenzó por llamar a los hogares catalogados como “titulares”. Se realizan tres intentos de llamados espaciados en el tiempo (cada dos días y con dos horas de diferencia respecto del llamado anterior) de forma tal que al cabo de la primera semana y media se agote la muestra titular, excepto por aquellos hogares que hubiesen solicitado ser rellamados luego de este plazo. Al cabo de aquel plazo se comenzó a llamar a los hogares incluidos en la muestra para suplir a los hogares titulares. Al finalizar aproximadamente una semana más se pasó a relevar a los hogares dentro de la muestra destinada a remplazar a los hogares que oficiaron de primeros suplentes. Con esta lógica se cubrió la cantidad de encuestas efectivas necesarias según la metodología descripta.

A continuación, se brindan los principales resultados que surgen del relevamiento de campo. La Tabla 11 resume las encuestas realizadas y las previstas originalmente

según onda y meses relevados para el periodo estudiado entre los meses de febrero de 2023 y mayo de 2023. Se relevaron 812 encuestas efectivas por sobre las 800 de la muestra teórica, con lo que la muestra fue completada en un 101,5%. La mayor cantidad de encuestas efectivas se dio en la onda 22023 del mes de febrero de 2023 (en la que se relevó el mes de enero 2023) y la onda 42023 del mes de abril de 2023 (en la que se relevaron los meses de febrero y marzo de 2023) con 204 encuestas. En tanto que la cantidad menor fue durante la onda 32023 del mes de marzo de 2023 (que correspondió a los viajes realizados en los meses de enero y febrero de 2023) con 201 encuestas.

Tabla 5: Muestra teórica, encuestas efectivas y encuestas realizadas sobre muestra teórica. En total y porcentaje. Primer trimestre de 2023.

Año	Mes de relevamiento	Muestra Teórica	Encuestas efectivas	Encuestas realizadas / Muestra teórica	Onda	Meses relevados
2023	Febrero	200	204	102,0%	22023	enero 2023
	Marzo	200	201	100,5%	32023	enero 2023 y febrero 2023
	Abril	200	204	102,0%	42023	febrero 2022 y marzo 2022
	Mayo	200	203	101,5%	52023	marzo 2023 y abril 2023
Total	febrero 2023 / mayo 2023	800	812	101,5%		enero 2023 / marzo 2023

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recabados a lo largo de la EVyTH-TDF

La Tabla 12 detalla la distribución de la cantidad de encuestas efectivas, los números de teléfono y llamados según onda y meses relevados. Para concretar las 812 encuestas efectivas realizadas a lo largo del primer trimestre de 2023, se necesitaron 11.036 números de teléfonos y 33.513 llamados. En todas las ondas de relevamiento se utilizaron entre dos mil quinientos y tres mil números. La mayor cantidad de números telefónicos utilizados fue durante la onda 32023, del mes de marzo de 2023 con 2.949 números. En tanto que la menor cantidad se produjo en la onda 22023 de febrero de 2023 con 2.507 números.

Tabla 6: Encuestas efectivas, números telefónicos y llamados. Distribución según Mes de relevamiento y Meses relevados. Primer trimestre de 2023.

Año	Mes de relevamiento	Encuestas Efectivas	Numeros Telefonicos	Llamados	Onda	Meses relevados
2023	Febrero	204	2.507	8.669	22023	enero 2023
	Marzo	201	2.949	7.212	32023	enero 2023 y febrero 2023
	Abril	204	2.890	9.467	42023	febrero 2022 y marzo 2022
	Mayo	203	2.690	8.165	52023	marzo 2023 y abril 2023
Total	febrero 2023 / mayo 2023	812	11.036	33.513		enero 2023 / marzo 2023

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recabados a lo largo de la EVyTH-TDF

La Tabla 13 indica que el 91,3% de los teléfonos contactados resultaron en hogares que potencialmente podrían haber respondido la encuesta (efectividad de marco); uno de cada siete de los hogares (14,5%) fueron efectivamente contactados (efectividad

de contacto) y más de la mitad de los hogares contactados (56,4%) accedieron a responder la encuesta (efectividad de encuestas). La onda con mayor efectividad de marco fue la 32023 (marzo de 2023), donde más de nueve de cada diez teléfonos se correspondieron con los requisitos del marco muestral (97,0%), mientras que la onda de menor efectividad de marco fue la 42023 (abril de 2023) con 87,6%. La onda 22023 (febrero de 2023) fue la de mayor facilidad para establecer contacto, el 17,1% de los hogares respondieron al menos alguno de los llamados. En la onda 52023 (mayo de 2023) los hogares contactados se mostraron más dispuestos que en las demás ondas a responder la encuesta: poco más de tres quintos de los hogares contactados (64,9%) aceptaron responder las preguntas sobre viajes. Sin embargo, en la onda 32023 (marzo de 2023) poco menos de la mitad (49,6%) accedió a hacerlo.

Tabla 7: Números telefónicos. Tasa de efectividad de marco, efectividad de contacto y efectividad de encuestas. Distribución según Mes de relevamiento y Meses relevados. Primer trimestre de 2023.

Año	Mes de relevamiento	Efectividad de marco	Efectividad de contacto	Efectividad de encuestas	Onda	Meses relevados
2023	Febrero	91,1%	17,1%	52,2%	22023	enero 2023
	Marzo	97,0%	14,2%	49,6%	32023	enero 2023 y febrero 2023
	Abril	87,6%	13,6%	59,1%	42023	febrero 2022 y marzo 2022
	Mayo	89,4%	13,0%	64,9%	52023	marzo 2023 y abril 2023
Total	febrero 2023 / mayo 2023	91,3%	14,5%	56,4%		enero 2023 / marzo 2023

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recabados a lo largo de la EVyTH-TDF

En la Tabla 14 queda expresado que el 97,2% de los llamados realizados corresponden a hogares que cumplían con los requisitos muestrales (efectividad de marco), el 4,5% de los llamados tuvieron respuesta (efectividad de contacto) y el 56,7% de los llamados resultaron en encuestas efectivas (efectividad de encuestas). En todas las ondas más de nueve de cada diez llamados resultaron en llamados que se correspondieron con hogares, lo que da cuenta de la alta efectividad de marco. Es decir que poco más de uno de cada veinte dos de estos llamados fue respondido y más de la mitad de las llamadas respondidas resultó en una encuesta efectiva. En tanto que fueron necesarias cuatro llamadas para concretar una encuesta efectiva.

Tabla 8: Llamados. Tasa de efectividad de marco, efectividad de contacto y efectividad de encuestas. Distribución según Mes de relevamiento y Meses relevados. Primer trimestre de 2023.

Año	Mes de relevamiento	Efectividad de marco	Efectividad de contacto	Efectividad de encuestas	Onda	Meses relevados
2023	Febrero	97,4%	4,6%	52,2%	22023	enero 2023
	Marzo	98,8%	5,7%	49,6%	32023	enero 2023 y febrero 2023
	Abril	96,2%	3,8%	59,6%	42023	febrero 2022 y marzo 2022
	Mayo	96,5%	3,9%	65,3%	52023	marzo 2023 y abril 2023
Total	febrero 2023 / mayo 2023	97,2%	4,5%	56,7%		enero 2023 / marzo 2023

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recabados a lo largo de la EVyTH-TDF

La Tabla 15 muestra el promedio de duración de los llamados que derivaron en una encuesta efectiva según comportamiento turístico de los hogares. En el promedio general las encuestas duraron seis minutos aproximadamente (06'03"), siendo las más largas aquellas en las que se recabaron viajes y visitas (9'37"), las que recabaron solo visitas (07'14"), las que recabaron solo viajes (06'39") y, finalmente, aquellas cuyos integrantes del hogar no realizaron viajes ni visitas (04'00").

Tabla 9: Tiempo promedio de duración de las encuestas con viajes y visitas, con viajes y sin visitas, sin viajes y con visitas, sin viajes ni visitas. Primer trimestre de 2023.

Año	Mes de relevamiento	Con viajes y visitas	Con viajes y sin visitas	Sin viajes y con visitas	Sin viajes ni visitas	Total	Onda	Meses relevados
		Duración (mm:ss)	Duración (mm:ss)	Duración (mm:ss)	Duración (mm:ss)			
2023	Febrero	09:37	06:18	06:53	04:06	05:55	22023	enero 2023
	Marzo	09:20	06:11	07:25	04:03	06:09	32023	enero 2023 y febrero 2023
	Abril	09:37	07:22	07:16	04:02	06:40	42023	febrero 2022 y marzo 2022
	Mayo	09:54	06:45	07:24	03:50	05:30	52023	marzo 2023 y abril 2023
Total	feb 23 / may 23	09:37	06:39	07:14	04:00	06:03		enero 2023 / marzo 2023

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recabados a lo largo de la EVyTH-TDF

La Tabla 16 a continuación, presenta la evolución de las encuestas diarias y acumuladas según la onda.

**Tabla 10: Encuestas diarias y acumuladas según onda de relevamiento.
Febrero 2023 a mayo 2023.**

Onda 22023 (Febrero)		Onda 32023 (Marzo)		Onda 42023 (Abril)		Onda 52023 (Mayo)	
Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas
21	21	20	20	21	21	18	18
15	36	16	36	13	34	12	30
18	54	19	55	6	40	19	49
14	68	11	66	8	48	10	59
7	75	9	75	16	64	17	76
12	87	20	95	12	76	11	87
17	104	13	108	8	84	19	106
10	114	10	118	14	98	11	117
19	133	16	134	10	108	19	136
5	138	13	147	15	123	17	153
23	161	18	165	11	134	17	170
8	169	18	183	14	148	21	191
19	188	11	194	8	156	12	203
6	194	7	201	8	164		
10	204			22	186		
				15	201		
				3	204		
204		201		204		203	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recabados a lo largo de la EVyTH-TDF

4.4 Sub-Tarea 2.2: Elaboración de resultados a partir de base de datos del 1° trimestre

Con el cierre de las ondas del primer trimestre (en fin de mayo del año 2023), siguiendo las especificaciones metodológicas detalladas en las secciones anteriores, se procesó la base de datos generada a partir de la realización de las encuestas, se implementaron las calibraciones y las imputaciones de las no respuestas, se crearon las variables auxiliares correspondientes, se realizó la ponderación a los totales poblacionales y, finalmente, se computaron las variables de interés para cada período según la tabla presentada en la Sub-Tarea 1.2 de los TDRs. A partir de ello, luego se elaboraron las tabas resúmenes de resultados, descripción de resultados y se creó la base usuaria final. A partir de todo ello, se compilaron y tabularon los resultados (cuantificando y caracterizando los viajes turísticos siguiendo las variables fijadas en la tabla en Sub-Tarea 1.2) para finalmente ser descriptos en el Informe del Primer Trimestre de la EVyTH-TDF. Este informe fue entregado al CFI, como anexo al Informe Parcial (IP2), el día 28 de junio de 2023 (conjuntamente con la descripción del campo hasta dicha fecha).

El Informe del Primer Trimestre del año de la EVyTH-TDF se anexa al presente documento (ver sección 7.9), incluyendo su correspondiente base usuaria.

5 TAREA 3: TRABAJO DE CAMPO Y ELABORACIÓN DE RESULTADOS ANUALES

Siguiendo los TDRs, a continuación, se detalla lo realizado para dar cumplimiento con esta Tarea 3; esto es, partiendo de lo descrito en la Tarea 1, la elaboración del campo para obtener los resultados correspondientes al segundo, tercer y cuarto trimestres del año 2023. Para ello, se describe los trabajos de campo, detallando la cantidad de encuestas realizadas, tiempos, etc. Además, se presentan los resultados de todos los trimestres del año (adjuntando un informe por cada trimestre), así como el informe anual de la EVyTH-TDF.

5.3 Sub-Tarea 3.1: Trabajo de campo realizado a lo largo de toda la EVyTH-TDF

Se llevó a cabo el operativo de campo para los meses consecutivos que correspondan a los doce meses del año 2023, siguiendo la técnica y metodología especificada en la Tarea 1 (y complementando lo realizado durante la Tarea 2). Para ello, se realizaron las siguientes tareas:

- Programación del Formulario Final en el sistema CATI.
- Mensualmente se seleccionaron las muestras para cada uno de los meses que correspondan.
- Se efectuó el relevamiento telefónico de la información cargada en el sistema CATI según el cuestionario coordinado con el INFUETUR y el IPIEC (entrevistas telefónicas a los hogares de la muestra). Se cargó los datos relevados a razón de una onda por mes.
- Se ingresaron los datos relevados en las encuestas en el sistema CATI.
- Se mantuvo informado al INFUETUR e IPIEC sobre la evolución de cada onda, así como de los criterios implementados cuando resultó necesario.

Se llevo adelante el relevamiento de campo con un equipo estable de 3 encuestadores que encuestaron durante 3 horas diarias con un promedio de 13 días hábiles por onda. La tercera onda (Onda 42023), correspondiente a abril, fue la que más días hábiles tomo para completarse con diecisiete días. La onda de noviembre (Onda 112023), se completó en once días hábiles convirtiéndose en la onda que menos días hábiles se tomó para completar. Todos los comienzos de onda fueron el primer día hábil del mes a encuestar.

En cada onda, se comenzó por llamar a los hogares catalogados como “titulares”. Tal como se explicó anteriormente, se realizan tres intentos de llamados espaciados en el tiempo (cada dos días y con dos horas de diferencia respecto del llamado anterior) de forma tal que al cabo de la primera semana y media se agote la muestra titular, excepto por aquellos hogares que hubiesen solicitado ser rellamados luego de este plazo. Al cabo de aquel plazo se comenzó a llamar a los hogares incluidos en la muestra para suplir a los hogares titulares. Al finalizar aproximadamente una semana más se pasó a relevar a los hogares dentro de la muestra destinada a remplazar a los hogares que oficiaron de primeros suplentes. Con esta lógica se cubrió la cantidad de encuestas efectivas necesarias según la metodología descripta.

A continuación, se brindan los principales resultados que surgen del relevamiento de campo. La Tabla 11 resume las encuestas realizadas y las previstas originalmente según onda y meses relevados para el periodo estudiado entre los meses de febrero de 2023 y febrero de 2024. Se relevaron 2.626 encuestas efectivas por sobre las 2.600 de la muestra teórica, con lo que la muestra fue completada en un 101,0%. La mayor cantidad de encuestas efectivas se dio en las ondas 22023 del mes de febrero de 2023 (en la que se relevó el mes de enero 2023) y la onda 42023 del mes de abril de 2023 (en la que se relevaron los meses de febrero y marzo de 2023) con 204 encuestas. En tanto que la cantidad menor fue durante las ondas 122023 del mes de diciembre de 2023 (que correspondió a los viajes realizados en los meses de octubre y noviembre de 2023) y la onda 12024 del mes de enero de 2024 (que correspondió a los viajes realizados en los meses de noviembre y diciembre de 2023) con 200 encuestas.

Tabla 11: Muestra teórica, encuestas efectivas y encuestas realizadas sobre muestra teórica. En total y porcentaje. Relevamiento de febrero de 2023 a febrero de 2024.

Año	Mes de relevamiento	Muestra Teórica	Encuestas efectivas	Encuestas realizadas / Muestra teórica	Onda	Meses relevados
2023	febrero	200	204	102,0%	22023	enero 2023
	marzo	200	201	100,5%	32023	enero 2023 y febrero 2023
	abril	200	204	102,0%	42023	febrero 2023 y marzo 2023
	mayo	200	203	101,5%	52023	marzo 2023 y abril 2023
	junio	200	203	101,5%	62023	abril 2023 y mayo 2023
	julio	200	202	101,0%	72023	mayo 2023 y junio 2023
	agosto	200	201	100,5%	82023	junio 2023 y julio 2023
	septiembre	200	202	101,0%	92023	julio 2023 y agosto 2023
	octubre	200	203	101,5%	102023	agosto 2023 y septiembre 2023
	noviembre	200	202	101,0%	112023	septiembre 2023 y octubre 2023
	diciembre	200	200	100,0%	122023	octubre 2023 y noviembre 2023
	2024	enero	200	200	100,0%	12024
febrero		200	201	100,5%	22024	diciembre 2023
Total	feb 23 / feb 24	2.600	2.626	101,0%		febrero 2023 / febrero 2024

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recabados a lo largo de la EVyTH-TDF

La Tabla 12 detalla la distribución de la cantidad de encuestas efectivas, los números de teléfono y llamados según onda y meses relevados. Para concretar las 2.626 encuestas efectivas realizadas a lo largo de la EVyTH-TDF, se necesitaron 41.021 números de teléfonos y 121.302 llamados. En todas las ondas de relevamiento se utilizaron entre dos mil y cinco mil números. La mayor cantidad de números telefónicos utilizados fue durante la onda 102023, del mes de octubre de 2023 con 4.980 números. En tanto que la menor cantidad se produjo en la onda 72023 de julio de 2023 con 2.284 números.

Tabla 12: Encuestas efectivas, números telefónicos y llamados. Distribución según Mes de relevamiento y Meses relevados. Totales. Relevamiento de febrero de 2023 a febrero de 2024.

Año	Mes de relevamiento	Encuestas Efectivas	Numeros Telefonicos	Llamados	Onda	Meses relevados
2023	febrero	204	2.507	8.669	22023	enero 2023
	marzo	201	2.949	7.212	32023	enero 2023 y febrero 2023
	abril	204	2.890	9.467	42023	febrero 2023 y marzo 2023
	mayo	203	2.690	8.165	52023	marzo 2023 y abril 2023
	junio	203	3.018	8.245	62023	abril 2023 y mayo 2023
	julio	202	2.284	7.403	72023	mayo 2023 y junio 2023
	agosto	201	2.750	8.056	82023	junio 2023 y julio 2023
	septiembre	202	2.892	9.920	92023	julio 2023 y agosto 2023
	octubre	203	4.980	11.406	102023	agosto 2023 y septiembre 2023
	noviembre	202	2.958	9.562	112023	septiembre 2023 y octubre 2023
	diciembre	200	3.225	10.206	122023	octubre 2023 y noviembre 2023
	2024	enero	200	3.156	10.011	12024
febrero		201	4.722	12.980	22024	diciembre 2023
Total	feb 23 / feb 24	2.626	41.021	121.302		febrero 2023 / febrero 2024

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recabados a lo largo de la EVyTH-TDF

La Tabla 13 indica que el 89,0% de los teléfonos contactados resultaron en hogares que potencialmente podrían haber respondido la encuesta (efectividad de marco); uno

de cada nueve de los hogares (11,8%) fueron efectivamente contactados (efectividad de contacto) y más de tres quintos de los hogares contactados (65,1%) accedieron a responder la encuesta (efectividad de encuestas). La onda con mayor efectividad de marco fue la 32023 (marzo de 2023), donde más de nueve de cada diez teléfonos se correspondieron con los requisitos del marco muestral (97,0%), mientras que la onda de menor efectividad de marco fue la 92023 (septiembre de 2023) con 84,3%. La onda 22023 (febrero de 2023) fue la de mayor facilidad para establecer contacto, el 17,1% de los hogares respondieron al menos alguno de los llamados. En la onda 22024 (febrero de 2024) los hogares contactados se mostraron más dispuestos que en las demás ondas a responder la encuesta: poco menos de tres cuartos de los hogares contactados (74,4%) aceptaron responder las preguntas sobre viajes. Sin embargo, en la onda 32023 (marzo de 2023) poco menos de la mitad (49,6%) accedió a hacerlo.

Tabla 13: Números telefónicos. Tasa de efectividad de marco, efectividad de contacto y efectividad de encuestas. Distribución según Mes de relevamiento y Meses relevados. Totales. Relevamiento de febrero de 2023 a febrero de 2024.

Año	Mes de relevamiento	Efectividad de marco	Efectividad de contacto	Efectividad de encuestas	Onda	Meses relevados
2023	febrero	91,1%	17,1%	52,2%	22023	enero 2023
	marzo	97,0%	14,2%	49,6%	32023	enero 2023 y febrero 2023
	abril	87,6%	13,6%	59,1%	42023	febrero 2023 y marzo 2023
	mayo	89,4%	13,0%	64,9%	52023	marzo 2023 y abril 2023
	junio	91,0%	11,3%	65,3%	62023	abril 2023 y mayo 2023
	julio	87,7%	14,7%	68,5%	72023	mayo 2023 y junio 2023
	agosto	89,9%	12,7%	64,2%	82023	junio 2023 y julio 2023
	septiembre	84,3%	13,1%	63,1%	92023	julio 2023 y agosto 2023
	octubre	89,4%	6,8%	67,4%	102023	agosto 2023 y septiembre 2023
	noviembre	88,4%	10,6%	72,7%	112023	septiembre 2023 y octubre 2023
	diciembre	87,3%	9,6%	74,1%	122023	octubre 2023 y noviembre 2023
2024	enero	86,5%	10,4%	70,7%	12024	noviembre 2023 y diciembre 2023
	febrero	87,0%	6,6%	74,4%	22024	diciembre 2023
Total	feb 23 / feb 24	89,0%	11,8%	65,1%		febrero 2023 / febrero 2024

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recabados a lo largo de la EVyTH-TDF

En la Tabla 14 queda expresado que el 96,4% de los llamados realizados corresponden a hogares que cumplían con los requisitos muestrales (efectividad de marco), el 3,6% de los llamados tuvieron respuesta (efectividad de contacto) y el 66,2% de los llamados resultaron en encuestas efectivas (efectividad de encuestas). En todas las ondas más de nueve de cada diez llamados resultaron en llamados que se correspondieron con hogares, lo que da cuenta de la alta efectividad de marco. Es decir que poco más de uno de cada veinte ocho de estos llamados fue respondido y más de tres de cada cinco llamadas respondidas resultó en una encuesta efectiva. En tanto que fueron necesarias tres llamadas para concretar una encuesta efectiva.

Tabla 14: Llamados. Tasa de efectividad de marco, efectividad de contacto y efectividad de encuestas. Distribución según Mes de relevamiento y Meses relevados. Totales. Relevamiento de febrero de 2023 a febrero de 2024.

Año	Mes de relevamiento	Efectividad de marco	Efectividad de contacto	Efectividad de encuestas	Onda	Meses relevados
2023	febrero	97,4%	4,6%	52,2%	22023	enero 2023
	marzo	98,8%	5,7%	49,6%	32023	enero 2023 y febrero 2023
	abril	96,2%	3,8%	59,6%	42023	febrero 2023 y marzo 2023
	mayo	96,5%	3,9%	65,3%	52023	marzo 2023 y abril 2023
	junio	96,7%	3,8%	66,3%	62023	abril 2023 y mayo 2023
	julio	96,2%	4,0%	71,1%	72023	mayo 2023 y junio 2023
	agosto	96,5%	3,9%	65,5%	82023	junio 2023 y julio 2023
	septiembre	95,4%	3,3%	64,1%	92023	julio 2023 y agosto 2023
	octubre	95,4%	2,7%	69,5%	102023	agosto 2023 y septiembre 2023
	noviembre	96,4%	2,9%	74,5%	112023	septiembre 2023 y octubre 2023
	diciembre	96,0%	2,7%	74,9%	122023	octubre 2023 y noviembre 2023
	2024	enero	95,8%	2,9%	71,9%	12024
febrero		95,3%	2,2%	75,6%	22024	diciembre 2023
Total	feb 23 / feb 24	96,4%	3,6%	66,2%		febrero 2023 / febrero 2024

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recabados a lo largo de la EVyTH-TDF

La Tabla 15 muestra el promedio de duración de los llamados que derivaron en una encuesta efectiva según comportamiento turístico de los hogares. En el promedio general las encuestas duraron cinco minutos aproximadamente (05'13''), siendo las más largas aquellas en las que se recabaron viajes y visitas (9'07''), las que recabaron solo visitas (06'26''), las que recabaron solo viajes (05'56'') y, finalmente, aquellas cuyos integrantes del hogar no realizaron viajes ni visitas (03'26'').

Tabla 15: Tiempo promedio de duración de las encuestas con viajes y visitas, con viajes y sin visitas, sin viajes y con visitas, sin viajes ni visitas. Totales. Relevamiento de febrero de 2023 a febrero de 2024.

Año	Mes de relevamiento	Con viaje y visita	Con viaje y sin visita	Sin viaje y con visita	Sin viaje y sin visita	Total	Onda	Meses relevados
		Duración (mm:ss)	Duración (mm:ss)	Duración (mm:ss)	Duración (mm:ss)			
2023	febrero	09:37	06:18	06:53	04:06	05:55	22023	enero 2023
	marzo	09:20	06:11	07:25	04:03	06:09	32023	enero 2023 y febrero 2023
	abril	09:37	07:22	07:16	04:02	06:40	42023	febrero 2023 y marzo 2023
	mayo	09:54	06:45	07:24	03:50	05:30	52023	marzo 2023 y abril 2023
	junio	09:07	05:08	06:12	03:05	04:30	62023	abril 2023 y mayo 2023
	julio	09:47	05:41	05:54	03:00	04:44	72023	mayo 2023 y junio 2023
	agosto	07:54	05:07	06:06	03:07	04:22	82023	junio 2023 y julio 2023
	septiembre	08:02	05:10	05:50	03:16	04:34	92023	julio 2023 y agosto 2023
	octubre	10:00	05:55	06:02	03:22	04:57	102023	agosto 2023 y septiembre 2023
	noviembre	07:56	05:58	06:03	03:00	04:58	112023	septiembre 2023 y octubre 2023
	diciembre	08:54	06:02	06:09	03:22	05:10	122023	octubre 2023 y noviembre 2023
	2024	enero	10:07	05:43	06:07	03:14	05:17	12024
febrero		08:12	05:48	06:12	03:15	04:59	22024	diciembre 2023
Total	feb 23 / feb 24	09:07	05:56	06:26	03:26	05:13		febrero 2023 / febrero 2024

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recabados a lo largo de la EVyTH-TDF

La Tabla 16 a continuación, presenta la evolución de las encuestas diarias y acumuladas según la onda.

Tabla 16: Encuestas diarias y acumuladas según onda de relevamiento. Totales. Relevamiento de febrero de 2023 a febrero de 2024.

Onda 22023 (Febrero)		Onda 32023 (Marzo)		Onda 42023 (Abril)		Onda 52023 (Mayo)		Onda 62023 (Junio)		Onda 72023 (Julio)		Onda 82023 (Agosto)	
Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas
21	21	20	20	21	21	18	18	32	32	28	28	19	19
15	36	16	36	13	34	12	30	17	49	19	47	12	31
18	54	19	55	6	40	19	49	14	63	15	62	13	44
14	68	11	66	8	48	10	59	13	76	18	80	19	63
7	75	9	75	16	64	17	76	14	90	18	98	12	75
12	87	20	95	12	76	11	87	11	101	11	109	8	83
17	104	13	108	8	84	19	106	5	106	12	121	8	91
10	114	10	118	14	98	11	117	14	120	9	130	5	96
19	133	16	134	10	108	19	136	11	131	12	142	23	119
5	138	13	147	15	123	17	153	14	145	13	155	22	141
23	161	18	165	11	134	17	170	15	160	9	164	18	159
8	169	18	183	14	148	21	191	20	180	13	177	20	179
19	188	11	194	8	156	12	203	23	203	11	188	22	201
6	194	7	201	8	164					14	202		
10	204			22	186								
				15	201								
				3	204								
204		201		204		203		203		202		201	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recabados a lo largo de la EVyTH-TDF

Tabla 6. Continuación.

Onda 92023 (Septiembre)		Onda 102023 (Octubre)		Onda 112023 (Noviembre)		Onda 122023 (Diciembre)		Onda 12024 (Enero)		Onda 2024 (Febrero)	
Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas	Enc. Diarias	Enc. Acumuladas
23	23	13	13	25	25	25	25	21	21	27	27
21	44	14	27	17	42	21	46	13	34	23	50
21	65	27	54	16	58	20	66	17	51	19	69
18	83	18	72	16	74	16	82	16	67	10	79
8	91	11	83	17	91	17	99	11	78	14	93
13	104	15	98	17	108	15	114	13	91	15	108
15	119	12	110	19	127	6	120	16	107	12	120
8	127	12	122	20	147	16	136	17	124	20	140
16	143	10	132	21	168	10	146	17	141	13	153
9	152	12	144	18	186	16	162	12	153	10	163
11	163	26	170	16	202	11	173	16	169	15	178
18	181	13	183			27	200	29	198	14	192
13	194	20	203					2	200	9	201
8	202										
202		203		202		200		200		201	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos recabados a lo largo de la EVyTH-TDF

5.4 Sub-Tarea 3.2: Elaboración de resultados a partir de base de datos de los 4 trimestres e Informe Anual

Con el cierre de las ondas del primer al cuarto trimestre de la EVyTH-TDF (a mediados de febrero del año 2024), siguiendo las especificaciones metodológicas detalladas en las secciones anteriores, se procesó la base de datos generada a partir de la realización de todas las encuestas, se implementaron las calibraciones y las imputaciones de las no respuestas, se crearon las variables auxiliares correspondientes, se realizó la ponderación a los totales poblacionales y, finalmente, se computaron las variables de interés para cada período según la tabla presentada en la Sub-Tarea 1.2 de los TDRs. Luego se elaboraron las tabas resúmenes de

resultados, descripción de resultados y se creó la base usuaria final para todo el año 2023. A partir de ello, se compilaron y tabularon los resultados (cuantificando y caracterizando los viajes turísticos siguiendo las variables fijadas en la tabla en Sub-Tarea 1.2) para finalmente ser descriptos en cada Informe Trimestral (uno para cada trimestre del año 2023) de la EVyTH-TDF. Estos informes son anexados a este informe (IF) en la sección 7.9 (incluyendo sus correspondientes bases usuarias -ver sección 7.12.1).

Asimismo, a partir de la base usuaria final, también se compilaron y tabularon los resultados (cuantificación y caracterización de los viajes según prescripto en la tabla de la Sub-Tarea 1.2 de los TDRs), para generar el informe correspondiente al año 2023 de la EVyTH-TDF (Informe Anual 2023 de la EVyTH-TDF). Este documento compila todos los resultados de cada uno de los trimestres para brindar resultados globales del año 2023. Ver sección 7.10 (asimismo, en la sección 7.12.1 se encuentra la base usuaria del informe anual).

5.5 Sub-Tarea 3.3: Seminario de capacitación final

Los TDRs del Contrato establecen que: “Será realizado un seminario de capacitación en TDF con miras a presentar la metodología y técnicas implementadas durante el relevamiento de la EVyTH-TDF. El seminario incluirá, además, describir cómo se implementó el campo, los problemas encontrados, así como sus respectivas soluciones. Asimismo, presentará los resultados finales contenidos en el Informe Final tal que se permita cuantificar y caracterizar al turismo interno de los residentes en los aglomerados y la provincia.... El seminario estará dirigido a técnicos del INFUETUR, IPIEC y actores públicos o privados que la provincia considere relevante su participación. El INFUETUR estará a cargo de la convocatoria, organización y cursar invitaciones. El seminario contará con, como mínimo, 5 asistentes. La presentación será en forma presencial (o virtualmente a través de Zoom o medio similar en caso tal viaje no pueda llevarse a cabo por las razones que establezcan). La metodología del seminario será una presentación participativa que permita la intervención de los asistentes a partir de dudas, comentarios y sugerencias que puedan tener. Los servicios de break para el taller estarán a cargo del INFUETUR, así como también la sede donde se realizará. Se adjuntará prueba fotográfica (o imágenes) del taller, así como la presentación en Power Point realizada durante éste y planilla con los datos identificatorios de los participantes.”³²

³² Ver página 16 del Contrato.



**UNISTAT
CONSULTING**

En virtud de esta sub-tarea (la 1.3 de los TDRs), entre el 19 y 20 de marzo de 2024 se llevaron a cabo los correspondientes seminarios. En efecto, en formato presencial, el día martes 19 de marzo a las 14hs en Ushuaia (en el Salón de Eventos del INFUETUR) se realizó el referido seminario presentándose la metodología y técnicas implementadas a lo largo de la EVyTH-TDF, así como los resultados a los que se arribó. Al día siguiente, el miércoles 20 de marzo a las 10hs, se procedió a realizar similar seminario en la ciudad de Río Grande (salón de Cámara de Comercio local). Luego, a las 14.30hs del mismo día, se realizó el seminario en Tolhuin (salón de la Secretaría de Turismo y Producción del municipio de Tolhuin).

Según lo previsto, la convocatoria y las invitaciones estuvieron a cargo del INFUETUR, así como los demás aspectos relativos a su organización. Se anexa (ver sección 7.11), presentación (Power Point) realizada, así como la convocatoria distribuida a los participantes por el INFUETUR, las planillas de asistencia a cada seminario y los registros fotográficos exigidos por el Contrato.

6 CONCLUSIONES

En virtud de los resultados obtenidos de la Cuenta Satélite de Turismo de la provincia de Tierra del Fuego (CST-TDF), el turismo interno de TDF en el año 2017 representó un segmento significativo en términos de cantidades y en gasto total turístico para la provincia. En efecto, la provincia tuvo 176 mil turistas internos y alrededor de 447 mil excursionistas, explicando en su conjunto más del 55% de los visitantes totales de la provincia. Además, desde el punto de vista del gasto, aquel 55% de los visitantes, explican el 22% del gasto total turístico.

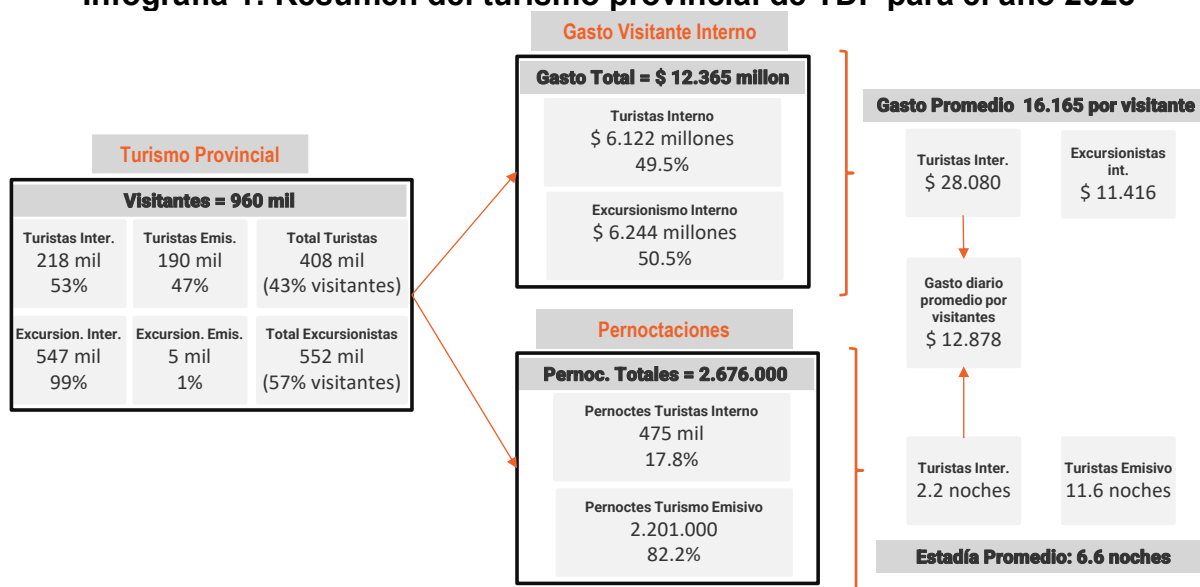
En este contexto, el Consejo Federal de Inversiones ha contratado a Unistat Consulting para llevar a cabo la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares de la provincia de Tierra del Fuego (EVyTH-TDF). El objetivo de esta encuesta es relevar los viajes turísticos, y sus características, realizados por la población residente, así como computar información sociodemográfica que permita caracterizar a los turistas residentes. Esta metodología está inspirada en técnicas mundialmente aceptadas y se considera la experiencia acumulada en nuestro país a partir de la EVyTH-AR, así como internacionalmente.

Este Informe Final (IF) se presentaron todas las tareas y productos elaborados a lo largo de este proyecto. Durante la primera etapa del proyecto (Tarea 1) se detalló la metodología a seguir durante el operativo o trabajos de campo (en línea con las pautas fijadas en los TDRs). Además, como parte del trabajo metodológico, se elaboró el formulario final (o cuestionario) implementado para el relevamiento de la EVyTH-TDF. Partiendo de la metodología definida en la etapa anterior, durante la segunda etapa (Tarea 2) se implementó el campo y se llevaron a cabo las encuestas necesarias para confeccionar los resultados correspondientes al primer trimestre del año 2023. Además, en esta tapa se cumplió en entregar el primero de los cuatro informes de resultados trimestrales de la EVyTH-TDF. Durante la tercera etapa de esta Obra (Tarea 3), se continuó con el relevamiento para obtener los resultados correspondientes a los últimos tres trimestres del estudio, completándose todos los informes trimestrales. A partir de esta toma y de los resultados obtenidos en las Tareas 1, 2 y 3, se confeccionaron los resultados anuales correspondientes al 2023 (acompañados por su correspondiente base de datos).

Desde el punto de vista de los resultados logrados en la EVyTH-TDF, a modo de conclusión, importa comenzar brindando un repaso general de los resultados que caracterizan al turismo de la provincia de Tierra del Fuego, AelIAS. La infografía, a continuación, muestra que, para el año 2023, el turismo de los residentes en la

provincia implicó un movimiento de 960 mil visitantes tanto dentro como fuera de ésta. De éstos, el 80% recorrió la provincia (765 visitantes internos) y el resto otra provincia o país (195 visitantes emisivos). De los visitantes internos, 218 mil (28%) pernoctaron en algún destino de la provincia, mientras que 547 mil realizaron visitas por el día (72%). A pesar de esta mayoría de excursionistas, el gasto interno alcanzó los 12.365 millones de pesos y se explica prácticamente en partes iguales entre turistas y visitantes del día (\$ 6.122 millones vs \$ 6.244 millones). A su vez, en el año 2023, las pernoctaciones de los turistas internos alcanzaron, en promedio, 2,2 noches, lo que explicó que el gasto diario por turista fuera de 12.878 pesos. Los excursionistas internos, por su parte, gastaron 11.416 pesos por persona.

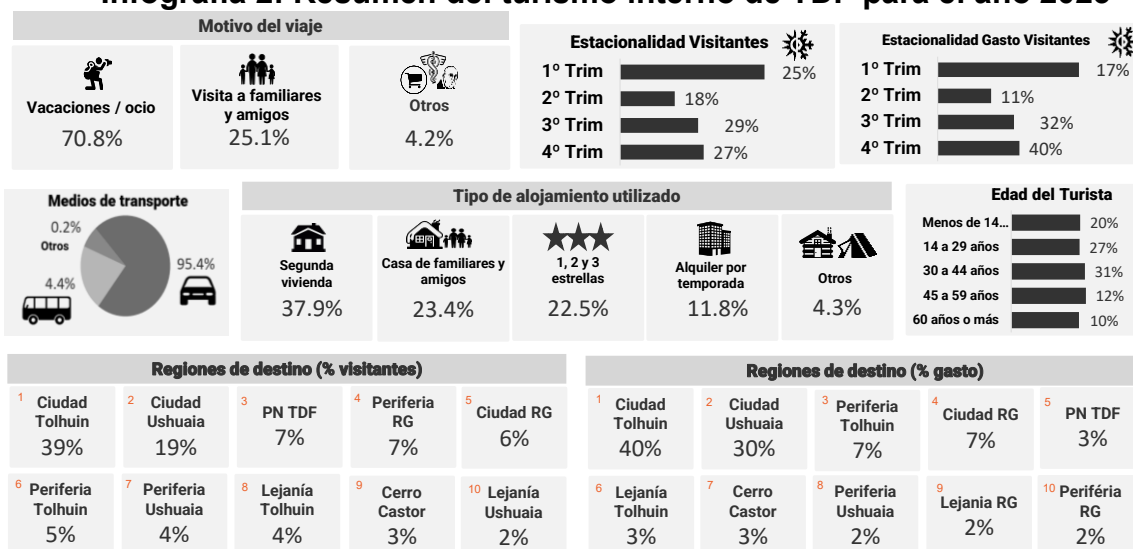
Infografía 1: Resumen del turismo provincial de TDF para el año 2023



Centrando el análisis en el turismo interno (principal objetivo de la EVyTH-TDF), se observó el predominio del motivo de ocio/esparcimiento como principal impulsora del turismo dentro de la provincial (71% realizó visitas con motivo de “ocio/esparcimiento”, mientras que el 25% para visitar familiares o amigos). La temporada elegida por los visitantes internos fue el 3° trimestre del año 2023 y, en segundo lugar, la temporada de invierno (29% y 27%, respectivamente). Más allá de este ranking, en términos generales, los visitantes internos se distribuyeron homogéneamente a lo largo del año (siendo el 2° trimestre la temporada más baja) lo cual resulta relevante en términos de desestacionalizar el turismo. Desde el punto de vista de los destinos más visitados, el área “Centro” explicó el 48% de los visitantes que se movilizaron en el año 2023, seguida por el área “Sur” que recibió el 36%. En particular, la ciudad de Tolhuin resultó el destino más visitado (39% del total de visitantes internos), seguida por la ciudad de Ushuaia (19% del total de visitantes internos) y, en tercer lugar, lo ocupó el Parque Nacional Tierra del Fuego

(explicando el 7% de los visitantes totales de ese año). Desde el punto de vista del alojamiento utilizado, se destacó el uso de segundas viviendas del hogar (en línea con el destino más visitado), seguido por el uso de casa de familiares y amigos y los hoteles hasta tres estrellas (respectivamente, el 37,9%, 23,4% y 22,5% de los turistas internos). La Infografía 2, a continuación, resume estos y otros datos adicionales.

Infografía 2: Resumen del turismo interno de TDF para el año 2023



Importa destacar que estas características del turismo provincial, en varias dimensiones distan de aquellas observadas para el promedio de los argentinos. En efecto, si se compara los resultados de la EVyTH-AR con aquellos obtenido en esta EVyTH-TDF, se destaca que:

- 1) A nivel nacional, la gran mayoría de los turistas internos viajan en el primer trimestre (alrededor del 40%), mientras que en TDF la elección del viaje estuvo más homogéneamente distribuida a lo largo del año, siendo el 29% el peso del primer trimestre (consultar Gráfico 5).
- 2) El tipo de establecimiento utilizado para alojarse en el país por los residentes argentinos, es la casa de familiares y amigos (30%), en primer término, y luego segundas viviendas del hogar (25%), hoteles (24%) y viviendas alquiladas por temporada (18%).³³ En cambio, en TDF, las segundas viviendas del hogar tienen preeminencia (38%), seguidas por las viviendas de familiares y amigos (23%), hoteles (25%) y viviendas alquiladas por temporada (12%).

³³ Estos datos corresponden a la EVyTH-AR del año 2022 (consultar: <https://www.yvera.tur.ar/sinta/informe/info/encuesta-de-viajes-y-turismo-de-los-hogares-evyth>). Sin embargo, los resultados son similares para años anteriores.

- 3) Respecto de las actividades turísticas realizadas en destino, mientras que los turistas argentinos que recorrieron el país escogieron la visita a la playa (sea de mar, río o lago), esta actividad ocupa un segundo lugar para el caso de TDF, siendo la primera la asistencia a pubs, bares o locales bailables. Sin embargo, la gran mayoría de los argentinos como, específicamente de los fueguinos, realiza actividades ligados al turismo de naturaleza.
- 4) Para el año 2022, el acceso al turismo de la población de Argentina, en general, es mucho más bajo que aquel observado específicamente para TDF (33% vs 52%).

7 ANEXOS

7.3 ANEXO I: Formulario Base de la EVyTH-TDF

Ver adjunto a este documento.

7.4 ANEXO II: Material de capacitación para los encuestadores (Manual del encuestador)

El material se adjunta al documento. El anexo contiene el Manual que utilizó el encuestador para capacitarse (incluyendo una “Guía de Mano para el encuestador” que resume los puntos de interés geográficos de la provincia de TDF, las fechas festivas y otros aspectos específicos de TDF relevantes para esta encuesta). Ver adjunto a este documento.

7.5 ANEXO III: Criterios de apertura geográfica de la provincial de TDF a los efectos de brindar los resultados (mapa y criterios)

A los efectos de brindar los resultados, se considerarán los siguientes criterios (ver mapa a continuación).

Nivel 1 *	Nivel 2 **	Nivel 3 ***
Zona Norte (Lago Khami/Fagnano para el Norte; excluye Dep. Tolhuin y AelIAS)	Departamento de Río Grande	Ciudad de Río Grande (1)
		Áreas periféricas/aledañas a la ciudad (2)
		Áreas alejadas de la ciudad de la ciudad (3)
Zona Sur (Lago Khami/Fagnano para el Sur; incluye AelIAS; excluye Dep. Tolhuin)	Departamento de Ushuaia	Estancias o áreas más de 50km de la ciudad
		Ciudad de Ushuaia (1)
		Áreas periféricas/aledañas a la ciudad (2)
		Áreas alejadas de la ciudad de la ciudad (3)
Zona Centro (Departamento de Tolhuin)	Departamento de Tolhuin	Estancias o áreas más de 50km de la ciudad (****)
		Puerto Almanza / Puerto Paraná
		Antártida e Islas del Atlántico Sur (AelIAS)
		Ciudad de Tolhuin (1)
		Áreas periféricas/aledañas a la ciudad (2)
		Áreas alejadas de la ciudad de la ciudad (3)

Referencias / Aperturas pobles:

(*)	Utiliza límites políticos. Grandes zonas de la provincia de TDF. Los Informes Trimestrales no realizarán apertura más que a nivel 1
(**)	Utiliza límites políticos: Departamentos de la provincia de TDF. La apertura es meramente enunciativa (no se operacionalizará en los informes)
(***)	Utiliza límites políticos y de distancia: departamentos & Ejidos urbanos de la provincia de TDF (apertura especial para EVyTH-TDF). Esta apertura será utilizada para el Informe Anual (sujeto a los CV). Aclaraciones:
	(1) Ejido urbano (concepto de entorno habitual > de 8km)
	(2) Periferías/aledañas = se tomaría distancia de entre 8km a 20km del punto de la ciudad correspondiente
	(3) Alejadas = se tomaría distancia de entre 20km a 50km del punto de la ciudad correspondiente
	(****) Aperturar al Departamento de Ush de la siguiente forma:
	Ciudad de Ushuaia (1)
	Áreas periféricas/aledañas a la ciudad (2)
	Áreas alejadas de la ciudad de la ciudad (3)
	Estancias
	Cerro Castor
	Parque Nacional TDF



7.6 ANEXO IV: Descripción del sistema informático utilizado para el relevamiento (sistema CATI)

Como fue explicado la EVyTH-TDF se realizó telefónicamente, llamando a números fijos como móviles. La sección a continuación describe el sistema implementado tanto desde el punto de vista del operador del sistema (el Administrador) como del usuario final (el encuestador).

El Administrador es el usuario que puede administrar la gestión del campo. Por ejemplo, administra la base de números de teléfonos, asigna regiones a los operadores. El Operador es el usuario que recaba los datos.

En el campo se dispone de PC's que están en red. No todas las PC's sirven a todos los fines porque no todas tienen los mismos softwares. Algunas de éstas son utilizadas por el Operador (en sentido plural) para hacer llamadas y recabar datos, otras son usadas por el Administrador (en sentido plural) para gestionar el campo y desde las que no se realizan llamadas, una es el servidor y otra es el servidor de back up que también sirve para recabar datos en caso de que falle alguna de las PC's. El servidor no se encuentra habilitado para realizar llamados ni administrar el campo, en tanto que desde el servidor back up sí es posible hacerlo (a la vez que sirve de back up del servidor principal). En las PC's del Operador es viable realizar llamados, cargar los datos y administrar el campo, mientras que en las PC's de supervisión no es posible realizar llamados.

Todas las PC's tienen instalado el sistema operativo Windows y disponen de los dispositivos necesarios para realizar llamadas (auriculares y micrófonos).

Además, el sistema prevé el acceso remoto, con lo que es posible realizar el relevamiento y la supervisión estando fuera de la red a través de una VPN.

Hay tres softwares que gestionan el campo, el Sistema de Llamadas, el Lime Survey y el winSCP, y un sistema de almacenamiento de datos. El Administrador y el Operador tienen distintos usos de cada uno de estos programas. El Administrador accede a través de diferentes direcciones a cada uno de estos programas. El Operador accede con una dirección a una ventana que vincula estos tres programas y en la que sólo puede cargar datos.

Es importante destacar que el sistema prevé generar copias de seguridad (back up) diarias en una de las PCs dispuestas en el campo y en un servidor externo. Además, semanalmente se copian las respuestas de la encuesta en otra PC y mensualmente se genera una copia en "la nube" con los datos mensuales que se almacena en un sitio externo a las instalaciones en el que se desarrolla el campo. De este modo, queda garantizado que los datos recabados durante el relevamiento no se pierdan.

A continuación, se describen las posibilidades que tienen cada usuario con estos programas.

7.6.1 Administrador

El Administrador es el encargado de gestionar el campo. Para esto dispone de tres programas (el Sistema de administración de Llamadas, el Lime Survey y el winSCP) a

los que accede para administrar y controlar el uso que los Operadores hacen de la información que reciben por vía telefónica y cargan en sus PC's.

El Sistema de administración de llamadas es el programa que le permite organizar y administrar la base de números de teléfono. Con este programa se realiza la principal tarea de supervisión durante el relevamiento de datos (administración de los números de teléfono de cada Operador).

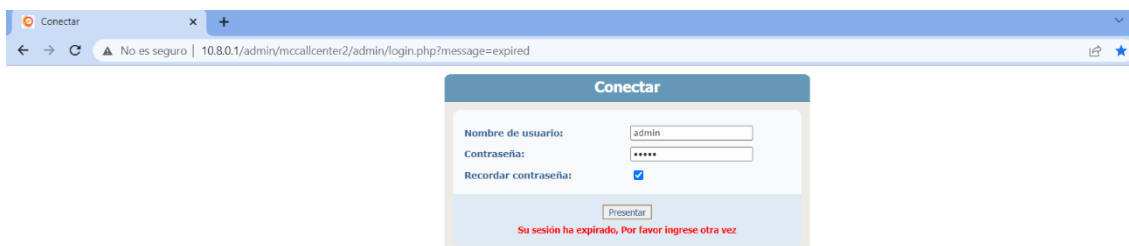
El Lime Survey es el programa en el cual se cargan los datos de la encuesta, tanto en su estructura como en sus valores, contiene los pases entre preguntas automatizadas y realiza las validaciones o consistencias correspondientes (es decir, garantiza que el operador no pueda –por error del encuestado o del propio encuestador al cargar la respuesta- cargar una respuesta inconsistente en función de las respuestas dadas anteriormente).

La programación fue llevada a cabo por un especialista, pero el Administrador (mediante una clave que solo éste posee) puede modificar las respuestas de la encuesta en caso de ser necesario (por ejemplo, si el encuestado corrige una respuesta dada anteriormente, el Operador puede comunicar esto al Administrador para que efectúe la corrección pertinente). También permite rápidamente tener conocimiento respecto de los resultados generales de la encuesta.

7.6.2 Sistema de administración de llamadas

El software de administración está constituido por un desarrollo informático pensado especialmente para el relevamiento de la EVyTH-TDF, inspirado en la experiencia recabada por el equipo consultor durante todas las EVyTH-AR. Como se verá a continuación tiene una amplia flexibilidad y la posibilidad de modificar la asignación de teléfonos en función de las necesidades del momento.

El Administrador accede entrando al servidor a través de una dirección en el navegador web con un usuario y clave personal.

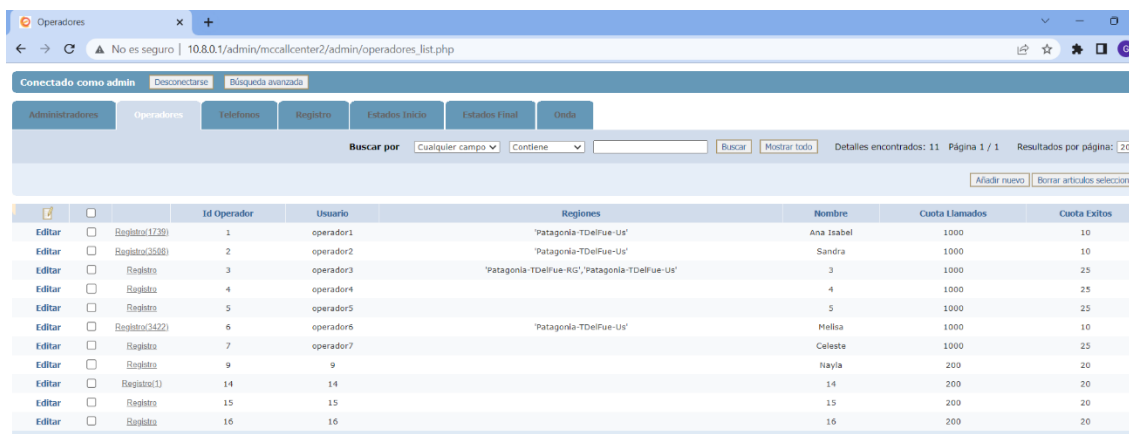


El sistema presenta 7 solapas: Administradores, Operadores, Teléfonos, Registros, Estados de Inicio, Estados Final y Ondas.



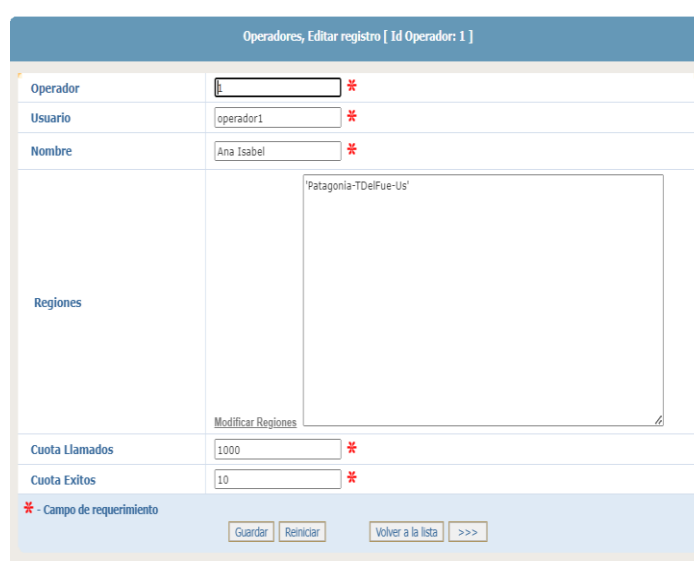
La solapa Administradores habilita la gestión de quienes podrán hacer uso del programa.

La solapa Operadores permita incorporar y eliminar operadores con sus respectivos nombres, asignarles regiones y cuotas de llamados y de éxito – cantidad de llamados y de llamados exitosos (en este caso de encuestas efectivas) que se espera el operador realice en la jornada.



		Id Operador	Usuario	Regiones	Nombre	Cuota Llamados	Cuota Exitos	
Editar	<input type="checkbox"/>	Registro(1739)	1	operador1	'Patagonia-TDeFue-Us'	Ana Isabel	1000	10
Editar	<input type="checkbox"/>	Registro(3568)	2	operador2	'Patagonia-TDeFue-Us'	Sandra	1000	10
Editar	<input type="checkbox"/>	Registro	3	operador3	'Patagonia-TDeFue-RG', 'Patagonia-TDeFue-Us'		1000	25
Editar	<input type="checkbox"/>	Registro	4	operador4			1000	25
Editar	<input type="checkbox"/>	Registro	5	operador5			1000	25
Editar	<input type="checkbox"/>	Registro(3422)	6	operador6	'Patagonia-TDeFue-Us'	Melisa	1000	10
Editar	<input type="checkbox"/>	Registro	7	operador7		Celeste	1000	25
Editar	<input type="checkbox"/>	Registro	9	9		Nayla	200	20
Editar	<input type="checkbox"/>	Registro(1)	14	14		14	200	20
Editar	<input type="checkbox"/>	Registro	15	15		15	200	20
Editar	<input type="checkbox"/>	Registro	16	16		16	200	20

La asignación de regiones puede realizarse manualmente (escribiendo el nombre de la región), o bien seleccionando las regiones correspondientes que se despliegan del menú al que se accede en “modificar regiones”. La ventaja que esta última modalidad conlleva es que evita errores al escribir las regiones (para cada onda surgirán las regiones que fueron cargadas en la importación de la base de números de teléfono). Por otra parte, la ventaja del formato manual es que acelera el proceso de asignación de regiones; una vez que se han pasado las regiones a asignar en la base (por ejemplo, en el procesador de textos o en el editor de regiones de otros Operadores), sólo es cuestión de pegarlas en el espacio correspondiente.

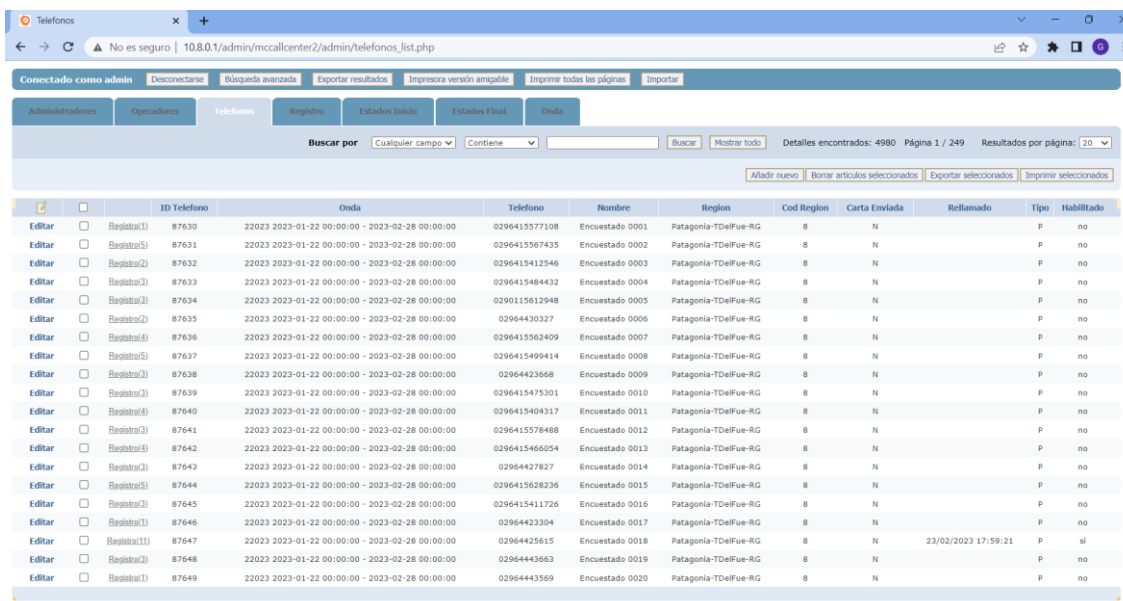


Operador	<input type="text"/>	*
Usuario	<input type="text" value="operador1"/>	*
Nombre	<input type="text" value="Ana Isabel"/>	*
Regiones	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; min-height: 100px;">'Patagonia-TDdelFue-Us'</div>	
	<input type="button" value="Modificar Regiones"/>	
Cuota Llamados	<input type="text" value="1000"/>	*
Cuota Exitos	<input type="text" value="10"/>	*

* - Campo de requerimiento

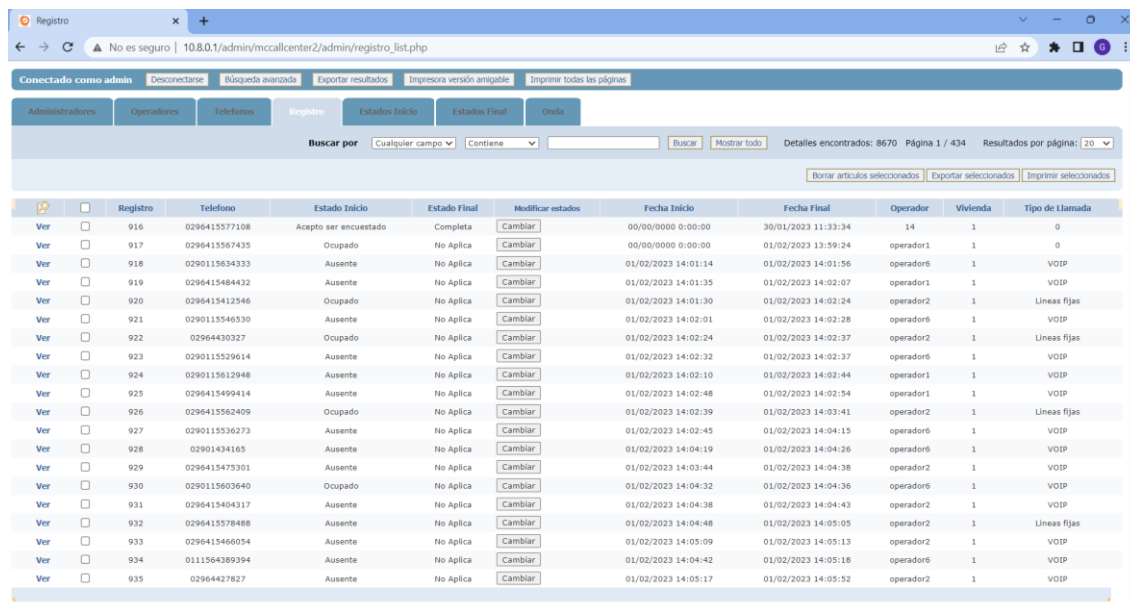
>>>

La tercera solapa, Teléfonos, es desde donde se importan y exportan las bases de datos de números de teléfonos. La importación se hace a través de un archivo .CSV donde en cada línea se completan los campos número de teléfono, número de onda, nombre, región y su código, envío o no de carta y tipo de prioridad del número. Desde aquí el Administrador puede modificar individualmente cada número y habilitarlo o deshabilitarlo. La deshabilitación se produce automáticamente en función del registro del número de teléfono que genera el Operador y de los puntajes asignados por el Administrador a ese “estado”.







ID Telefono	Onda	Telefono	Nombre	Region	Cod Region	Carta Enviada	Rellamado	Tipo	Habilitado
87630	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	0296415577108	Encuestado 0001	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87631	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	0296415567435	Encuestado 0002	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87632	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	0296415412546	Encuestado 0003	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87633	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	0296415484432	Encuestado 0004	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87634	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	0290115612948	Encuestado 0005	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87635	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	02964430327	Encuestado 0006	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87636	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	0296415562409	Encuestado 0007	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87637	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	0296415499414	Encuestado 0008	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87638	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	02964423668	Encuestado 0009	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87639	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	0296415475301	Encuestado 0010	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87640	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	0296415404317	Encuestado 0011	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87641	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	0296415578488	Encuestado 0012	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87642	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	0296415466054	Encuestado 0013	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87643	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	02964427827	Encuestado 0014	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87644	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	0296415628236	Encuestado 0015	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87645	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	0296415411726	Encuestado 0016	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87646	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	02964423304	Encuestado 0017	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87647	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	02964425615	Encuestado 0018	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N	23/02/2023 17:59:21	P	si
87648	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	02964443663	Encuestado 0019	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no
87649	22023 2023-01-22 00:00:00 - 2023-02-28 00:00:00	02964443569	Encuestado 0020	Patagonia-TDeIFue-RG	8	N		P	no

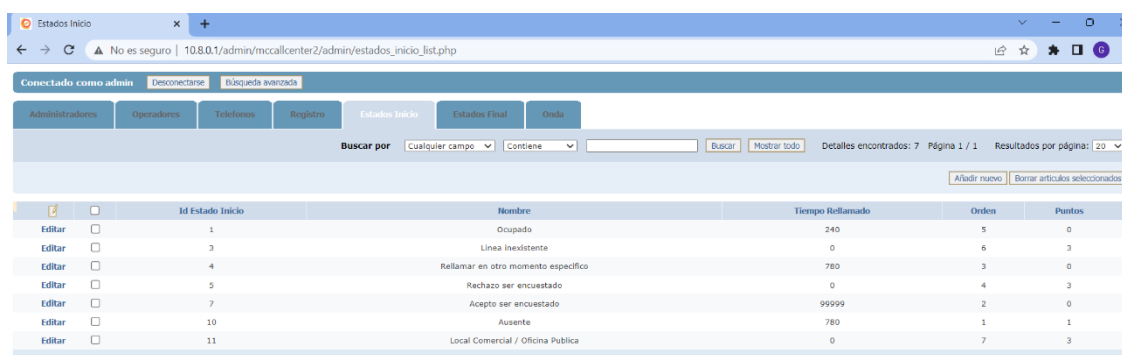
Desde Registros el Administrador puede advertir en tiempo real cuál es el estado de cada llamada. Desde aquí puede controlarse el registro del estado de cada llamada, cuándo comenzó y cuándo finalizó, quién la realizó y qué tecnología de telefonía utilizó (skype, VOIP, etc.).



Registro	Telefono	Estado Inicio	Estado Final	Fecha Inicio	Fecha Final	Operador	Vivienda	Tipo de Llamada
916	0296415577108	Acepto ser encuestado	Completa	00/00/0000 0:00:00	30/01/2023 11:33:34	14	1	0
917	0296415567435	Ocupado	No Aplica	00/00/0000 0:00:00	01/02/2023 13:59:24	operador1	1	0
918	0290115634333	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:01:14	01/02/2023 14:01:56	operador6	1	VOIP
919	0296415484432	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:01:35	01/02/2023 14:02:07	operador1	1	VOIP
920	0296415412546	Ocupado	No Aplica	01/02/2023 14:01:30	01/02/2023 14:02:24	operador2	1	Lineas fijas
921	0290115546530	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:02:01	01/02/2023 14:02:28	operador6	1	VOIP
922	02964303227	Ocupado	No Aplica	01/02/2023 14:02:24	01/02/2023 14:02:37	operador2	1	Lineas fijas
923	0290115529614	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:02:32	01/02/2023 14:02:37	operador6	1	VOIP
924	0290115612948	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:02:10	01/02/2023 14:02:44	operador1	1	VOIP
925	0296415499414	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:02:48	01/02/2023 14:02:54	operador1	1	VOIP
926	0296415562409	Ocupado	No Aplica	01/02/2023 14:02:39	01/02/2023 14:03:41	operador2	1	Lineas fijas
927	0290115536273	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:02:45	01/02/2023 14:04:15	operador6	1	VOIP
928	02901434165	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:04:19	01/02/2023 14:04:26	operador6	1	VOIP
929	0296415475301	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:03:44	01/02/2023 14:04:38	operador2	1	VOIP
930	0290115603640	Ocupado	No Aplica	01/02/2023 14:04:32	01/02/2023 14:04:36	operador6	1	VOIP
931	0296415404317	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:04:38	01/02/2023 14:04:43	operador2	1	VOIP
932	0296415578488	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:04:48	01/02/2023 14:05:05	operador2	1	Lineas fijas
933	0296415466054	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:05:09	01/02/2023 14:05:13	operador2	1	VOIP
934	0111564389394	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:04:42	01/02/2023 14:05:18	operador6	1	VOIP
935	02964427827	Ausente	No Aplica	01/02/2023 14:05:17	01/02/2023 14:05:52	operador2	1	VOIP

Rango de datos	Formato mostrado
<input checked="" type="radio"/> Todos los registros <input type="radio"/> Sólo página actual	<input checked="" type="radio"/>  Excel <input type="radio"/>  Word <input type="radio"/>  Valores separados por coma <input type="radio"/>  XML
<input type="button" value="Exportar"/>	

Las solapas de Estado de Inicio y Estado Final sirven para determinar cuáles son las condiciones de registro que pueden generar los Operadores. El sistema permite generar y editar estados de registro, por ejemplo “Aceptó ser encuestado” o “Ausente”. Los Operadores generan registros en función del estado final de la llamada. Según cómo haya sido este estado el número volverá a aparecer (con condicionantes de tiempo en minutos) o no. Por ejemplo, en la imagen a continuación se ve que un número cuyo estado es “Ocupado” reaparece a los 20 minutos de generado el registro. Además, es necesario asignar puntos a cada estado siendo que cuando se suman 3 puntos el número queda inhabilitado. Así, como muestra el ejemplo, si el estado “Rechazó ser encuestado” suma 3 puntos, un teléfono al que se le haya asignado ese estado queda inhabilitado. En cambio, un llamado cuyo registro es “Ocupado” no suma ningún punto y no queda inhabilitado hasta tanto no se le asignen otros registros que acumulen 3 puntos.



	Id Estado Inicio	Nombre	Tiempo Rebasado	Orden	Puntos
<input type="checkbox"/>	1	Ocupado	240	5	0
<input type="checkbox"/>	3	Línea Inexistente	0	6	3
<input type="checkbox"/>	4	Re llamar en otro momento específico	780	3	0
<input type="checkbox"/>	5	Rechazo ser encuestado	0	4	3
<input type="checkbox"/>	7	Acepto ser encuestado	99999	2	0
<input type="checkbox"/>	10	Ausente	780	1	1
<input type="checkbox"/>	11	Local Comercial / Oficina Publica	0	7	3

En la solapa “Ondas”, el Administrador modifica las fechas de inicio y final de cada onda de relevamiento. Esto permite incorporar nuevas ondas y modificar la fecha de inicio y fin en función de cómo sea el desempeño del campo. Por ejemplo, si la onda 1 comenzara el 1° de febrero y finalizara el 3 de marzo, todos los números que hayan sido importados con la onda 1 aparecerán sólo entre el 1 de febrero y el 3 de marzo. Si el campo tuviese una baja tasa de respuesta y fuese necesario continuar hasta el

4 de marzo, será posible realizar el cambio el mismo 4 de marzo sin mayores complicaciones.



ID	Onda	Fecha Inicio	Fecha Final
77	22023	22/01/2023	28/02/2023

El sistema también permite modificar un registro que han realizado los Operadores. Para esto el supervisor debe seleccionar la opción “Cambiar” en la columna “Modificar estados” del registro correspondiente y marcar el registro correcto teniendo en cuenta que el Estado de Inicio y el Estado de finalización. El sistema no permite el cambio si no hay coherencia entre ambos estados. Por ejemplo, si en el Estado de Inicio se marca la opción “Ausente” y en el Estado de Finalización se selecciona “Completa”, el sistema no permitirá el cambio. En caso de seleccionar la opción “Cancelar”, el registro vuelve a ser el original.

7.6.3 Lime Survey

El Lime Survey es el programa propuesto para carga la estructura del cuestionario (esto incluye la automatización de los pases y las validaciones necesarias), registrar las respuestas de los encuestados y establecer las consistencias y validaciones necesarias. Al igual que en el caso del Sistema de Llamadas, se encuentra alojado en el servidor y se puede acceder a través del browser.

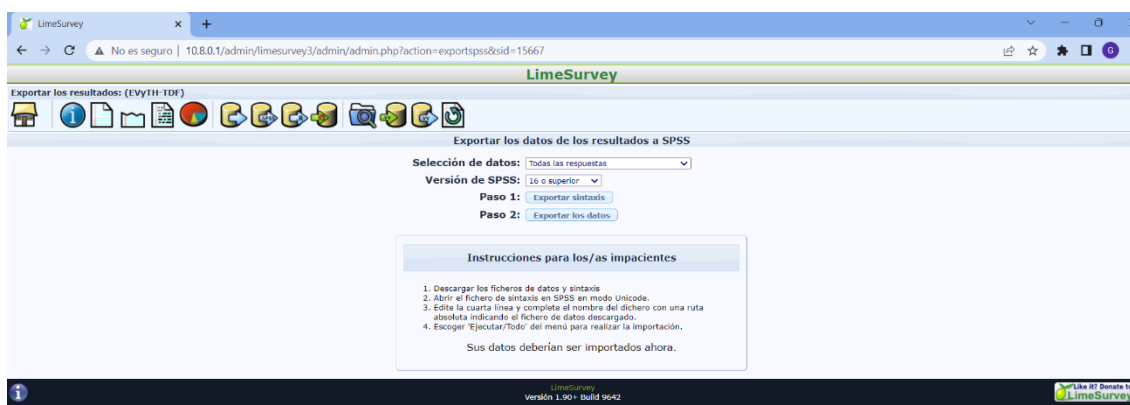
Se trata de un cuestionario sumamente flexible pensado para crear estructuras de encuestas, cargarlas, validarlas, modificarlas, exportar las respuestas y evaluarlas estadísticamente. Vale remarcar que el Lime Survey es un programa ya desarrollado en código abierto y que no requiere licencia alguna.

Cuando sea necesario modificar las respuestas cargadas durante el campo es posible hacerlo (una vez que el Operador generó registro) accediendo como Administrador.

El Lime Survey, dispone de un aplicativo que permite hacer un análisis estadístico de las respuestas por cada pregunta en tiempo real. Por ejemplo, es posible observar

cuántas encuestas fueron respondidas hasta el final o cuántas encuestas resultaron completas o respondieron “1” a “Cantidad de viajes por Tierra del Fuego u otro destino de Argentina”. Las estadísticas pueden exportarse en Excel, PDF o verse en la misma página web.

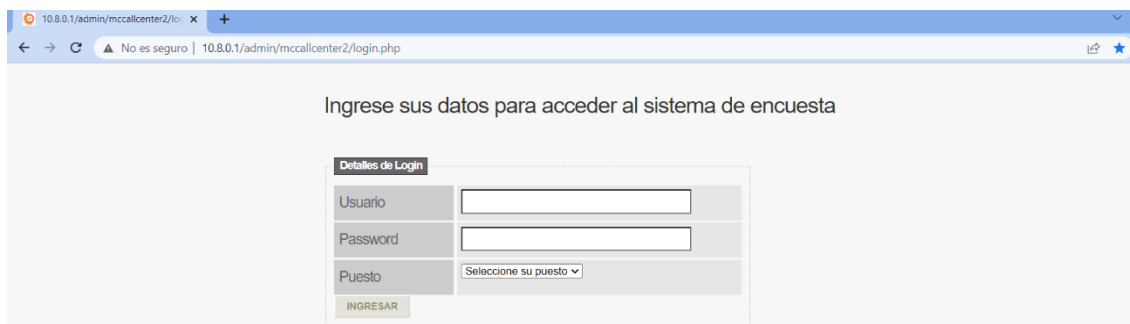
Por otro lado, todas las respuestas de la encuesta podrán ser exportadas en formato SPSS, lo que lo hace ideal para el posterior análisis de resultados.



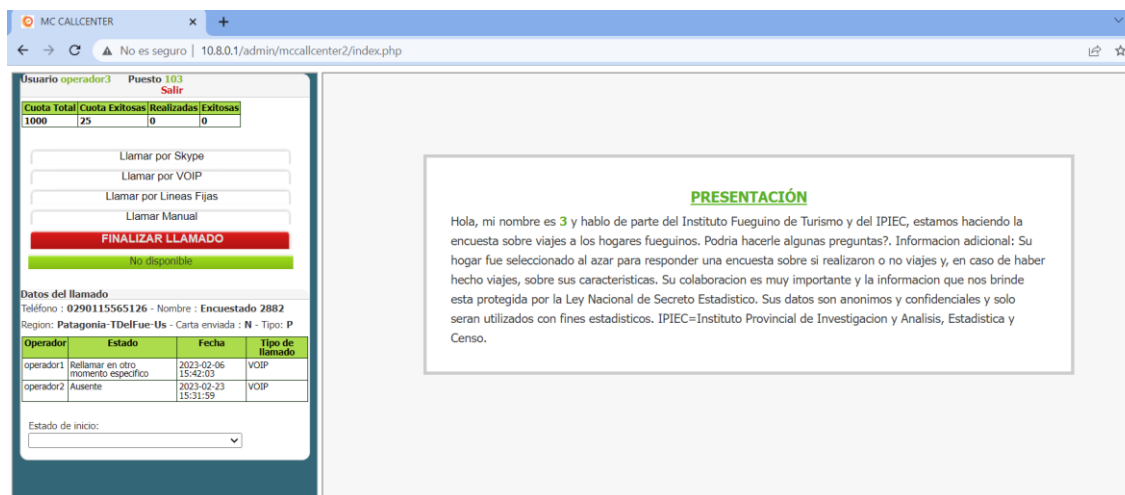
7.6.4 Operador

El Operador utiliza únicamente una ventana del navegador web desde donde realiza las llamadas y registra las respuestas de la encuesta. El procedimiento que se realiza es el siguiente: ingresar al sistema, realizar la llamada, eventualmente recabar los datos de las respuestas y registrar el resultado de la llamada.

El Operador accede con un usuario y contraseña a una pantalla con dos ventanas.



La ventana de la izquierda administra los números de teléfono (vinculada con el Sistema de administración de llamadas) y la de la derecha las respuestas de la encuesta (vinculada con el Lime Survey).



MC CALLCENTER

Usuario operador3 Puesto 103
Salir

Cuota Total	Cuota Exitosas	Realizadas	Exitosas
1000	25	0	0

Llamar por Skype
Llamar por VOIP
Llamar por Líneas Fijas
Llamar Manual
FINALIZAR LLAMADO
No disponible

Datos del llamado
Teléfono : 0290115565126 - Nombre : Encuestado 2882
Region: Patagonia-TDelFue-Us - Carta enviada : N - Tipo: P

Operador	Estado	Fecha	Tipo de llamado
operador1	Retllamar en otro momento específico	2023-02-06 15:42:03	VOIP
operador2	Ausente	2023-02-23 15:31:59	VOIP

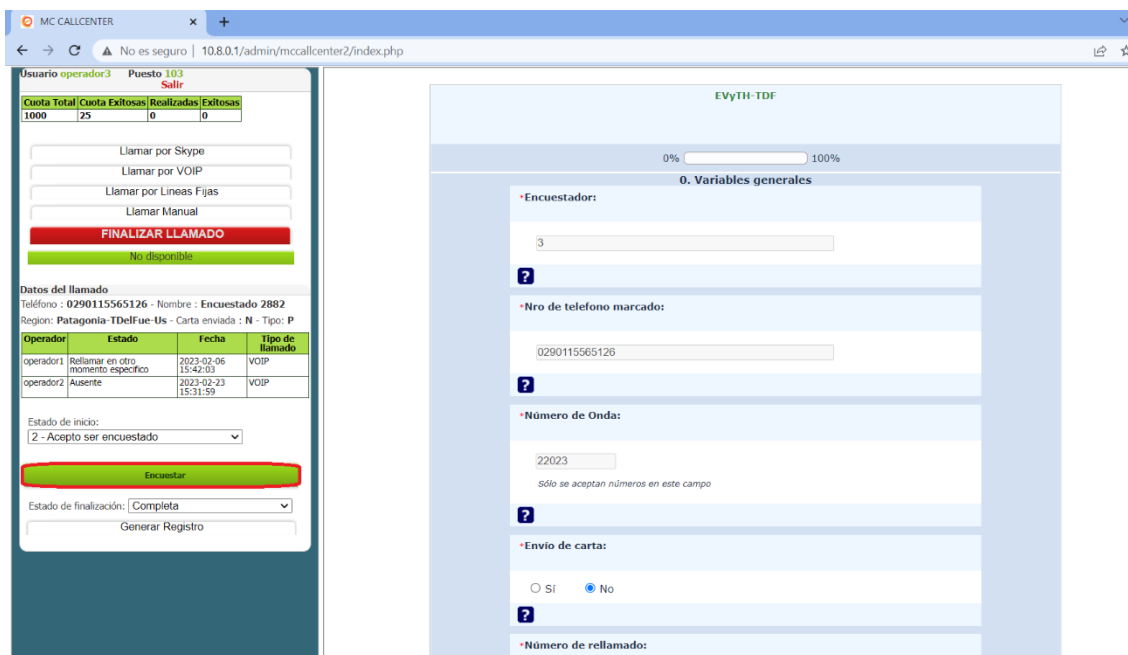
Estado de inicio:

PRESENTACIÓN

Hola, mi nombre es 3 y hablo de parte del Instituto Fueguino de Turismo y del IPIEC, estamos haciendo la encuesta sobre viajes a los hogares fueguinos. Podría hacerle algunas preguntas?. Información adicional: Su hogar fue seleccionado al azar para responder una encuesta sobre si realizaron o no viajes y, en caso de haber hecho viajes, sobre sus características. Su colaboración es muy importante y la información que nos brinde esta protegida por la Ley Nacional de Secreto Estadístico. Sus datos son anonimizados y confidenciales y solo serán utilizados con fines estadísticos. IPIEC=Instituto Provincial de Investigación y Análisis, Estadística y Censo.

En la parte superior de la pantalla izquierda figura la cantidad de llamadas realizadas y la cantidad de llamadas exitosas. Debajo aparecen los servicios con los cuales se puede realizar la llamada (Skype, VoIP, Líneas Fijas y Línea Manual). El Operador selecciona la tecnología con la cual desea realizar la llamada, clickea sobre el botón correspondiente y automáticamente se comunica con ese número de teléfono. En el centro de la pantalla izquierda se muestran los datos y el historial del número telefónico correspondiente. Esto le permite al Operador saber a qué localidad está llamando y si ya han realizado llamados a ese hogar. En la parte inferior aparece un menú en el que se despliegan los estados posibles de generar.

En la pantalla derecha aparece la presentación que permite orientar al Operador al iniciar la encuesta. Si el llamado resultara en un caso que acepta ser encuestado surge un botón verde en la pantalla izquierda que activa la ventana derecha en la que se abre la encuesta.



MC CALLCENTER

Usuario operador3 Puesto 103

Cuota Total	Cuota Exitosas	Realizadas	Exitosas
1000	25	0	0

0% 100%

0. Variables generales

*Encuestador:

*Nro de telefono marcado:

*Número de Onda:

Sólo se aceptan números en este campo

*Envío de carta:
 SI No

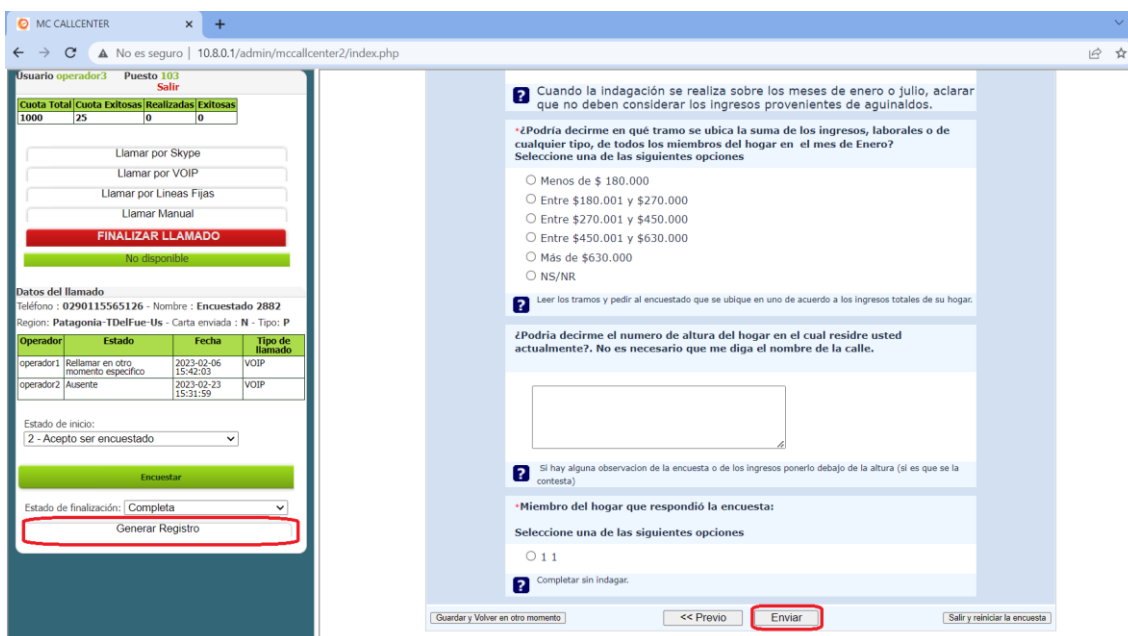
*Número de relamado:

Encuestar

Estado de finalización: **Completa**

Generar Registro

Al finalizar la encuesta, el Operador debe enviar las respuestas y generar registro en función del estado final de la llamada.



MC CALLCENTER

Usuario operador3 Puesto 103

Cuota Total	Cuota Exitosas	Realizadas	Exitosas
1000	25	0	0

Datos del llamado
Teléfono : 0290115565126 - Nombre : Encuestado 2882
Region: Patagonia-TDelfue-Us - Carta enviada : N - Tipo: P

Operador	Estado	Fecha	Tipo de llamado
operador1	Relamar en otro momento específico	2023-02-06 15:42:03	VOIP
operador2	Ausente	2023-02-23 15:31:59	VOIP

Estado de inicio:
2 - Acepto ser encuestado

Encuestar

Estado de finalización: **Completa**

Generar Registro

¿Cuando la indagación se realiza sobre los meses de enero o julio, aclarar que no deben considerar los ingresos provenientes de aguinaldos.

¿Podría decirme en qué tramo se ubica la suma de los ingresos, laborales o de cualquier tipo, de todos los miembros del hogar en el mes de Enero?
Seleccione una de las siguientes opciones

Menos de \$ 180.000
 Entre \$180.001 y \$270.000
 Entre \$270.001 y \$450.000
 Entre \$450.001 y \$630.000
 Más de \$630.000
 NS/NR

Leer los tramos y pedir al encuestado que se ubique en uno de acuerdo a los ingresos totales de su hogar.

¿Podría decirme el numero de altura del hogar en el cual reside usted actualmente?. No es necesario que me diga el nombre de la calle.

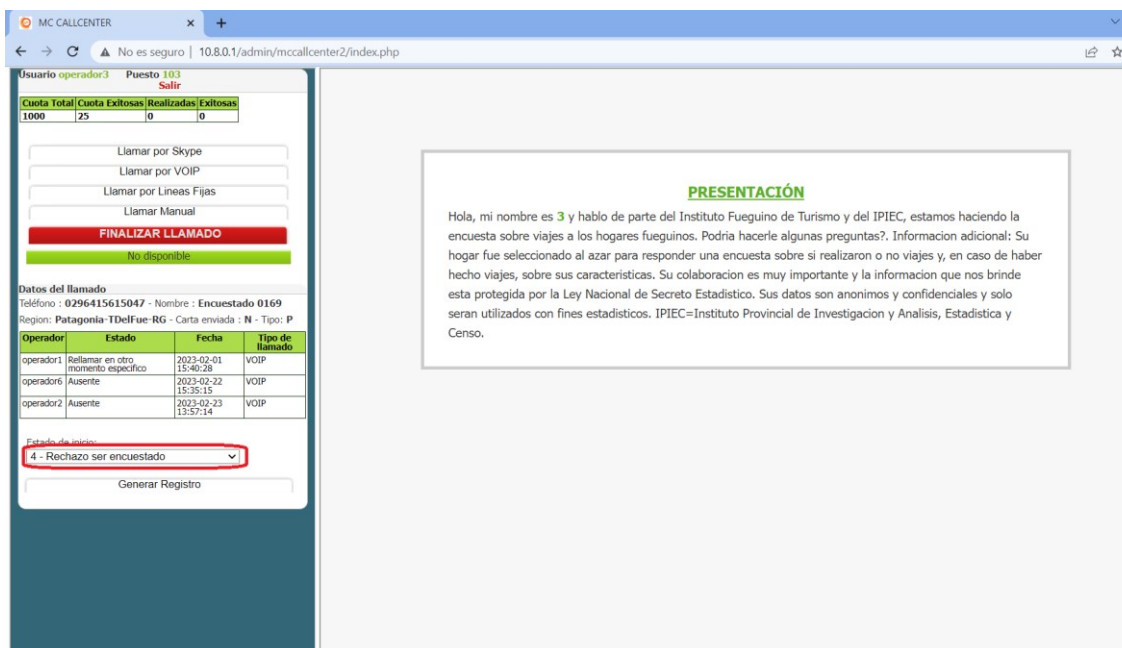
Si hay alguna observación de la encuesta o de los ingresos ponerlo debajo de la altura (si es que se la contesta)

*Miembro del hogar que respondió la encuesta:
Seleccione una de las siguientes opciones

1 1
 Completar sin indagar.

Guardar y Volver en otro momento << Previo **Enviar** Salir y reiniciar la encuesta

Si, en cambio, el llamado no presupone vinculación con el programa que recaba los resultados de la encuesta (el Lime Survey), por ejemplo, si el hogar rechazó ser encuestado, el Operador sólo debe generar registro y, una vez realizado esto, aparece el próximo número de teléfono.



MC CALLCENTER

No es seguro | 10.8.0.1/admin/mccallcenter2/index.php

Usuario operador3 Puesto 103

Salir

Cuenta Total	Cuenta Exitosas	Realizadas	Exitosas
1000	25	0	0

Llamar por Skype

Llamar por VOIP

Llamar por Lineas Fijas

Llamar Manual

FINALIZAR LLAMADO

No disponible

Datos del llamado

Teléfono : 0296415615047 - Nombre : Encuestado 0169

Region : Patagonia-TDelfue-RG - Carta enviada : N - Tipo: P

Operador	Estado	Fecha	Tipo de llamado
operador1	Re llamar en otro momento específico	2023-02-01 15:40:28	VOIP
operador6	Ausente	2023-02-22 15:25:15	VOIP
operador2	Ausente	2023-02-23 13:57:14	VOIP

Datos de destino:

4 - Rechazo ser encuestado

Generar Registro

PRESENTACIÓN

Hola, mi nombre es 3 y hablo de parte del Instituto Fueguino de Turismo y del IPIEC, estamos haciendo la encuesta sobre viajes a los hogares fueguinos. Podría hacerle algunas preguntas?. Información adicional: Su hogar fue seleccionado al azar para responder una encuesta sobre si realizaron o no viajes y, en caso de haber hecho viajes, sobre sus características. Su colaboración es muy importante y la información que nos brinde esta protegida por la Ley Nacional de Secreto Estadístico. Sus datos son anonimizados y confidenciales y solo serán utilizados con fines estadísticos. IPIEC=Instituto Provincial de Investigación y Analisis, Estadística y Censo.

El sistema prevé un calendario que permite al Operador reasignar, manualmente, el día y la hora del re llamado en función de lo que el encuestado le diga al Operador.

Estado de inicio:

3 - Rellamar en otro momento específico

Día: 26 Feb 2023

Hora: 18 56

Generar Registro

7.6.4.1 Operador Remoto

La modalidad de Operador remoto permite el trabajo de los encuestadores de manera segura y eficiente. La tecnología disponible para este esquema permite a los encuestadores remotos realizar la misma tarea que los encuestadores tradicionales desde fuera de las instalaciones de relevamiento garantizando la seguridad de la información y una amplia capacidad de supervisión.

Para esto el encuestador remoto debe disponer en su PC dos softwares: OpenVPN (que le permite acceder de manera segura al servidor de las encuestas) y un softphone gratuito (X-Lite o Zoiper dependiendo del sistema operativo que utilice en su PC) para realizar las llamadas internas, al supervisor, y externas, a los hogares, que le permiten acceder a la encuesta como si estuviera operando desde las



**UNISTAT
CONSULTING**

instalaciones de relevamiento. Si lo Operadores no disponen del equipamiento necesario se los provee de una PC (con auriculares y micrófono) configurada con los softwares antes mencionados para que inmediatamente pueda disponerse a relevar.

7.7 ANEXO VII: Metodología de imputación

La sección describe el método implementado para la imputación de la no respuesta del respondente.

7.7.1 Introducción: imputación de datos faltantes

En estudios mediante encuestas es muy común encontrarse con la situación en la que algunos individuos no responden a ciertas preguntas. Ignorar este hecho puede llevar aparejado estimaciones sesgadas debido a que las observaciones que no responden pueden diferir de las que sí lo hacen.

Es por ello por lo que al sustituir valores perdidos es importante comprobar que la imputación no haya modificado las características de la variable en estudio. Por este motivo es recomendable demostrar, luego de la imputación, que no se han generado cambios relevantes en la distribución de la variable imputada. En el presente apartado se desarrolla la metodología a utilizar para imputar las siguientes variables:

- Ingreso total del hogar
- Gastos del viaje

La metodología que se detalla a continuación ha sido utilizada durante las ediciones de la EVyTH-AR.

7.7.2 Mecanismos de pérdida

Hay tres tipos de mecanismos de No-Respuesta que pueden estar presentes:

- Completamente aleatorio: la probabilidad de observar un valor en la variable X_j , en el individuo i , no depende del valor en esa variable para ese individuo, x_{ij} , ni de las restantes variables consideradas, x_{ik} $k \neq j$.
- Aleatorio: este tipo de mecanismo implica que la probabilidad de observar un valor en la variable X_j en el individuo i no depende del valor de dicha variable, x_{ij} , pero sí quizás del valor que tome otra variable en ese individuo, x_{ik} $k \neq j$.
- No Aleatorio: este mecanismo se da cuando la probabilidad de que un valor x_{ij} sea observado depende del propio valor el cual es desconocido.

7.7.3 Métodos de imputación

Si bien existen diversos métodos de imputación, en este anexo se describen únicamente las características generales de aquellos que se utilizaron para imputar algún registro de la EVyTH-TDF y que reciben el nombre de Métodos de imputación mediante registro donante.

7.7.3.1 Imputación mediante registro donante

Los métodos de imputación mediante registro donante son procedimientos que asignan a los campos a imputar de un registro el valor que en tales campos tiene otro registro de la encuesta. Los registros “donantes” son aquellos registros completos de la encuesta mientras que los registros “receptores o candidatos” son los que tienen campos a imputar. Entre las ventajas de estos métodos se destaca que se imputa un valor “observado” y que es sencillo de implementar. Existen varios procedimientos entre los que se resalta el método de Hot Deck.

En este tipo de procesos, cuando falta información en un registro, se duplica un valor ya existente en la muestra para reemplazarlo. Todas las unidades muestrales se clasifican en grupos disjuntos de forma que sean lo más homogéneas posible dentro de los grupos. A cada valor que falte, se le asigna un valor del mismo grupo. Se está suponiendo que dentro de cada grupo la no-respuesta sigue la misma distribución que los que responden. Este supuesto incorpora una fuerte restricción al modelo, si esta hipótesis no es cierta se reducirá sólo en parte el sesgo debido a la no-respuesta.

El método Hot-Deck tiene ciertas características interesantes a destacar:

- Los procedimientos conducen a una post-estratificación sencilla.
- No presentan problemas a la hora de encajar conjuntos de datos.
- No se necesitan supuestos fuertes para estimar los valores individuales de las respuestas que falten.
- Mantiene la conservación de la distribución de la variable.

Sin embargo, este método tiene algunas desventajas, ya que distorsiona la relación con el resto de las variables, carece de un mecanismo de probabilidad y requieren tomar decisiones subjetivas que afectan a la calidad de los datos, lo que imposibilita calcular su confianza. Otros inconvenientes son, que las clases han de ser definidas en base a un número reducido de variables (con la finalidad de asegurar que habrá

suficientes observaciones completas en todas las clases), y que existe la posibilidad de usar varias veces a una misma unidad que ha respondido.

Existen diversas variantes de dicho método. A continuación, se resumen cada uno de ellos.

7.7.3.1.1 Procedimiento Hot-Deck secuencial

El registro donante es el registro sin valor missing, perteneciente al mismo estrato e inmediatamente anterior al registro candidato. Para aplicar esta imputación previamente se debe clasificar el fichero de tal forma que produzca una autocorrelación positiva entre los campos sujetos a imputación, de esta forma se asegura una mayor similitud entre registro donante y candidato.

Las desventajas de este método son considerables:

- Hay que facilitar valores iniciales para el caso de tener valores missing en el primer registro.
- Ante una racha de registros a imputar, se emplea el mismo registro donante.
- Es difícil de estudiar la precisión de las estimaciones.

7.7.3.1.2 Procedimiento Hot-Deck con donante aleatorio:

Consiste en elegir aleatoriamente a uno o varios registros donantes para cada registro candidato. Hay diferentes modificaciones de este método. El caso más simple es elegir aleatoriamente un registro donante e imputar el registro candidato con dicha información. Se puede elegir una muestra de registros donantes mediante distintos tipos de muestreo e imputar al valor medio obtenido con todos ellos. Este último tipo tiene un elemento de variabilidad añadida debido al diseño de elección de la muestra que incorporan.

7.7.3.1.3 Procedimiento Hot-Deck modificado

Consiste en clasificar y encajar los donantes potenciales y receptores utilizando un considerable número de variables. El encaje se hace sobre bases jerárquicas del siguiente modo: si no se encuentra un donante para encajar con un receptor en todas las variables de control, se eliminan algunas variables consideradas como menos importantes y de esta forma conseguir el encaje a un nivel superior.

7.7.3.1.4 Procedimiento DONOR

En este método se emplea una función distancia definida entre las variables para que se mida el grado de proximidad entre cada posible registro donante y el registro candidato. En este caso se imputa en bloque los valores del registro donante en los campos sin respuesta del candidato. Es necesaria una modificación previa de los datos para anular los efectos de escala en la función distancia.

7.7.3.2 Método de imputación a utilizar en la EVyTH-TDF: método de dos etapas

Lograr una buena imputación de datos faltantes depende en gran medida de cómo se agrupan los registros, de modo que las unidades incluidas en un mismo grupo tengan características similares respecto de la variable a imputar. Es por esta razón, el método de imputación utilizado en la EVyTH-TDF se compone de dos etapas. En la primera etapa, se clasifican los registros con no respuesta en algunos de los grupos, en función de variables observadas, que se encuentran asociadas a la variable a imputar. Para ello, se construye un modelo de Regresión Logística polinómica, con variable respuesta ordinal. Este modelo brinda una “regla de asignación” a cada una de las categorías de la variable a imputar, para los registros con no-respuesta. Es decir, se estima la probabilidad de pertenecer a cada una de las categorías y se asigna el registro a aquella categoría con mayor probabilidad. Por lo tanto, en esta etapa logramos ubicar los valores faltantes en la distribución observada.

En la segunda etapa, una vez asignados los valores missing a una de las categorías, se aplica alguno de los procedimientos Hot-Deck anteriormente explicados para realizar la imputación correspondiente.

Este procedimiento de dos etapas fue el implementado a dos variables fundamentales de la EVyTH-TDF: al gasto de los viajes y al ingreso del hogar. A continuación, se presenta la explicación de la aplicación de este método de imputación en dos etapas para el caso de las dos variables antes mencionadas.

7.7.3.3 Etapa de imputación

7.7.3.3.1 Imputación de Gastos de viajes

En la base de las bases correspondientes a los viajes realizados por los miembros del hogar (BaseViajes) se encontraron las variables que contienen la información referida a los gastos efectuados en cada uno de los tipos de viajes realizados por el

hogar, siempre y cuando el viaje sea dentro de la Provincia de Tierra del Fuego. Debido a la coexistencia de dos tipos de no-respuesta para la variable GASTO TOTAL DEL VIAJE (GSTTTL), se optó por un tratamiento distinto para ambos.

Se inició el procedimiento realizando la imputación de aquellos viajes en los que no se contesta el monto del mismo, pero que sí lo hicieron en la variable TRAMO. Es decir, hogares que, aunque no respondan el gasto del viaje de manera puntual, son capaces de ubicar el gasto en una clase determinada.

Para aquellos que respondan monto del gasto, dentro de cada tipo de viaje y para los distintos tramos, se calculó la media del gasto total en la combinación de cantidad de miembros participantes en el viaje y la cantidad de noches. En el caso de las visitas de un día, tanto a segunda vivienda como no, y en los viajes cortos a segundas viviendas, no se consideró la variable cantidad de noches.

Luego se realizó la imputación por la media, en cada combinación anteriormente mencionada, en los viajes que respondieron sólo el tramo del gasto total del viaje. Estos casos imputados, luego serán incluidos como posibles donantes en el paso siguiente, junto a aquellos Viajes en los que se había respondido el Gasto Total del mismo. A continuación, se procedió a imputar el Gasto total del viaje para aquellos hogares que no respondieron ni el MONTO ni el TRAMO.

Debido a las particularidades de cada tipo de viaje y al número de casos en cada uno, se realizó la siguiente agrupación:

- Viajes a segundas viviendas: incluye los viajes de corta y larga duración a segundas viviendas dentro de la Provincia de Tierra del Fuego (tipos de viaje 3 y 4, respectivamente).
- Viajes en Tierra del Fuego: comprende los viajes no reiterados en Tierra del fuego y los viajes reiterados que hayan tenido como destino alguna ciudad de la Provincia (tipos de viaje 6 y 8 respectivamente).
- Visitas de un día: abarca a las visitas de un día, tanto a segundas viviendas como no dentro de la Provincia de Tierra del Fuego (tipos de viajes 5 y 9, respectivamente)

Por lo tanto, el procedimiento de imputación se efectuó por separado para cada grupo, pero siguiendo las mismas pautas de trabajo.

Como primera medida, se realizó una transformación de la variable GASTO TOTAL DEL VIAJE (GSTTTL). Para ello, se tomó en cuenta la variable, que resulta ser una variable categórica ordinal y cuyas categorías indican porcentajes de Gastos afrontados por el hogar (0-40%, 40-60%, 60-100%, 100%).

Se modificó el monto original dividiéndolo por el punto medio del intervalo respondido y de esa forma obtendrá una mejor aproximación del Gasto Total del Viaje. Una vez finalizada la imputación de los valores faltantes con la variable modificada, se le quitó a dicho valor el porcentaje del Gasto no afrontado por el hogar. Por lo tanto, se tomó como Gasto Total del Viaje al importe resultante de multiplicar a la nueva variable por el porcentaje afrontado por ese hogar.

Luego, se observó la distribución de la variable GASTO TOTAL DEL VIAJE MODIFICADA (GSTTTL_NEW), a fin de excluir los valores extremos. La eliminación de viajes del universo de potenciales donantes se realizó en base a los respectivos diagramas de caja (Box-Plots). En consecuencia, dichos casos no participaron en el proceso de imputación, ya sea en la conformación de grupos como en el momento de la imputación propiamente dicha.

Una vez eliminados tales valores, comenzaron las tareas de imputación de la falta de respuesta en la variable de interés, utilizando una técnica de imputación en 2 etapas.

En la primera etapa se “colocó” el valor del gasto en una categoría de GASTO (que se define por la mediana de la distribución del monto del GASTO para cada grupo), en función de los valores observados en las variables explicativas. Para realizar esta tarea se utilizó un modelo de regresión logística binaria, en el que se evalúa la inclusión de las siguientes variables explicativas:

1. Cantidad de miembros del hogar
2. Tipo de alojamiento utilizado
3. Medio de transporte utilizado
4. Motivo principal del viaje
5. Contratación de servicios en agencias de viaje
6. Distancia recorrida
7. Cantidad de noches
8. Tipo de viaje

Vale aclarar que depende del grupo con el que estemos trabajando, la inclusión o no de la totalidad de tales variables en el análisis. La variable Distancia Recorrida es categórica ordinal y será diseñada teniendo en cuenta el lugar de residencia del hogar y el lugar de destino del viaje.

En la segunda etapa se seleccionó un valor de dicha categoría de GASTO mediante un procedimiento Hot-Deck aleatorio para “asignar” al registro faltante un valor de GASTO puntual.

7.7.3.3.2 Imputación de Ingreso total del hogar

En la base correspondiente a los hogares seleccionados en la muestra (Base hogares) se determinaron las variables que poseen la información referida a los Ingresos de los hogares encuestados. Al igual que en el caso de la imputación de la variable GSTTTL, el procedimiento para imputar la variable Ingreso del Hogar (Monto) se inició con aquellos hogares que no responden el MONTO pero que sí pudieron localizar al ingreso en un TRAMO determinado.

Para aquellos hogares que declararon el Ingreso, se calculó la media del Ingreso del hogar total en cada combinación de TRAMO y cantidad de “preceptores de ingreso”. Esta última variable se obtuvo de la base de Personas y está conformada por los ocupados y jubilados de cada hogar que participó en la encuesta.

Luego, dichos valores fueron imputados en las combinaciones referidas en el párrafo anterior, para los hogares que sólo respondieron el TRAMO del Ingreso del Hogar.

A continuación, se procedió a imputar el Ingreso del hogar para aquellos hogares que no respondieron ni el MONTO ni el TRAMO.

Como primer paso, se incorporó al conjunto de respondentes, a aquellos hogares imputados en el paso previo; es decir, hogares que habían respondido sólo el TRAMO del Ingreso del Hogar.

Se observó la distribución de la variable INGRESO DEL HOGAR: MONTO (P020_1), a fin de excluir los valores extremos. La eliminación de hogares del universo de potenciales donantes se realizó en base al diagrama de caja (Box-Plot). En consecuencia, dichos casos no participaron en el proceso de imputación, ya sea en la conformación de grupos como en el momento de la imputación propiamente dicha.

La variable INGRESO DEL HOGAR: MONTO (P020_1) es cuantitativa continua. Se utilizó como técnica de imputación una Regresión logística politómica con variable respuesta ordinal. Una vez más para la imputación del ingreso se “colocó” el valor del ingreso en una categoría (ya no definidas exclusivamente por la mediana, pudiendo formar las clases a partir de la asignación del ingreso en otros percentiles), en función de los valores observados en las variables explicativas.

Para realizar esta tarea se utilizó un modelo de regresión logística, en el que se evalúa la inclusión de las siguientes variables explicativas:

1. Cantidad de miembros del hogar
2. Cantidad de miembros del hogar que trabajan
3. Comportamiento turístico del hogar en el bimestre
4. Región de residencia del hogar (según INDEC)
5. Nivel Educativo del jefe del hogar
6. Categoría ocupacional del jefe del hogar
7. Cantidad de Jubilados en el hogar

Las variables Cantidad de miembros del hogar que trabajaron, Nivel Educativo del jefe del hogar, Categoría ocupacional del jefe del hogar y Cantidad de Jubilados en el hogar, se construyeron a partir de la base de Personas (Base Personas).

Para la variable Región de residencia del Hogar, se consideró de la definición que realiza INDEC, ya que la misma tiene en cuenta las características socioeconómicas de los hogares y es utilizada por dicho Instituto para sus estudios.

A partir del modelo elegido, se seleccionó un valor de dicha categoría de INGRESO, mediante un procedimiento Hot-Deck aleatorio para “asignar” al registro faltante un valor de INGRESO puntual.

7.8 ANEXO VIII: Taller de Presentación del Proyecto “EVyTH-TDF”


7.8.1 Presentación realizada

Proyecto: “Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur”

(EVyTH-TDF)

Seminario de Presentación del Proyecto

Juan Pablo Tarelli - Febrero de 2023



Contenido de la presentación

01 PROYECTO → Objetivos, Tareas, Cronograma

MOTIVACIÓN

02 ¿Qué sabemos? Importancia del Turismo Interno a Nivel Nacional y para TDF


03 RIET, OMT + EVyTH-A Antecedentes

04 MÉTODO: Metodología diseño muestral, tamaño, etc. + IMPLEMENTACIÓN

05 Resultados Esperados: Ejemplos a partir de los resultados de la EVyTH-A + CST-TDF Mayor Precisión

01 PROYECTO

- Objetivos
- Tareas
- Cronograma



Finalidad

Mejorar la caracterización del turismo interno de Tierra del Fuego con miras a complementar los indicadores que componen la CST-TDF y de esta manera, a su vez, la toma de decisiones en materia de políticas públicas del sector.

Objetivos Generales


Realizar una encuesta telefónica a lo largo de doce operativos consecutivos para relevar los viajes turísticos internos mensuales realizados por la población residente en los aglomerados de Ushuaia y Río Grande, así como sus principales características y computar aspectos sociodemográficos que permitan caracterizar a los visitantes internos de TDF.

Objetivos Específicos

- Establecer un marco muestral, el diseño muestral, la metodología de relevamiento y de imputación y el resto de los aspectos metodológicos necesarios para la realización de la encuesta.
- Implementar el campo según la metodología preestablecida.
- Elaborar la base de datos con la información recolectada a lo largo de los 12 meses consecutivos mensuales y los correspondientes informes trimestrales y final.
- Fortalecer las capacidades técnicas del Instituto Fueguino de Turismo y del Instituto Provincial de Análisis e Investigación, Estadística y Censos (IPEIC), así como otras instituciones públicas (como por ejemplo, la Universidad Nacional de Tierra del Fuego), a partir de la transferencia de conocimiento necesario que permita la continuidad y replicabilidad de la EVyTH-TDF en futuros periodos.

Herramienta

Fin en sí mismo





5

02 MOTIVACIÓN

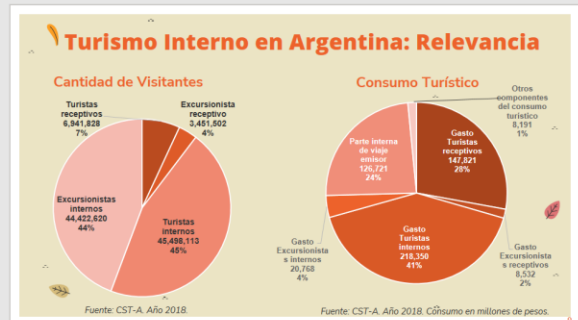
- ¿Qué importancia tiene el turismo interno a nivel nacional?
- ¿Qué importancia tiene el turismo interno para TDF?

6

02A MOTIVACIÓN Argentina

¿Importancia del turismo interno?

7



8

02B MOTIVACIÓN TDF

¿Importancia para del turismo interno?

9



10

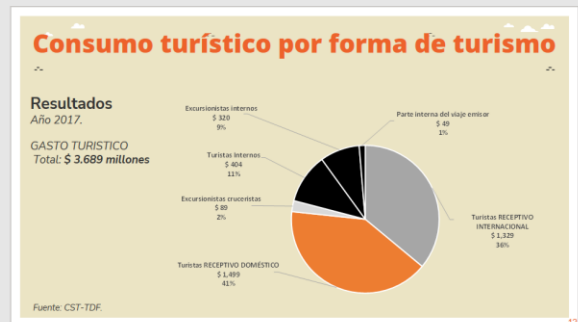
Cantidad de visitantes en TDF

Resultados por forma de turismo

FORMA DE TURISMO	TURISTAS			EXCURSIONISTAS		TOTAL VISITANTES
	HOTEL	NO HOTEL	Total	CRUCERISTAS	OTROS	
Total	356.305	268.813	625.118	55.700	446.806	
Interno	47.573	129.142	176.716	s.d	446.806	
Receptivo Doméstico	171.520	127.906	299.426	s.d	s.d	1.127.624
Receptivo Internacional	137.212	11.765	148.976	s.d	s.d	

Fuente: CST-TDF. Año 2017.

11



12



13

03 MARCO METODOLÓGICO

- Definiciones.
- Recomendaciones.
- Antecedentes y experiencias.

14

Estándares internacionales para la generación y compilación de las estadísticas de turismo

Guía de Compilación (2014)

RIET 2008 (Recomendaciones Internacionales para la Estadística de Turismo)

Guía de compilación de las recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008

Cuenta Satélite de Turismo

Recomendaciones Internacionales para estadísticas de turismo 2008

Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el nuevo concepto 2008

próximamente....

MEASURING THE SUSTAINABILITY OF TOURISM

15

DEFINICIÓN DE TURISMO: RECOMENDACIONES INTERNACIONALES

Turismo: es la actividad desarrollada por los visitantes

El turismo se mide en función de quién lo consume... por el lado de la demanda

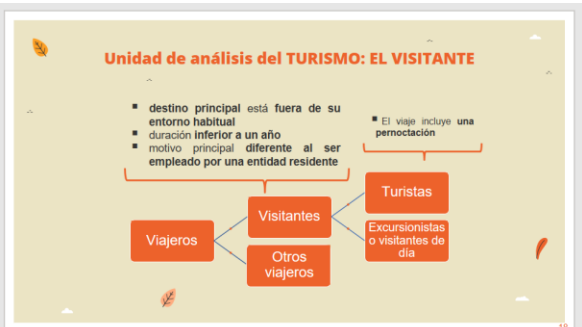
16

Unidad de análisis del TURISMO: EL VISITANTE

Visitante: es una persona que realiza un recorrido cuyo destino principal está fuera de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, por un motivo principal (negocios o profesional, recreación o cualquier motivo personal) diferente al ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado

Los recorridos hechos por los visitantes son viajes turísticos

17



18

FORMAS DE TURISMO - Enfoque provincial Turismo Interno provincial

Residencia del Visitante	Destino del viaje		
	Provincia A	Resto del País	Resto del Mundo
Provincia A	GASTO Interno	GASTO Emisivo Doméstico	GASTO Emisivo Internacional
Resto del País	GASTO Receptivo Doméstico		
Resto del Mundo	GASTO Receptivo Internacional		

EVYTH-TDF: objeto de estudio

19

Turismo: perspectiva

Variable	Menor dificultad	Mayor dificultad
Visitante	Turista	Excursionista
Residencia	Otro país	Localidad cercana
Alojamiento	Hoteles	Viviendas de familiares, segundas viviendas
Motivo	Ocio	Visita a familiares
Transporte	Avión, ómnibus	Automóvil particular, transporte regional
Frecuencia de visita	Baja, esporádica	Alta, habitual

No es una cuestión marginal

Según la EVYTH-A:

- 3 de cada 5 turistas se alojaron en segundas viviendas o viviendas de familiares
- 2 de cada 5 turistas no viajaron por ocio
- 2 de cada 3 turistas viajaron en automóvil particular

Se destaca la importancia de definir clara el objeto a estudiar y, a partir de ello, cuál será la herramienta de recolección de información (la más exhaustiva posible).

Especialmente en encuestas en destino

20

Conclusión: recomendación de la OMT

En Organización Mundial del Turismo establece que: "Las encuestas a hogares basadas en muestras estratificadas usando criterios espaciales, demográficos y socio-económicos puede ser un instrumento eficiente y apropiado para medir la actividad del turismo doméstico y su gasto relacionado" (*)

(*) Recomendaciones Internacionales de Estadísticas del Turismo; 2008; párrafo 2.72

21

A partir de la recomendación de la OMT... Experiencias Internacionales

Encuesta de Viaje y Turismo de los Hogares de Argentina (EVyTH-A)

Región	Encuesta Específica de Turismo	Referenciamiento de datos con frecuencia comparable anual	Encuesta Específica de Turismo y referenciamiento de datos con frecuencia comparable anual
América	Brazil, Chile, Colombia, México, Venezuela, Ecuador	Paraguay, Uruguay	Argentina
Europa	Hungría	Croacia, Dinamarca	Austria, Bélgica, España, Finlandia, Francia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Malasia, Noruega, Portugal, Eslovenia, Suiza, Reino Unido
Medio Oriente		Israel	Turquía
Pacífico	China		Australia, Japón, Malasia, Nueva Zelanda
África	India	Ghana	Sudáfrica

22

EVyTH-A: Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares

- Principales Características
 - Mide y caracteriza la cantidad y el gasto de los viajes turísticos (viajes con pernocte y visitas de un día o excursiones) que las personas residentes en Argentina realizan tanto dentro del país (turismo interno) como al exterior (turismo emisor).
 - Es una encuesta de carácter mensual que comenzó a realizarse de forma continua a partir del año 2012 hasta la actualidad a cargo del MTyD (2006 se realizó presencial).
 - Se encuesta telefónicamente a una muestra de hogares de todas las capitales de provincia del país y los aglomerados urbanos que, sin ser capitales de provincia, cuentan con una población de cien mil habitantes o más.
 - Es posible describir las características principales del turismo interno: el motivo principal de los viajes turísticos, el tipo de alojamiento utilizado, el tipo de transporte más usual, la estacionalidad de los viajes, como también las características de las personas (el nivel educativo, el sexo, edad, ingresos del hogar, ocupaciones, entre otros).
 - Ver: <https://www.yvera.tur.ar/sinta/informe/info/encuesta-de-viajes-y-turismo-de-los-hogares-evyth>

23

04 EVyTH-TDF: METODOLOGÍA E IMPLEMENTACIÓN

- Diseño muestral, población, formulario, etc.
- Sistema CATI, difusión, etc.

24

04A Aspectos Metodológicos

Unidad de Análisis, Marco Muestral, Diseño Muestral, etc.

25

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Objetivo Principal ■ Caracterizar a los visitantes (turistas y excursionistas) residentes en términos, principalmente, viajes internos.

- Estimar el total del gasto de esos visitantes
- Estimar las características socioeconómicas de los visitantes y sus hogares

Ámbito Temporal ■ Encuesta de carácter mensual

Ámbito Poblacional ■ Ushuaia y Río Grande

26

Cobertura de la EVyTH

EVyTH-A
62,5% DE LA POBLACIÓN NACIONAL
100% de Aglomerados EPH (32)

EVyTH-TDF
+95% DE LA POBLACIÓN DE TDF
2 Aglomerados EPH (RG y USH)

27

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Unidad de observación ■ Personas que residen en hogares particulares residentes de las Localidades objetivo

Unidad estadística ■ Hogares, personas y viajes turísticos (con y sin pernocte) por medio de un sistema de llamados telefónicos (CATI)

Hogar: persona o grupo de personas, parientes o no, que conviven en una misma vivienda con un régimen de tipo familiar y consumen alimentos con un mismo presupuesto

Persona: cada uno de los integrantes de un hogar

Viaje: cada desplazamiento que realiza una persona fuera de su entorno habitual pernoctando en el o los lugares visitados

Visita de un día: recorrido de una persona fuera de su entorno habitual sin pernocte en el destino visitado

28

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Marco de Muestreo

- Constituido por un listado de números telefónicos de particulares de fijos y celulares. Los fijos surgen de la Guía Telefónica Nacional y los celulares de información recolectadas de diferentes fuentes (verificados).

Diseño Muestral

- El diseño muestral es probabilístico sistemático.
- Cada Localidad (Ushuaia y Río Grande) constituye en sí mismo un ESTRATO y las muestras seleccionadas en cada uno de ellos son independientes entre sí.
- Se realiza una ESTRATIFICACIÓN IMPLÍCITA: en cada estrato se ordenan los números telefónicos por calle, altura y característica telefónica.

29

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Periodicidad, Ventana de Observación y Periodos de Referencia

- Muestra mensual: 200 encuestas efectivas (100 en cada localidad). Periodo de recordación: 2 meses.
- Estimación Trimestral: 600 encuestas efectivas para cada localidad (600 para RG y 600 para USH).

Mes

Periodo de referencia de la encuesta (periodo de recordación)

Mes	Ene-23	Feb-23	Mar-23	Abr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Agosto-23	Sep-23	Oct-23	Nov-23	Dic-23
Onda Febrero 2023 (=1)												
Onda Marzo 2023												
Onda Abril 2023												
Onda Mayo 2023												
Onda Junio 2023												
Onda Julio 2023												
Onda Agosto 2023												
Onda Septiembre 2023												
Onda Octubre 2023												
Onda Noviembre 2023												
Onda Diciembre 2023												
Onda Enero 2024												
Onda Febrero 2024												

■ Relevamiento/Campo

30

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Entorno Habitual (operacionalización)

Criterio de frecuencia: +

- Una vez por semana

Criterio de distancia:

- Turista (pernocte): 20 km de distancia (radio) de la localidad donde reside habitualmente el hogar
- Excursionista: 8 km de distancia (radio).
- Viajes Internacionales: el criterio de distancia mínima es reemplazado por el traspaso de una frontera administrativa. El criterio de frecuencia sigue rigiendo.

Los viajes (excursiones) considerados son los realizados a destinos ubicados a más de 20 (8) km de la localidad donde está la vivienda principal y que fueron visitados con una frecuencia no semanal

Visitas a segundas viviendas: el criterio de distancia mínima y frecuencia no rige para las visitas realizadas a segundas viviendas propias de los hogares ya que por definición el criterio de Entorno Habitual no rige para las segundas viviendas.

31

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Formulario (operacionalización)

```

    graph LR
      A[VIAJES TURÍSTICOS] --> B[SEGUNDAS VIVIENDAS]
      A --> C[VIAJES TURÍSTICOS]
      A --> D[PROXIMIDAD VIVIENDAS (FUERA DEL ENTORNO HABITUAL)]
      B --> B1[VIAJES CON PERNOCTE]
      B --> B2[VIAJES DE UN DÍA]
      C --> C1[ARGENTINA]
      C --> C2[ESTRANJERO]
      D --> D1[VIAJES DE UN DÍA]
      B1 --> B1a[3 NOCHES]
      B1 --> B1b[MÁS NOCHES]
      B1a --> B1a1[BLOQUE 3]
      B1b --> B1b1[BLOQUE 4]
      B2 --> B2a[BLOQUE 5]
      C1 --> C1a[BLOQUE 6]
      C2 --> C2a[BLOQUE 7]
      D1 --> D1a[BLOQUE 8]
      D1 --> D1b[BLOQUE 9]
    
```

32

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

VARIABLES RELEVADAS

VARIABLES DE CARACTERIZACIÓN DE LA VISITA

- Estadía del viaje
- Origen
- Destino principal
- Motivo del viaje
- Transporte
- Alojamiento
- Actividad turística realizada
- Calificación según aspectos del viaje
- Gasto Turístico

VARIABLES DE CARACTERIZACIÓN DE LOS HOGARES/PERSONAS/VISITANTES

- Educación
- Género
- Edad
- Quintil de ingreso
- Tamaño del grupo familiar
- Características ocupacionales

33

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Tipo de alojamiento (operacionalización)

*P60B-1. ¿Dónde se alojaron? Seleccione una de las siguientes opciones

- Vivienda de familiares o amigos que residen en ella
- Vivienda de familiares o amigos que no residen en ella
- Vivienda alquilada por temporada
- Camping (carpa, casa rodante)
- Hotel u hostería hasta 3 estrellas (o categoría desconocida), hospedaje residencial, cabaña o bungalow, albergue, hostel o similares
- Hotel 4 y 5 estrellas, apart hotel o similares
- Estancia o casa rural
- NS/NR
- Otro (tiempo compartido, lugares públicos, etc.). Especificar

En caso de haber utilizado más de un tipo de alojamiento durante el viaje, definir según los siguientes criterios: (1) el que pasaron mayor cantidad de noches, (2) el de mayor tarifa o categoría, (3) entre los de mayor cantidad de noches, el último utilizado.

34

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Transporte utilizado (operacionalización)

P609-1. ¿Qué medio de transporte usaron para ir hasta allá?

Seleccione una de las siguientes opciones

- Automóvil o similar (propio)
- Ómnibus
- Tren
- Avión
- Taxi o remis
- Embarcación
- NS/NR
- Otro (auto alquilado, motocicleta, bicicleta, a pie, "dedo", etc.). Especificar

En caso de haber utilizado más de un tipo de transporte, defina el principal, definiendo de acuerdo a los siguientes criterios: (1) el utilizado para recorrer una mayor distancia, (2) el de mayor tarifa, (3) el último entre los utilizados.

Motivo del viaje (operacionalización)

P610-1-1. ¿Cuál fue el motivo del viaje?

Seleccione una de las siguientes opciones

- Esparcimiento, ocio, recreación
- Visitas a familiares o amigos
- Trabajo, negocios, motivos profesionales
- Estudios y formación
- Razones de salud
- Motivos religiosos (peregrinaciones, etc.)
- Compras
- NS/NR
- Otros (trámites, etc.). Especificar

En caso de que la respuesta sea más de un motivo, pedir al encuestado que defina el principal respondiendo a la siguiente pregunta: ¿con cuál de los motivos que mencionó no hubiera viajado?

35

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Anticipación (operacionalización)

Esta pregunta se realizará sólo en los casos que el encuestado declaró que el motivo principal del viaje o la visita fue "Esparcimiento, ocio o recreación"

P611-1. ¿Con cuánto tiempo de anticipación decidieron realizar el viaje?

Seleccione una de las siguientes opciones

- El mismo día
- Entre un día y menos de una semana
- Entre una semana y un mes
- Más de un mes y hasta seis meses
- Más de seis meses
- NS/NR

En caso de que el encuestado respondió "No lo sabe, le he preguntado".

Utilización de Internet (operacionalización)

P612-1. ¿Utilizó Internet para consultar información o contactar entidades para su viaje (transporte, alojamiento, atracciones turísticas, del destino, etc.)?

Seleccione una de las siguientes opciones

- Sí
- No
- No sabe / No responde

En caso de que el encuestado respondió "No lo sabe, le he preguntado".

36

Actividades realizadas (operacionalización)

EVYTH-TDF: Conceptos y Metodología

PG2.2.1. ¿Cuál de los siguientes actividades turísticas realizaron en este viaje? No importa el número de participantes, ni a dónde se fueron.

	SI	NO	NS/NR
1. Visitaron parques nacionales, reservas naturales, etc.7			
2. Fueron a un spa, a un centro de bienestar, etc.7			
3. Fueron a un museo, etc.7			
4. Visitaron un sitio histórico, etc.7			
5. Visitaron museos, monumentos, parques temáticos, zoológicos, etc.7			
6. Fueron a un centro de compras, etc.7			
7. Fueron a un centro de recreación, etc.7			
8. Asistieron a algún tipo de espectáculo, etc.7			
9. Fueron al teatro, al cine, a un concierto, etc.7			
10. Visitaron algún sitio histórico, etc.7			
11. Fueron a un centro de compras, etc.7			
12. Salieron a la noche a bailar, a cenar, etc.7			

37

EVYTH-TDF: Conceptos y Metodología

Consumo turístico (operacionalización)

Se registra los gastos de consumo de todos los bienes y servicios que los visitantes adquieren para o durante el viaje o la visita y la estancia en los destinos.

PG2.2.1.1. Aproximadamente, ¿cuánto gastaron en total en el viaje, incluyendo los gastos de todos los miembros del hogar en transporte, alojamiento, comidas, excursiones, etc.7

Gasto total: 2000 pesos.

Sólo se aceptan números en este campo.

El valor ingresado debe ser mayor a 0. Se considera sólo lo efectivamente pagado por el hogar, es decir, con recursos propios. Si gastaron en un paquete turístico, pedir que incluya ese gasto en el monto del gasto total.

PG2.2.1.2.6-1. ¿Podría decirme en cuál de los siguientes tramos cree que se aboca el gasto total del viaje pagado por el hogar?

Seleccione una de las siguientes opciones:

- Menos de \$500
- Entre \$501 y \$1000
- Entre \$1001 y \$2000
- Entre \$2001 y \$5000
- Más de \$5000
- NS/NR

Usar las opciones tratadas y marcar la que señale el entrevistado.

38

04B Implementación

- Organización.
- Sistema CATI.
- Difusión en el sitio web del INFUETUR.

39

Organización

Diagrama de flujo que muestra el proceso de implementación del sistema CATI, desde la definición de objetivos y alcance hasta la difusión y monitoreo de resultados.

40

Sistema CATI

Diagrama de flujo que muestra la estructura del Sistema CATI, incluyendo los componentes de hardware, software y servicios de telecomunicaciones.

41

Sistema CATI - Llamado

Diagrama de flujo que muestra el proceso de llamado telefónico, desde la selección de números hasta la realización de entrevistas.

42

Sistema CATI - Vista del Encuestador

Captura de pantalla del sistema CATI que muestra la interfaz de usuario del encuestador, incluyendo la presentación del sistema y los datos de la encuesta.

43

04C Difusión

Sitio Web del INFUETUR.

44

Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego

Difusión en el sitio web del INFUETUR

El propósito general que la información que las personas y hogares brindan durante la encuesta será utilizado para generar estadísticas estadísticas de los hogares de Tierra del Fuego, como: el nivel de ingreso per cápita, el nivel de ingreso familiar, el nivel de ingreso por hogar, etc. Este tipo de información es esencial para la toma de decisiones de políticas públicas.

Por esta parte y para cualquier consulta o duda sobre los datos de la Dirección de Planeamiento y Estadística, dependiente de la Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico (DPDT) del INFUETUR, pueden comunicarse al correo electrónico: informacion@infuetur.gob.ar o al teléfono: (0927) 2985 584788 (Lunes a viernes de 9 a 16).

El INFUETUR agradece la colaboración de la población de TDF en caso de ser convocados para participar de la encuesta. El presente estudio y elaboración por parte de la consultora para dar respuesta a la encuesta es de carácter gratuito.

Si recibe o recibe la llamada de un encuestador contratado por parte del INFUETUR, puede verificar la identidad del mismo en el siguiente enlace: <http://infuetur.gob.ar/estadistica/evyth>

45

Difusión en el sitio web del IPIEC

Encuestadores - Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego

46

05 RESULTADOS ESPERADOS

Ejemplos de resultados de la EVYTH-A.
Mejora las estimaciones de la CST-TDF.

47

05A Ejemplos de Resultados

EVYTH-A

48

Resultados DATOS INFORMES TRIMESTRALES

Puntuación de la visita (según dimensiones)

Tercer Trimestre 2017	Cantidad	variación respecto del año anterior	participación del turismo interno por territorio nacional
Viajantes	14.074	17,1%	84,5%
Extranjeros	1.088	18,3%	88,8%
Turistas	5.889	14,3%	89,2%
Personas	31.037	22,3%	82,2%
Gasto	31.333	37,3%	83,2%

Estadía promedio por turista: 4,1
Gasto promedio por turista: \$ 3.002
Destinos más visitados por cada turista extranjero: 1,001

Motivo del viaje (visitantes)
Motivo del viaje (gasto y estadía)
Tipo de alojamiento

49

Resultados DISTRIBUCIÓN SEGÚN REGIÓN DE ORIGEN Y DESTINO

Distribución según región de origen y destino, Junio de 2014.

TURISMO RECORRIDO
TURISMO ENVIADO

450

Resultados Matriz regional de origen y destino

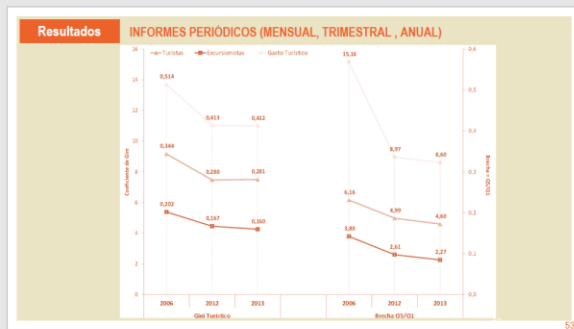
Matriz de flujo regional de origen y destino (porcentaje de visitantes)

41

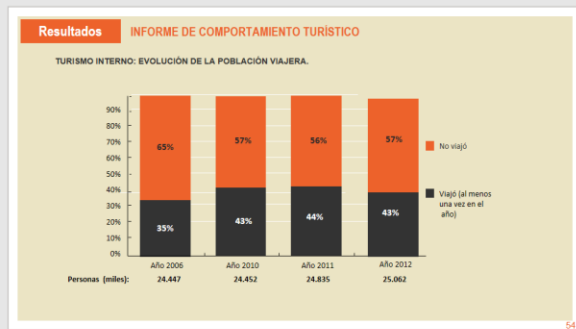
Resultados PERFIL DEL TURISTA INTERNO. AÑO 2016

PERFIL DEL TURISTA INTERNO, AÑO 2012

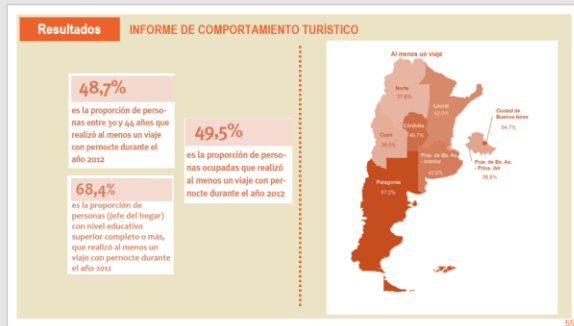
42



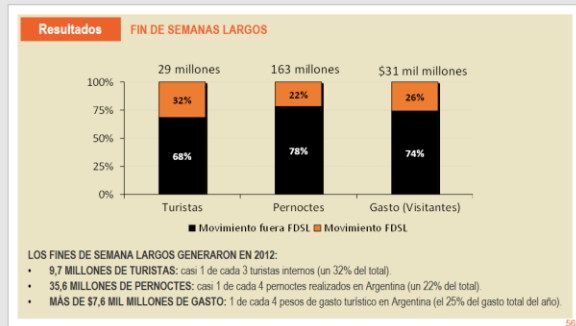
53



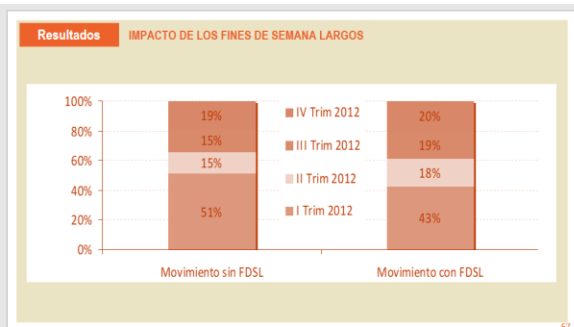
54



55



56



57



58

05B Mayor precisión para la estimación de la CST-TDF

59

Perfiles de turistas receptivos según realice actividades de cruceo

Resultados. Año 2017

Forma de Turismo	Origen	Visitantes	Pernoctes	gasto total en pesos	gasto total USD	Estada	Gasto promedio en pesos	Gasto promedio USD	Gasto diario promedio USD
TOTAL VISITANTES	TOTAL	1.177.634	3.688.892,640	211.827.363					
TOTAL TURISTAS	TOTAL	625.118	1.811.526	3.233.999,102	182.741.443	2,90	5.169	1.784	308
Receptivo Internacional	TOTAL	148.976	399.527	1.328.526,395	79.241.866	2,68	8.918	3.325	532
	Brasil	35.113	111.910	452.324,924	26.979.370	3,19	12.882	4.042	748
	EEUU y Canadá	15.650	37.629	107.768,726	6.428.021	2,40	6.886	2.864	411
	Resto de América	17.728	62.700	148.606,410	8.863.843	3,94	8.383	2.370	300
	Europa	58.136	138.034	470.106,004	28.040.148	2,38	8.086	3.404	482
	Resto del Mundo	32.349	49.194	149.720.331	8.920.284	2,20	6.699	3.043	400
Receptivo Doméstico	TOTAL	298.626	1.628.964	1.499.065,655	89.413.686	3,44	5.006	1.457	299
	CABA/SLAS	182.125	956.002	1.127.441.154	67.247.867	3,61	5.868	1.718	350
	Centro y Litoral	27.643	127.989	142.732.858	8.514.899	4,63	5.164	1.115	208
	Resto del país	79.858	244.882	228.891.643	13.651.020	3,07	2.878	935	171
Excursionistas	TOTAL	176.736	382.819	403.811.092	24.085.890	2,17	2.285	1.055	136
Excursionistas Internos	TOTAL	502.506	808.755.741	19.080.921	813				
Excursionistas Externos	TOTAL	468.806	319.500.428	19.080.921	716				
Excursionistas (pendulares)	TOTAL	35.700	88.855.313	5.299.802	1.509				
Otros componentes del consumo	TOTAL			48.737.797					

60



61



62

7.8.2 Registro fotográfico

7.8.2.1 Foto galería del Taller en Ushuaia – lunes 27 de febrero de 2023





7.8.2.2 Foto galería del Taller en Río Grande – martes 28 de febrero de 2023









**UNISTAT
CONSULTING**

7.8.3 Planillas de asistencia

7.8.3.1 Planillas de Asistencia al Taller en Ushuaia



24/2/23, 14:22

Listado asistencia EYTH - TDF 2023.xlsx - Hojas de cálculo de Google

9	Daniela Espinosa	30.128.533	Secretaría de Turismo	División Estadística	2901 - 613374	despinosa@gmail.com	
10	Debet Hirscht	12.493.167	Secretaría de Turismo	División Tur. Tur. Turismo	2901 - 46851	dirimpf.tur@gmail.com	
11	Stelia Melgareno	18.878.578	Secretaría de Turismo	Marketing y Promoción	2901 - 579105	melgarenoeloyu@gmail.com	
12	Ruiel Basualto	17.000.000	CANADA Turismo	PROSPECTOS	61901	Arusubs@lomasur.gov.ar	
13	Adrian Novosad	35356192	Parque Nacional Torres	USP Pibico	46696	ANDRUSNO@ANIGOB.MR	
14	Gabriel Williams	23.136.823	P.N. TDF	Uso Público y Conserv.	294 4500790	guillink@cpn.gov.ar	
15	ELSTEBIN GUSTAVO	24.513.661	MUSDO Fin del Mundo	SEFOP DPO.	471863	gelstein@tdf.edu.ar	
16	BARBARA SCHUELER	11988287	ESTADIA BAHIA	Administración	2901604834	administracion@tierraelfuego.gov.ar	
17	PATRICIA CORTEJO	33648669	ARVYT	COM. DIRECTIVA	15609692	patriciac@shivaribla.com.ar	
18	MARIN ALBINOVA	29.100.421	INETA	PROTOMIA	2901-40935	marin.albinova@gmail.com	
19	Ane Kontil	3047335	Inpuer	Comunicación y Prensa	2901-4909	ane.kontil@inpuer.gov.ar	

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1CwYnQKONP9Bj6QdAmRMK2deJ_zm1edif9yd/edit#gid=1675922412

PRESENTACION ENCUESTA DE VIAJES Y TURISMO DE LOS HOGARES DE TIERRA DEL FUEGO 2023

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

FECHA: 27/02/2023

LUGAR: Ushuaia

Nº	NOMBRE	DNI	INSTITUCIÓN	CARGO	TELÉFONO	E-MAIL	FIRMA
1	Noriel Verdele	17839369	UNDF	Profesora	02901 490050	mverdele@undf.edu.ar	
2	Emilia Chialvo	30782223	USH. BUREAU APU	Coordinadora	02901 601500	ushuabureau@gmail.com	
3	Lucía Pérez	21351894	UNDF	Secretaria Innovación	2901 608332	lperez@undf.edu.ar	
4	ARCOS, ANA	22093355	IRIEC	D.G.	2901 510921	anaarcos@provincia...	
5	Zamparini, Maira	33221602	IRIEC	TECNICOR	2901 - 519228	mairazampa@gmail.com	
6	CARDUWLA, CELESTE	31844594	IRIEC	ECONOMISTA	2901 555738	carduwlaceleste@gmail.com	
7	Beatriz Rojas	2800448	IRIEC		2901 48244	rojas@terradelfuego.gov.ar	
8	Jeani Offoni	20267818	IRIEC	Subj. Adm.	2901 161079	puthml@undf.edu.ar	





24/2/23, 14:22

NOMBRE

INSTRUCION

Listado asistencia EYVTH - TDF 2023.xlsx - Hojas de cálculo de Google

e-mail

Firma

	NOMBRE	INSTRUCION	BNI	CARGO	TEL	e-mail	Firma
20	PONCE SILVANA	AFFUNT	ZU6993SZ	WINE RESTAURANT	02901 459909	silvana@biindustriale.tur.ar	
21	ROCHA MIGUEL	HOTEL ARTES Y OFICINAS	16-110164	SOUND ENGINEER	2901 603054	miguelrocha - mrd@fuerzas.gov.ar	
22	Recevia Jose	GRUPO HOTELAR	16631410	Redicador	2901 604914	JoseRecevia@fuerzas.gov.ar	
23	Memorero Gabriela	Instituto	22223133	DUI BQ	891 40200	gabrielamemorero@fuerzas.gov.ar	
24	JUKA CONTAR	Min. ECONOMIA	29889844	SISTEMAS	02901 459968	contar@fuerzas.gov.ar	
25	MARIA FERRERIA	INSTRUCION	91832665	ATA ADP.	0114576	mariaferreria@fuerzas.gov.ar	
26	Sanchez Paul	In.Fe.Tur.	31.005185	Dirección de Asistencia	2901 533916	paulsanchez@fuerzas.gov.ar	

7.8.3.2 Planillas de Asistencia al Taller en Río Grande

PRESENTACION ENCUESTA DE VIAJES Y TURISMO DE LOS HOGARES DE TIERRA DEL FUEGO							
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO							
FECHA: 28/02/2023							
LUGAR: Río Grande							
Nº	NOMBRE	DNI	INSTITUCIÓN	CARGO	TELÉFONO	E-MAIL	FIRMA
1	Valeria Pizarri	28604606	CCIP / Los Hornos Comunitaria	Dir. Extensión	2964-524311	valsepriori@losuval.com	
2	Emanada Petru	35556965	N.F.A	Dir. Extensión	02-964-477017	extencion.mfa@tdf.edu.ar	
3	Estela Daniel Lopez	8488126	SEU SSO BENTON	SECRETARÍA	15619695	senda.daniel@com2.com	
4	Paula Cecilia Riqua	88-367.281	Univerio BGA	chola Riqua	15656915	paula.riqua@gmail.com	
5	Honorio Alejandra	28652430	Dirección de Turismo	DIRECTORA		honorio@turismo.gob.ar	
6	Alejandra Cardona	16245991	Los Abogados	Proprietaria	2564456799	alejandra@losabogados.com	
7	Raquel Moreira	13223553	Los Abogados	Proprietario	2964503077	raquel.moreira@losabogados.com	
8	Eduardo Clement	16111545	Tegrande SA	Apodado	2964566148	e.clement@tegrande.com.ar	
9	Maria A. Pita	18107812	FRIC		15842285	maria.pita@fric.com.ar	
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							

7.9 ANEXO IX: Informes de Resultados Trimestrales de la EVyTH-TDF

Este anexo contiene los informes trimestrales de la EVyTH-TDF para los cuatro trimestres del año 2023.

7.9.1 Informe de Resultados de la EVyTH-TDF correspondiente al Primer Trimestre del año 2023

Ver adjunto a este documento.

7.9.2 Informe de Resultados de la EVyTH-TDF correspondiente al Segundo Trimestre del año 2023

Ver adjunto a este documento.

7.9.3 Informe de Resultados de la EVyTH-TDF correspondiente al Tercer Trimestre del año 2023

Ver adjunto a este documento.

7.9.4 Informe de Resultados de la EVyTH-TDF correspondiente al Cuarto Trimestre del año 2023

Ver adjunto a este documento.



**UNISTAT
CONSULTING**

7.10 ANEXO X: Informes de Resultados Anual de la EVyTH-TDF

Este anexo contiene el informe de resultados para el año completo 2023, a partir de compilar todos los resultados trimestrales presentados anteriormente. Ver adjunto a este documento.

7.11 ANEXO XI: Seminario de capacitación sobre los aspectos metodológicos, técnico y de campo

7.11.1 Presentación realizada

Proyecto: "Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares de la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur"

(EVyTH-TDF)

Seminario de Presentación de Resultados Finales

Juan Pablo Tarelli - Marzo de 2024



Contenido de la presentación

01 PROYECTO

- Objetivos
- Tareas
- Cronograma

MOTIVACIÓN

02

Importancia del Turismo Interno (ARG /TDF)

Marco Metodológico EVyTH-TDF

03

RIET, OMT

Metodología diseño muestral, tamaño, etc.

ANTECEDENTES

IMPLEMENTACIÓN

RESULTADOS

04

Principales resultados de la EVyTH-TDF

CONCLUSIÓN

01 PROYECTO

- Objetivos
- Tareas
- Cronograma



Finalidad

Mejorar la caracterización del turismo interno de Tierra del Fuego con miras a complementar los indicadores que componen la CST-TDF y de esta manera, e su vez, la toma de decisiones en materia de políticas públicas del sector.

Objetivos Generales

Realizar una encuesta telefónica a lo largo de doce operativos consecutivos para relevar los viajes turísticos internos mensuales realizados por la población residente en los aglomerados de Ushuaia y Río Grande, así como sus principales características y computar aspectos sociodemográficos que permitan caracterizar a los visitantes internos de TDF.

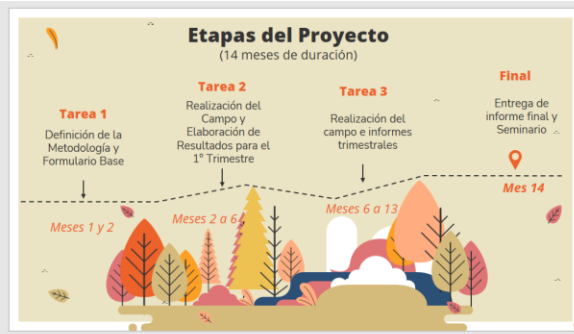
Objetivos Específicos

- Establecer un marco muestral, el diseño muestral, la metodología de relevamiento y de imputación y el resto de los aspectos metodológicos necesarios para la realización de la encuesta.
- Elaborar la base de datos con la información recolectada a lo largo de los 12 meses, consecutivos mensuales y los correspondientes informes trimestrales y final.
- Fortalecer las capacidades técnicas del Instituto Fueguino de Turismo y del Instituto Provincial de Análisis e Investigación, Estadística y Censos (IPEC), así como otras instituciones públicas (como por ejemplo, la Universidad Nacional de Tierra del Fuego), a partir de la transferencia de conocimiento necesario que permita la continuidad y replicabilidad de la EVyTH-TDF en futuros periodos.

Herramienta

Fin en sí mismo





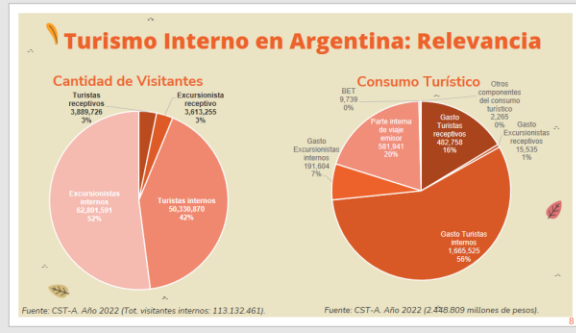
5



6



7



8



9



10

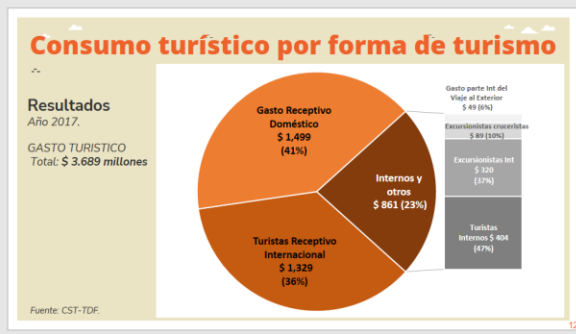
Cantidad de visitantes en TDF

Resultados por forma de turismo

FORMA DE TURISMO	TURISTAS			EXCURSIONISTAS		TOTAL VISITANTES
	HOTEL	NO HOTEL	Total	CRUCERISTAS	OTROS	
Total	356.305	268.813	625.118	55.700	446.806	
Interno	47.573	129.142	176.716	s.d	446.806	
Receptivo Doméstico	171.520	127.906	299.426	s.d	s.d	1.127.624
Receptivo Internacional	137.212	11.765	148.976	s.d	s.d	

Fuente: CST-TDF. Año 2017.

11



12



13



14



15

Perfiles de turistas receptivos según realice actividades de cruceo

Resultados. Año 2017

Forma de Turismo	Origen	Visitantes	Peregrinos	gasto total en pesos	gasto total USD	Etiquetas	Gasto promedio en pesos	Gasto promedio en pesos	Gasto promedio USD	Gasto diario promedio USD
TOTAL VISITANTES	TOTAL	5.127.624	5.088.892.640	211.612.953						
TOTAL TURISTAS	TOTAL	815.118	1.811.836	3.231.399.102	192.745.443	2.90	5.169	1.784	308	104
Receptivo Internacional	TOTAL	148.978	399.527	1.538.526.395	79.241.866	2.68	8.918	3.325	532	198
	Brasil	35.113	111.910	492.324.924	28.979.370	3.19	12.882	4.042	768	241
	EEUU y Canadá	15.650	37.626	107.768.725	6.424.021	2.40	6.865	2.864	411	171
	Resto de América	17.728	62.700	148.606.410	8.863.843	3.54	8.383	2.370	500	141
	Europa	58.338	118.094	470.108.004	28.045.148	2.38	8.088	3.404	482	208
	Resto de Mundo	12.549	49.194	149.720.351	8.920.284	2.20	6.699	3.043	400	182
Receptivo Doméstico	TOTAL	299.436	1.028.864	1.499.061.653	89.413.686	3.44	5.006	1.457	299	87
	CASA-Brasil	292.125	656.092	1.127.445.154	67.247.907	3.42	5.888	1.718	350	102
	Centro y Litoral	27.643	127.089	142.752.858	8.514.699	4.63	5.164	1.115	308	87
	Resto del país	79.658	244.882	228.863.643	13.651.020	3.07	2.875	935	171	56
Internos	TOTAL	176.718	382.835	403.813.073	24.085.890	2.17	2.285	2.055	136	63
TOTAL EXCURSIONISTAS	TOTAL	502.506	408.755.741	19.086.921					813	38
Internos	TOTAL	448.806	319.500.428	19.086.921					716	35
Excursionistas	TOTAL	55.700	88.855.313	2.299.903					1.395	65
Otros componentes del consumo	TOTAL			48.727.297						

16



17

TENDENCIAS

Tendencias globales por COVID-19

- Busqueda de Contacto con la Naturaleza:** contacto con una misma y escapismo de zonas pobladas.
- Viajes Sostenibles:** preservación del medio ambiente y contacto con las comunidades locales.
- Turismo de Cercanía.**
- Flexibilidad / Resiliencia Travel** - segmento de nómades digitales.

OPORTUNIDADES

- Aplicar la Ley 17.123 y sus decretos:** Decretos de fuerza de ley que permiten la oferta de paquetes y viajes de turismo que integran a todos los turistas desde el origen hasta el destino. Decretos de fuerza de ley que permiten el "Travel" y el "Tourism".
- Participación y Promoción de la Marca "Tierra del Mundo":** Con acciones de marketing y promoción en los canales de "Travel" y "Tourism".
- Mayor aprovechamiento de la tecnología:** herramientas, canales digitales, turismo sostenible.
- Participación del sector de turismo:** incluyendo industria y hoteles.
- Políticas sostenibles:** Marketing para mejorar la percepción de la provincia (capacidad de sostenibilidad).

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO DE TIERRA DEL FUEGO, ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR

Principales Mercados: Estrategias para el posicionamiento de TDF

EVYTH-TDF

Necesidad de tener conocimiento sobre el turismo interno de TDF

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Incrementar la marca "Tierra del Mundo" y el "Travel" y el "Tourism" en los canales de marketing y promoción.
- Incrementar la participación del sector de turismo en las acciones de marketing y promoción.
- Incrementar la participación del sector de turismo en las acciones de marketing y promoción.

18



19

Estándares internacionales para la generación y compilación de las estadísticas de turismo

Guía de Compilación (2014)

RIET 2008 (Recomendaciones Internacionales para la Estadística de Turismo)

Salto de compilación de las recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008

Cuenta Satélite de Turismo

Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones para estadísticas del mundo conceptual, 2008

próximamente....

MEASURING THE SUSTAINABILITY OF TOURISM

20

DEFINICIÓN DE TURISMO: RECOMENDACIONES INTERNACIONALES

Turismo: es la actividad desarrollada por los visitantes

El turismo se mide en función de quién lo consume... por el lado de la demanda

21

Unidad de análisis del TURISMO: EL VISITANTE

Visitante: es una persona que realiza un recorrido cuyo destino principal está fuera de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, por un motivo principal (negocios o profesional, recreación o cualquier motivo personal) diferente al ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado

Los recorridos hechos por los visitantes son viajes turísticos

22

Unidad de análisis del TURISMO: EL VISITANTE

- destino principal está fuera de su entorno habitual
- duración inferior a un año
- motivo principal diferente al ser empleado por una entidad residente
- El viaje incluye una pernoctación

Diagrama de flujo: Viajeros -> Visitantes (Turistas, Excursionistas o visitantes de día, Otros viajeros)

23

FORMAS DE TURISMO - Enfoque provincial Turismo Interno provincial

Residencia del Visitante	Destino del viaje		
	Provincia A	Resto del País	Resto del Mundo
Provincia A	GASTO Interno	GASTO Emisivo Doméstico	GASTO Emisivo Internacional
Resto del País	GASTO Receptivo Doméstico		
Resto del Mundo	GASTO Receptivo Internacional		

↓
EVyTH-TDF: objeto de estudio

24

Turismo: perspectiva

Variable	Menor dificultad	Mayor dificultad
Visitante	Turista	Excursionista
Residencia	Otro país	Localidad cercana
Alojamiento	Hotelerías	Viviendas de familiares, segundas viviendas
Motivo	Ocio	Visita a familiares
Transporte	Avión, ómnibus	Automóvil particular, transporte regional
Frecuencia de visita	Baja, esporádica	Alta, habitual

Se destaca la importancia de definir clara el objeto a estudiar y, a partir de ello, cuál será la herramienta de recolección de información (la más exhaustiva posible).

Especialmente en encuestas en destino

No es una cuestión marginal

Según la EVyTH-A:

- 3 de cada 5 turistas se alojan en segundas viviendas o viviendas de familiares
- 2 de cada 5 turistas no viajaron por ocio
- 2 de cada 3 turistas viajaron en automóvil particular

25

Conclusión: recomendación de la OMT

En Organización Mundial del Turismo establece que: "Las encuestas a hogares basadas en muestras estratificadas usando criterios espaciales, demográficos y socio-económicos puede ser un instrumento eficiente y apropiado para medir la actividad del turismo doméstico y su gasto relacionado" (*)

(*) Recomendaciones Internacionales de Estadísticas del Turismo; 2008; párrafo 2.72

26

A partir de la recomendación de la OMT... Experiencias Internacionales

Encuesta de Viaje y Turismo de los Hogares de Argentina (EVyTH-A)

País	Ejemplos de encuestas	
	Encuesta Específica de Turismo	Encuesta Específica de Turismo y relevamiento de datos con frecuencia oportuna anual
América	Brazil, Chile, Colombia, México, Venezuela, Ecuador	Paraguay, Uruguay
Europa	Islandia, Hungría	Grecia, Dinamarca
Mundo Oriente		Israel
Resto de Asia & Oceanía	China	
África	India	Chad

27

EVyTH-A: Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares

- Principales Características**
 - Mide y caracteriza la cantidad y el gasto de los viajes turísticos (viajes con pernocte y visitas de un día o excursiones) que las personas residentes en Argentina realizan tanto dentro del país (turismo interno) como al exterior (turismo emisivo).
 - Es una encuesta de carácter mensual que comenzó a realizarse de forma continua a partir del año 2012 hasta la actualidad a cargo del MTyD (2006 se realizó presencial).
 - Se encuesta telefónicamente a una muestra de hogares de todas las capitales de provincia del país y los aglomerados urbanos que, sin ser capitales de provincia, cuentan con una población de cien mil habitantes o más.
 - Es posible describir las características principales del turismo interno: el motivo principal de los viajes turísticos, el tipo de alojamiento utilizado, el tipo de transporte más usual, la estacionalidad de los viajes, como también las características de las personas (el nivel educativo, el sexo, edad, ingresos del hogar, ocupaciones, entre otros).
 - Ver: <https://www.yvera.tur.ar/sinta/informe/info/encuesta-de-viajes-y-turismo-de-los-hogares-evyth>

28

04 EVyTH-TDF: METODOLOGÍA E IMPLEMENTACIÓN

- Diseño muestral, población, formulario, etc.
- Sistema CATI, difusión, etc.

29

04A Aspectos Metodológicos

Unidad de Análisis, Marco Muestral, Diseño Muestral, etc.

30

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Objetivo

- Caracterizar a los visitantes (turistas y excursionistas) residentes en TDF en viajes internos y emisores.
- Estimar el total de viajes nacionales y su gasto asociado
- Estimar las características socioeconómicas de los visitantes y sus hogares

Ámbito Temporal

- Encuesta de carácter mensual

Ámbito Poblacional

- Ushuaia y Río Grande

31

Cobertura de la EVyTH

EVyTH-A

- 62,5% DE LA POBLACIÓN NACIONAL
- 100% de Aglomerados EPH (32)

EVyTH-TDF

- +95% DE LA POBLACIÓN DE TDF
- 2 Aglomerados EPH (RG y Ush)

32

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Unidad de observación

- Personas que residen en hogares particulares dentro del territorio argentino

Unidad estadística

- Hogares, personas y viajes turísticos (con y sin pernocte) por medio de un sistema de llamados telefónicos (CATI)

Hogar: persona o grupo de personas, parientes o no, que conviven en una misma vivienda con un régimen de tipo familiar y consumen alimentos con un mismo presupuesto

Persona: cada uno de los integrantes de un hogar

Viaje: cada desplazamiento que realiza una persona fuera de su entorno habitual pernoctando en el o los lugares visitados

Visita de un día: recorrido de una persona fuera de su entorno habitual sin pernoctar en el destino visitado

33

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Marco de Muestreo

- Constituido por un listado de números telefónicos de particulares de fijos y celulares. Los fijos surgen de la Guía Telefónica Nacional y los celulares de información recolectadas de diferentes fuentes (verificados).

Diseño Muestral

- El diseño muestral es probabilístico sistemático.
- Cada Localidad (Ushuaia y Río Grande) constituye en sí mismo un ESTRATO y las muestras seleccionadas en cada uno de ellos son independientes entre sí.
- Se realiza una ESTRATIFICACIÓN IMPLÍCITA: en cada estrato se ordenan los números telefónicos por calle, altura y característica telefónica.

34

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Periodicidad, Ventana de Observación y Periodos de Referencia

- Muestra mensual: 200 encuestas efectivas (100 en cada localidad). Periodo de recordación: 2 meses.
- Estimación Trimestral: 600 encuestas efectivas para cada localidad (600 para RG y 600 para USH).

Periodo de referencia de la encuesta (periodo de recordación)

Mes	Ene-23	Feb-23	Mar-23	Abr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Ago-23	Sep-23	Oct-23	Nov-23	Dic-23
Onda Febrero 2023 (=1)												
Onda Marzo 2023												
Onda Abril 2023												
Onda Mayo 2023												
Onda Junio 2023												
Onda Julio 2023												
Onda Agosto 2023												
Onda Septiembre 2023												
Onda Octubre 2023												
Onda Noviembre 2023												
Onda Diciembre 2023												
Onda Enero 2024												
Onda Febrero 2024												

■ Relevamiento/Campo

35

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Entorno Habitual (operacionalización)

Criterio de frecuencia:

- Una vez por semana

Criterio de distancia:

- Turista (pernocte): 8km de distancia (radio) de la localidad donde reside habitualmente el hogar
- Excursionista: 8km de distancia (radio).
- Viajes Internacionales: el criterio de distancia mínima es reemplazado por el traspaso de una frontera administrativa. El criterio de frecuencia sigue rigiendo.

Los viajes (excursiones) considerados son los realizados a destinos ubicados a más de 8 (20) km de la localidad donde está la vivienda principal y que fueron visitados con una frecuencia no semanal

• Visitas a segundas viviendas: el criterio de distancia mínima y frecuencia no rige para las visitas realizadas a segundas viviendas propias de los hogares ya que por definición el criterio de Entorno Habitual no rige para las segundas viviendas.

36

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Variables relevadas

VARIABLES DE CARACTERIZACIÓN DE LA VISITA

- Estadía del viaje
- Origen
- Destino principal
- Motivo del viaje
- Transporte
- Alojamiento
- Actividad turística realizada
- Calificación según aspectos del viaje
- Gasto Turístico

VARIABLES DE CARACTERIZACIÓN DE LOS HOGARES/PERSONAS/VISITANTES

- Educación
- Género
- Edad
- Ingresos
- Tamaño del grupo familiar
- Características ocupacionales
- Acceso a la salud

37

04B Implementación

- Organización.
- Sistema CATI.
- Difusión en el sitio web del INFUETUR.

38

EVyTH-TDF: Conceptos y Metodología

Formulario (operacionalización)

```

    graph LR
        A[VIAJES TURÍSTICOS] --> B[SEGUINDAS VIVIENDAS]
        A --> C[NO SEGUINDAS VIVIENDAS FUERA DE SU HOGAR HABITUAL]
        B --> D[ESTADIA DE UN DIA]
        B --> E[ESTADIA DE MAS DE UN DIA]
        C --> F[ESTADIA DE UN DIA]
        C --> G[ESTADIA DE MAS DE UN DIA]
        D --> H[ESTADIA DOMESTICA]
        D --> I[ESTADIA EXTRANJERA]
        E --> J[ESTADIA DOMESTICA]
        E --> K[ESTADIA EXTRANJERA]
        F --> L[ESTADIA DOMESTICA]
        F --> M[ESTADIA EXTRANJERA]
        G --> N[ESTADIA DOMESTICA]
        G --> O[ESTADIA EXTRANJERA]
        H --> P[BLOQUE 1]
        I --> Q[BLOQUE 2]
        J --> R[BLOQUE 3]
        K --> S[BLOQUE 4]
        L --> T[BLOQUE 5]
        M --> U[BLOQUE 6]
        N --> V[BLOQUE 7]
        O --> W[BLOQUE 8]
    
```

39

Organización

ETAPA DE TIEMPO

ETAPA DE RESULTADOS

40

Sistema CATI

Puestos de Trabajo Linux Ubuntu

Servidor (SPX)

Base de Datos

Servicios de Telecomunicaciones

41

04C Difusión

Sitio Web del INFUETUR.

42

Difusión en el sitio web del INFUETUR

Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego

Es importante aclarar que la información que los personas y hogares brindan durante la encuesta será exclusivamente confidencial y estará bajo la custodia de la CFI de Tierra del Fuego, por lo tanto, no serán publicados resultados estadísticos comparados que de alguna forma identifiquen o permitan deducir información de ningún participante. Además, se resalta que la encuesta es totalmente obligatoria en su totalidad.

Por esta parte y ante cualquier consulta se brindará los datos de contacto de la División de Planeamiento y análisis estadístico, dependiente de la Dirección de Estadística y Censos del INFUETUR.

Redes de correo electrónico: estadistica@infuetur.gob.ar
Redes de redes sociales: @estadistica_tdf

- El participante tiene en cuenta que la encuesta a realizarse para medir y caracterizar el turismo interno de los residentes en TDF según los siguientes puntos:
 - La cantidad de viajes turísticos internos de los residentes en el presente.
 - Las características de los residentes turísticos que se registran en TDF (origen, edad, forma de alojamiento, estadía, utilización de pasaporte turístico, motivo de viaje, etc.).
 - Los gastos y ingresos asociados con el consumo de los residentes en TDF (monedas que se utilizan dentro de la zona).
 - El gasto realizado en viajes turísticos asociados a los viajes entre ciudades.
 - Las características socioeconómicas de los hogares que viven en los hogares turísticos en la provincia de Tierra del Fuego, incluyendo el presente.
- El INFUETUR agradece la colaboración de la población en caso de ser necesario para participar de la encuesta. El presente afianza y colaboración por parte de la comunidad para dar respuesta a la encuesta en caso de recibir la encuesta.

Si usted recibió la encuesta de un emisor no autorizado de parte del INFUETUR, puede verificar la identidad del mismo en el siguiente link: <https://infuetur.gob.ar/estadistica/evyth>

43

Difusión en el sitio web del IPIEC

Encuestadores - Encuesta de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego

Encuestador	Encuestador	Encuestador	Encuestador
Cecilia Trigo	Sandra Nogueira Ortega Davila	Melisa Julli Trigo	Ana Isabel Pagani
Encuestadora de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego	Encuestadora de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego	Encuestadora de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego	Encuestadora de Viajes y Turismo en los Hogares de Tierra del Fuego

<https://ipiec.tierradelafuego.gob.ar/encuestadores-encyc/>

44

05 RESULTADOS

- Visitantes Internos
 - Datos principales
 - Desagregación por región de destino
 - Perfil de los turistas
 - Comportamiento
- Turismo emisoro

45

Conclusión TURISMO TDF: Resumen de resultados (año 2023)

Visitanes = 960 mil

Turistas Inter: 218 mil (53%)	Turistas Emis: 190 mil (47%)	Total Turistas: 408 mil (43% visitantes)
Excursion. Inter: 547 mil (99%)	Excursion. Emis: 5 mil (1%)	Total Excursionistas: 552 mil (57% visitantes)

Gasto Total = \$ 12.365 millones

Turistas Interno: \$ 6.122 millones (49.5%)

Excursionismo Interno: \$ 6.244 millones (50.5%)

Pernocaciones

Pernoc. Turistas Interno: 475 mil (17.8%)

Pernoc. Turismo Emisoro: 2.201.000 (82.2%)

Gasto Promedio 16.165 por visitante

Turistas Inter: \$ 28.080

Excursionistas: \$ 11.416

Gasto diario promedio por visitantes: \$ 12.878

Turistas Inter: 2,2 noches

Turistas Emisoro: 11,6 noches

Estadia Promedio: 6,6 noches

46

Resultados TURISMO TDF: Turismo interno y Turismo Provincial (2023)

Principales variables	Indicador	Turismo Interno		Turismo Emisoro		Turismo Provincial (Inter. + Emisoro)		Turismo Emisoro		
		Turistas	Excursionistas	Tur. + Exc.	Turistas	Excursionistas	Tur. + Exc.	Turistas	Excursionistas	Tur. + Exc.
Visitantes	miles	218	547	765	190	5	195	406	552	958
% del total		23.9%	59.1%	73.0%	49.5%	0.2%	19.7%	100.0%	100.0%	100.0%
Pernocadas	miles de noches	176	2.201	2.377	2.201	5	2.206	2.206	2.206	4.412
% del total		3.6%	81.8%	85.4%	82.2%	0.2%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Costo	miles de \$	6.122	6.244	12.366	-	-	-	-	-	-
% del total		49.5%	50.5%	100.0%	-	-	-	-	-	-
Estadia promedio por turista	noches	2,2	11,6	6,6	-	-	-	-	-	-
Costo promedio por Visitante	\$	28.080	11.416	19.748	-	-	-	-	-	-
Gasto diario promedio por visitante	\$	12.878	-	-	-	-	-	-	-	-

- Los datos relevantes son estadísticamente robustos
- Desagregación del turismo provincial entre turismo interno y emisoro y, a su vez, cada uno de estos entre excursionistas y turistas
- Tres cruces básicos: visitantes, pernecotes y gasto.
- El turismo interno:
 - 1) los datos son consistentes con otros resultados obtenidos por otras fuentes (ej: CST-TDF)
 - 2) el turismo interno resulta relevante en términos de la contribución para la provincia (en línea con lo concluido por la CST).
- El turismo emisoro: es un fenómeno poco conocido/estudiado (en general). La EVI/TDF-TDF permite su caracterización general

47

05A Turismo Interno

Caracterización General

48

Resultados TURISMO TDF: Turismo interno (2023) – Visitantes según Regiones de Origen y Destino

Turistas Internos (en % del total)

Región de Origen	Cantidad	En %
Norte	120	15.7%
Centro	348	48.1%
Sur	277	38.2%
Total	765	100.0%

Destino del turista

Destino	Cantidad	En %
Norte	27	12.3%
Centro	122	55.9%
Sur	69	31.7%
Total	218	100.0%

Región de destino del viaje

Región de destino del viaje	Ushuaia	Río Grande	Total
Norte	6.2%	9.7%	15.7%
Centro	59.3%	28.9%	48.1%
Sur	20.2%	15.9%	36.2%
Total	45.5%	54.5%	100.0%

Región de destino del viaje

Región de destino del viaje	Ushuaia	Río Grande	Total
Norte	0.8%	0.2%	1.0%
Centro	24.4%	11.0%	35.4%
Sur	6.2%	9.7%	15.7%
Total	31.4%	10.9%	42.3%

49

Resultados TURISMO TDF: Turismo interno (2023) – Visitantes según Regiones de Destino (visitantes)

Área (apertura al 1° nivel)	Visitantes Internos		Área (apertura al 3° nivel)	Visitantes Internos (miles)	
	Cant. (miles)	% del Total		Cant. (miles)	% dentro del 1° nivel
Norte	120	16%	Áreas periféricas/alejadas a la ciudad (RG)	50	41.6%
			Ciudad de Río Grande	42	34.9%
			Áreas alejadas de la ciudad (RG)	10	8.2%
Centro	368	48%	Estaciones o áreas más de 50km de la ciudad (RG)	18	15.3%
			Ciudad de Tolhuin	299	81.1%
			Áreas periféricas/alejadas a la ciudad (ToH)	39	10.5%
			Áreas alejadas de la ciudad (ToH)	31	8.4%
Sur	277	36%	Ciudad de Ushuaia	142	51.2%
			Parque Nacional TDF	54	19.5%
			Áreas periféricas/alejadas a la ciudad (Uhu)	33	11.8%
			Cerro Castor	23	7.2%
			Áreas alejadas de la ciudad (Uhu)	15	5.5%
			Puerto Almanza / Puerto Paraná	8	3.0%
Estaciones o áreas más de 50km de la ciudad (Uhu)				3	1.2%
Antártida e Islas del Atlántico Sur (AntAS)				0	0.0%
Total	765	100%		765	

50

Resultados TURISMO TDF: Turismo interno (2023) – Visitantes según regiones de Destino

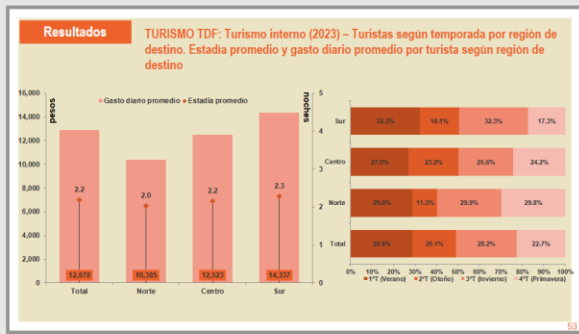
Fuente: visitantes con destino principal TDF. Distribución según trimestre por región de destino (destinos seleccionados). 2023

51

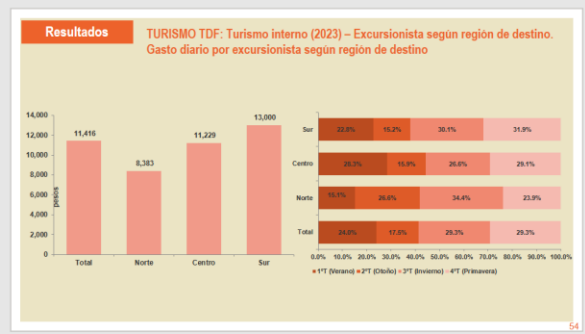
Resultados TURISMO TDF: Gasto del turismo interno (2023) – Visitantes según Regiones de Destino

Fuente: gasto de los visitantes con destino principal TDF. Distribución según trimestre por región de destino (destinos seleccionados). 2023

52



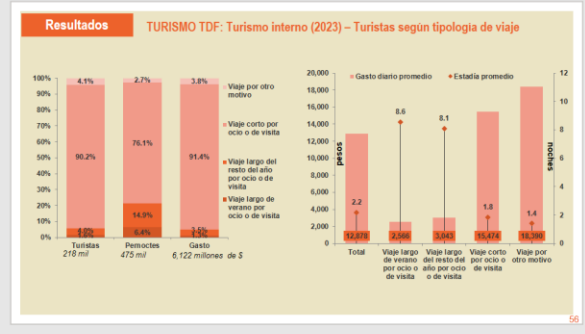
53



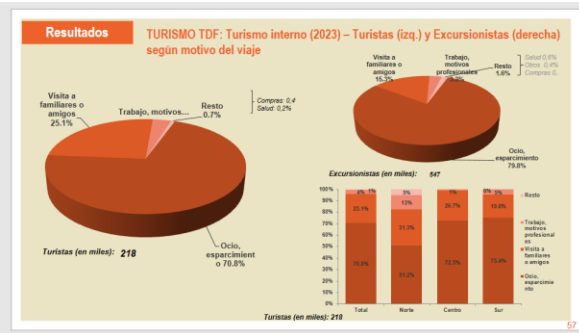
54



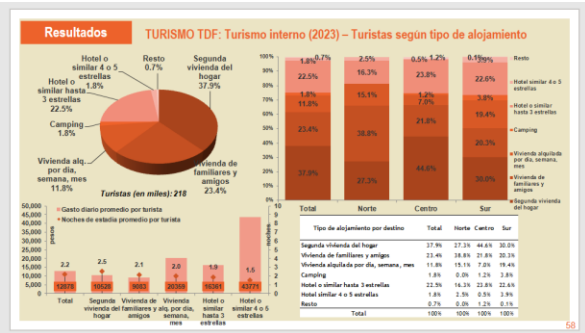
55



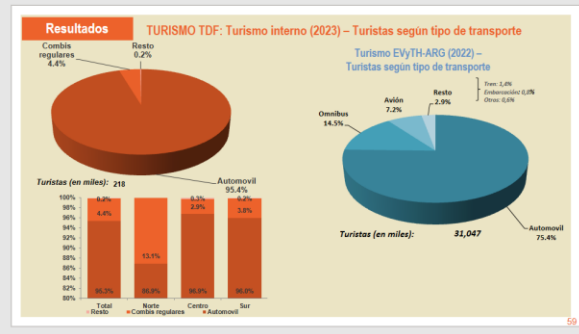
56



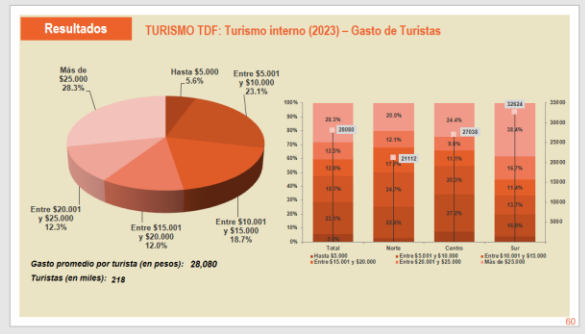
57



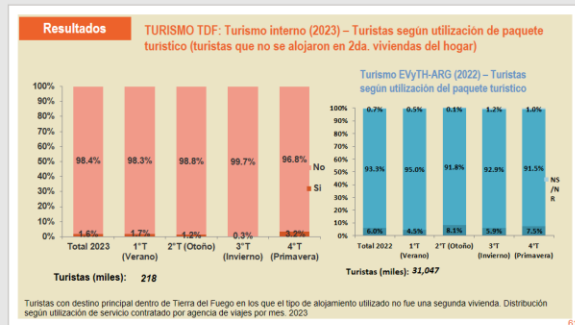
58



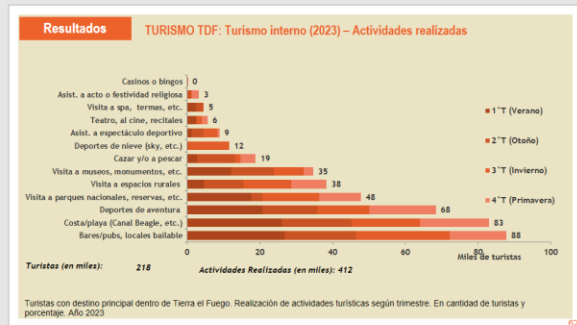
59



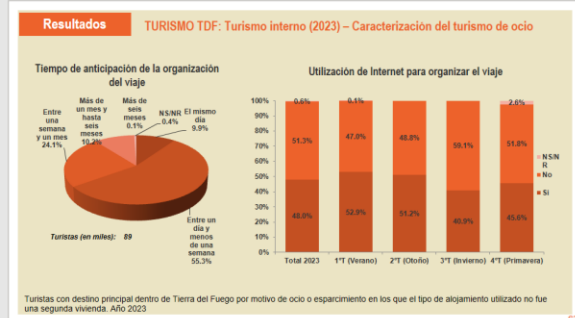
60



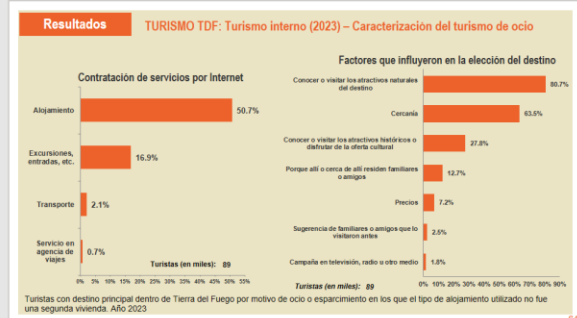
61



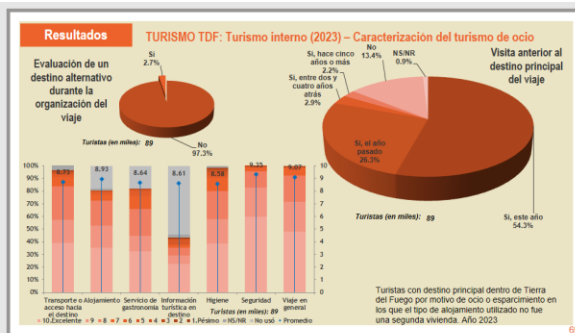
62



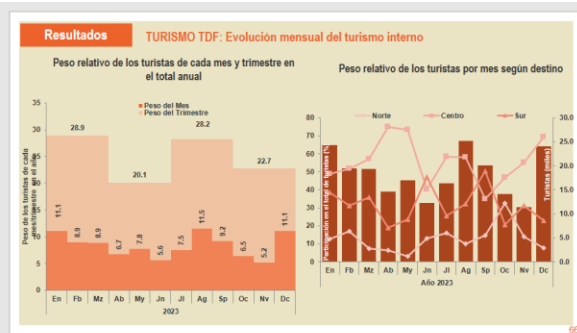
63



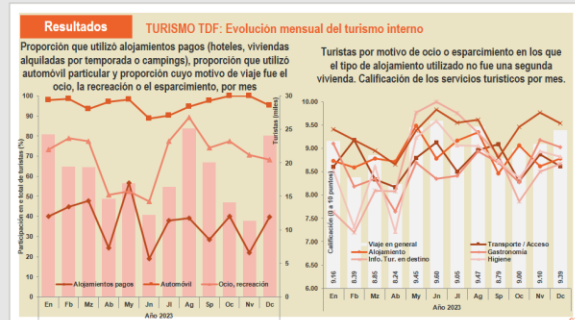
64



65



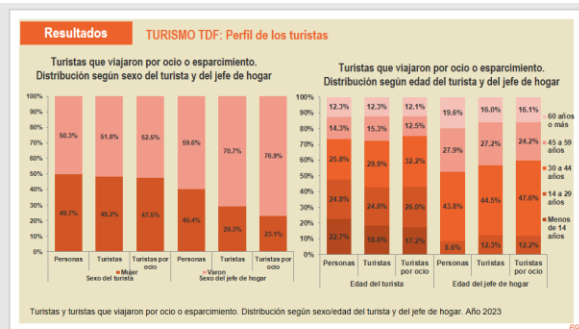
66



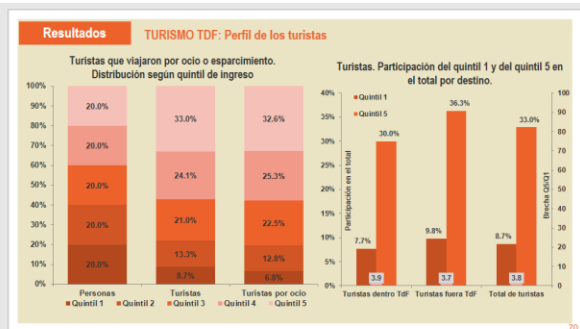
67



68



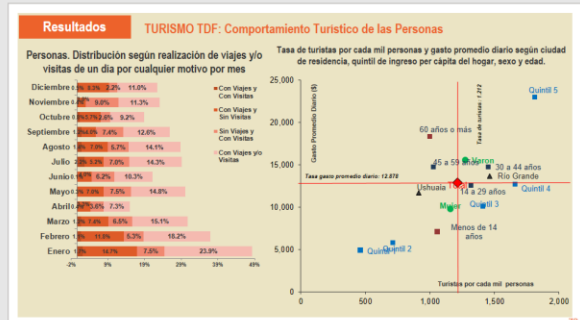
69



70



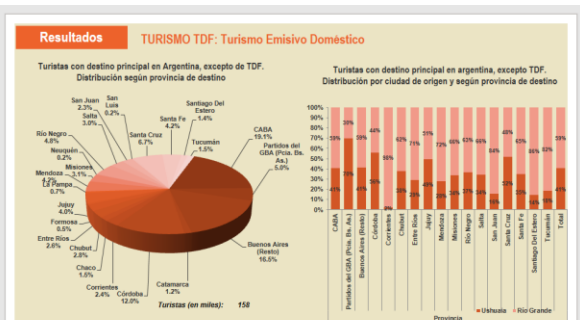
71



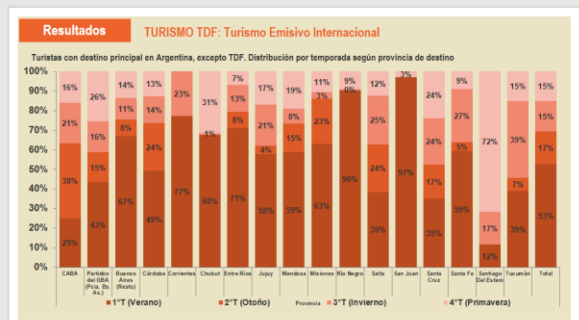
72



73



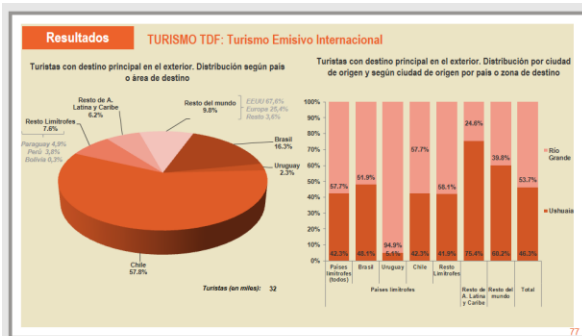
74



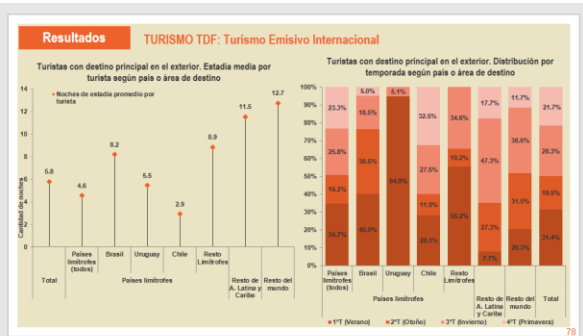
75



76



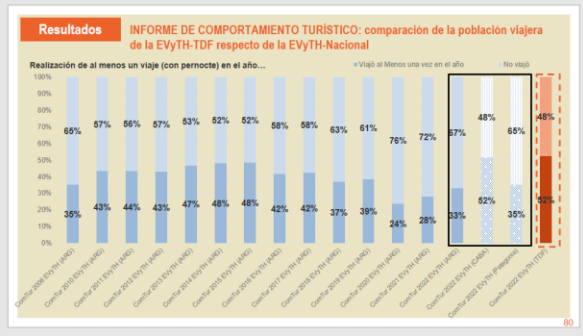
77



78



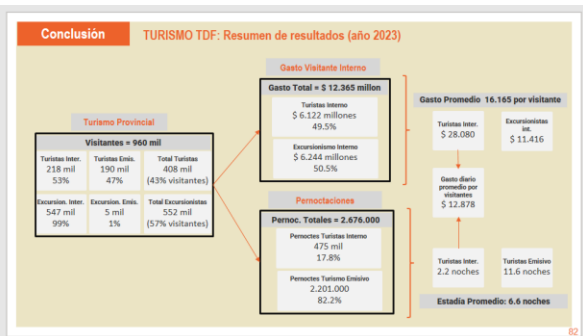
79



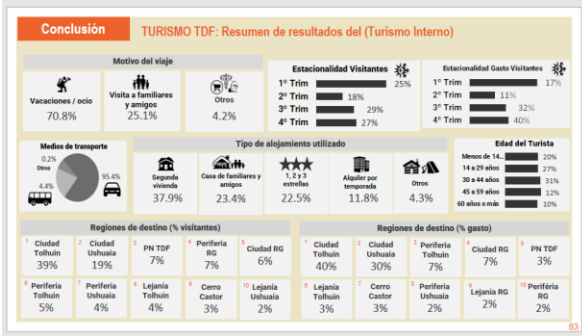
80



81



82



83



84

7.11.2 Registro fotográfico

7.11.2.1 Foto galería del Seminario en Ushuaia – martes 19 de marzo de 2024



7.11.2.2 Foto galería del Seminario en Río Grande – miércoles 20 de marzo de 2024



7.11.2.3 Foto galería del Seminario en Tolhuin – miércoles 20 de marzo de 2024



7.11.3 Invitación realizada por el INFUETUR



PRESENTACIÓN

Proyecto Encuesta
de Viajes y Turismo en los Hogares
de Tierra del Fuego (EVYTH-TDF)

Ushuaia: 19/03 - 14 h. Auditorio INFUETUR.

**Río Grande: 20/03 - 10 h. Cámara de Comercio,
Industria y Producción de Río Grande.**

**Tolhuin: 20/03 - 14:30 h. Secretaria de Turismo
y Producción de Tolhuin.**



INSTITUTO
FUEGUINO
DE TURISMO



FINDEL
MUNDO
END OF THE
WORLD
TIERRA DEL FUEGO
PATAGONIA - ARGENTINA

7.11.4 Planillas de asistencia

7.11.4.1 Planillas de Asistencia al Seminario en Ushuaia

ORGANIZACIÓN	NOMBRE	CARGO	SECTOR	CIUDAD	CONTACTO
UNISTAT CONSULTING	Juan Tarelli				
IPIEC	Lic. Ana Verónica ARCOS / Maira Zamparini / Celeste Capdevila / Juan Putini /	Dirección General	público	USH	(54) (02901) 432-270 estadisticas.tdf@gmail.com 02901-15510921 "Ana Arcos" <aarcos@tierradelfuego.gov.ar>; anaarcos5@gmail.com "IPIEC Dirección General" mairazampa@gmail.com<direcciongeneralipiec@gmail.com>; mairazampa@gmail.com "Juan Putini" <jputtini@gmail.com>; "Celeste Capdevila" <capdevilaceste@gmail.com>; / https://ipiec.tierradelfuego.gov.ar/
UNTDF	Silvina Romano / Lucia Perez / Grisela Guerrero / Judith Valle / Marisol vereda / Mariana Morgavi				sromano@untdf.edu.ar / lsperez@untdf.edu.ar / "Grisela Guerrero Gallardo" <gguerrerogallardo@untdf.edu.ar>; "Turismo UNTDF" <turismo@untdf.edu.ar>; / "Judith Valle" <jvalle@untdf.edu.ar>; "Marisol Vereda" <mvereda@untdf.edu.ar>; mmorgavi@untdf.edu.ar
INFUETUR	Victoria Gomez Carolina Ojeda Silvina Cardenas Victoria Ojeda Vanesa Mansilla	Dirección de Planificación	público	TDF	
Sec. de Tur. Munic. de Ushuaia.	Debora Hirsch / Daniela Espinosa - estadisticaturismo@gmail.com	secretaria de turismo	público	USH	Tel 437666-432000 Prefectura Naval Argentina 470 dir.inf.tur@gmail.com / estadisticaturismo@gmail.com
Parque Nacional TDF	Marcelo Almiron mdalmiron@apn.gov.ar / Gabriel Willink - Jefe de Uso Publico del Parque Nacional TDF	Intendente	público	NAC	tierradelfuego@apn.gov.ar / Avda. San Martín 1395 - Ushuaia Tel. (02901) 42-1315 / Cel. (02901) 15601264
Dir. Prov. de Museos Museo del Fin del Mundo	Mercedes Carrea, Directora General de Patrimonio y Museos, y Natalia Tosello, Directora del Museo del Fin del Mundo				02964-15617333 / ntolosello@aif.gov.ar / mcarrea@aif.gov.ar
Secretaría de Planificación Estratégica	Cecilia Maggi / Rocio Segovia / Olga Cecilia Rojo SECRETARIA	Directora General de Planificación Estratégica / (Directora General de Ordenamiento Territorial	público	TDF	olga.cecilia.rojo@gmail.com tel 2964-482417 "Cecilia Maggi" <cecilia.maggi2017@gmail.com>; Rocio Segovia 02901-15496875 "Ordenamiento Territorial" <ordenamientoterritorialtdf@gmail.com>;
Dirección Provincial de Puertos	Roberto Murcia / Ruben Leguizamón	Presidente	público	USH	E-mail: presidencia@dpp.gov.ar com copia a romarmurcia@gmail.com Tel. (02901) 43-5200 – int. 122 / 125
Ministerio de Economía	Julia Cortazar				tierradelfuegocfi@gmail.com
Cámara Hotelera Gastronómica de TDF	José Luis Recchia	Presidente	privado	USH	camarahgtdf@gmail.com info@chvgtdf.com.ar Tel/fax: 2901 422834 / 421499 Movil - WhatsApp - +54 2901 417995 / Fernanda Florez 2901-417995
AHT Filial Tierra del Fuego	Oscar Rubinos	Presidente	privado	USH	02901-605165 rubinoscamara@gmail.com / ahttierradelfuego@ahtra.com.ar / Natalia Lodes 2901-407844
Cámara de Comercio de Ushuaia	Claudia Patricia Fernandez.	Presidente	privado		Tel.: +54 2901 15604477 info@camaradecomercio.us Natalia.Lodes.Tel02901-436074 camaraturismoush@gmail.com angelb@rumbosur.com.ar
Cámara de Turismo de Tierra del Fuego	Angel Brisighelli / Natalia Lodes	Presidente	privado	USH	secretaria@aaavytdf.org.ar / 02901459709 administracion@latitudushuaia.tur.ar
ASOCIACIÓN DE AGENCIAS FUEGUINAS DE VIAJES Y TURISMO	Silvana Ponce Gaston Grajeda		privado	USH	profesionalesenturismotdf@gmail.com 02901-15445657 / 54 / 15513604 / Ana Prado 02964-15400545 - GRAJEDA 2901-482491
Asociación de Profesionales en Turismo (APROTUR)	profesionalesenturismotdf@gmail.com		privado	USH	info@ushuaia.org.ar / 02901-15619999 Dario ushuaiaibureau@gmail.com
Confederación Agencia de Desarrollo Ushuaia - Ushuaia Bureau -	Ramiro Requejado / Dario urrutu / Emilia	presidente / gerente	mixto	USH	
Museo Marítimo	ónica Pedemonte / Danilo Clemente	secretaria	privado	USH	2901 15513819 INFO@MUSEOMARITIMO.COM
Tranex Turismo S.A. ("Tren del Fin del Mundo").	Daniel Preto / Livio Alsogaray / Claudio de Sousa	Presidente / Director / Gerente			livio@monteolivia.com / presidencia@trendelfindelmundo.com.ar gerenciageneral@trendelfindelmundo.com.ar
Centros de montaña					
tierra mayor	María Giro				2901 619245 / 2901-646428 / valledetierramayor@gmail.com tierramayor@outlook.com girogustavo@hotmail.com
Nunatak	Gustavo Giro				
llanos del castor	Martín Gonzalez Gavilán / Lucas Molinolo				2901 516600 / info@llanosdelcastorushuaia.com/ llanosdelcastor@gmail.com / moggeventos@gmail.com /
haruwen	Damián Muriel				2901 604893 haruwen@hotmail.com
cerro castor	Gastón Begué				ricardo.pereto@cerrocastor.com
Cerro Martial	Alejandro Guzman				alejandro.guzman@cerromartial.com.ar
Ushuaia Shipping	Hernan				
Aswalek					

7.11.4.2 Planillas de Asistencia al Seminario en Río Grande

INVITACIÓN PRESENTACIÓN DE RESULTADOS PROYECTO EVYTH-TDF				Río Grande	
Nombre	Empresa-Institución	Teléfono	E-mail	Asistencia	
Maragon Cecilia Shady	ITICS "Raulo Fain"	2964-303004	isabellcecilia681@gmail.com		
CINTIA CANALES BRONCO CANALES CANALES	DISCA FUEGUINA	2964-558567	cdca@fueguina.com.ar		
MARIA A. PITA	IPRIZ	2964-182225	maria.sofia.pita@gmail.com		
José Luis	Visceral Paso y construcc	2964-523324	jose.luis@paso.com		
Karla Calvo	Teja Lavera Ardieren Arg.	221-511863	karla.calvo@ardieren.com.ar		
Patricia Rivaroli	Radio Viales y Turismo	2964-67967	informes@radioviales-turismo.com.ar		
Alejo Alejo	Demosa Aerecurus	291-5023057	alejoalejo@demosa.com		
Olga Carrizo	E. Veterinarios	2964-482136	olga.carrizo@gmail.com		
Alejo Rama	C. Veterinarios de guerra	2964-40062	alejo.rama@gmail.com		
Analia bello	Rutas del Fuego	2964-353898	analia.bello@rutasdeluego.com		
Francisco Giam Federico Torres	Turismo Salzhitz Río Grande VIATAS	2964-565501 2964-401284	francisco.giam@turismo.com federico.torres@viatas.com		
Carolina opeda	INFUEUR	02901-485684	carolina.opeda@infueur.gov.ar		
Sebastian Navelli	INFUEUR	02964-480683	sebastian.navelli@infueur.gov.ar		
Victoria Gomez Alegre	INFUEUR	1641806676	victoria.gomez@infueur.gov.ar		
Carolina del Basilio	Municipio de Río Grande	2964-401152	carolinadlbasilio@gmail.com		

7.11.4.3 Planillas de Asistencia al Seminario en Tolhuin

INVITACIÓN PRESENTACIÓN DE RESULTADOS PROYECTO EYTH-TDF					Tolhuin	Asistencia
Nombre	Empresa-Institución	Teléfono	E-mail			
Paul D. Paer	Cobanes Volley	264 411 3755	naulthd@live.com.ar			
Yelina Martins	Dirección Geodésica - GDS	11 3762 1224	martinez@terra del fuego gds.ar			
Troche Jorge AD	Guarda Puro	9981-658169	stroche@terra del fuego . gds . ar			
Anita V. Jorge	BARBA KAWI?	2364 410005	plato@kom mail . com			
Barral yania	Hostel I-Hos	2601 585458	yaniasegula@gmail.com			
RAMIREZ LEANDRO	ZINK COFFEE	2901 517211	LEANDROZAMIREZTDF@gmail.com			
Sandolfinos Axel	HELICIA VAREN	4201 641516	reservas@unistatconsulting.com			
Maria Florencia AUST	CONCEJAL BUQUE FOEA	9901-614050	auathor@hotmail.com			
Bonnie Carle Matus	Adriana del Lago	2901 998673	bonniecarle@del lago . com			
SARA WAREEN	SARA WAREEN	2964-55668	Sara.logolagnar@gmail.com			
Pedro gey en Garsela	DISTRITO Tolhuin	2901-654836	eva68205@gmail.com			
HELENA DORAID	AVENIDA TOLHUIN	2901 400824	DORAID TOLHUIN@gmail.com			
Celia Villegas	CAMPUS "Las Banderas"	294464008	Pickford@intmail			
Werni Jopeler	Valeria "LAS ARTES"	9901600481	—			
Silvia Losoya	Complejo Costero	2869566573	villu@tolhuin.com.ar			
ANARSO BATHAN BATHAN	Municipio de Tolhuin	29164 521924	TURISMO@tolhuin gds ar			

7.12 ANEXO XII: Bases de datos usuarias

7.12.1 Base de datos usuarias de los resultados trimestrales

Se adjunta a este informe las bases de datos usuarias para cada uno de los informes trimestrales.

7.12.1 Base de datos usuarias de resultados anuales

Se adjunta a este informe la base de datos de resultados de la EVyTH-TDF para el año 2023, completo.