



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE RIO NEGRO**  
**Sede Andina**

**Proyecto de Investigación PI-40-B-495**

**ANALISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA,  
CUANTITATIVA Y CUALITATIVA DE LA  
PROVINCIA DE RÍO NEGRO**

**Director Lic. Eduardo Pantano**

**Equipo:**

**Lic. Mariana Savarese**

**Lic. Miguel Attaguile**

**Lic. Carlos Maggi**

**Lic. Maria Cristina Villa**

**Colaboradora Concurrente**

**Lic. Marcela Giovanini**

## ÍNDICE

<b>Introducción</b>	<b>3</b>
<b>1. La Provincia de Rio Negro</b>	<b>5</b>
Características	
<b>2. Análisis de las Estadísticas en Turismo</b>	<b>10</b>
2.1 Revisión de las Estadísticas en Turismo	10
2.2. Experiencia Internacional y Nacional	17
2.2.1 Eurotat-UE	17
2.2.2 Gran Bretaña	21
2.2.3 Rlmini, Italia	24
2.2.4 España	28
2.2.5 Chile	32
2.2.6 Provincia de Buenos Aires	37
2.2.7 Referencias	37
<b>3. Registros Administrativos</b>	<b>41</b>
3.1 Criterios generales	41
3.2 Situación Nacional de los Registros Administrativos	47
3,3 Situaciones Provinciales de los Registros Administrativos	48
3.4 Clasificación de los Registros Administrativos	50
a. Clasificación por Tipo de Registro Administrativo	52
b. Clasificación según perspectiva de la oferta y demanda	56
c. Clasificación según Alcance	57
d. Clasificación según Utilización	58
3.5 Síntesis y conclusiones de los Registros Administrativos	60
<b>4. Aspectos De la Metodología Estadística de la Provincia de Río Negro</b>	
4.1 Las Encuestas de la municipalidad de San Carlos de Bariloche	
a. La Encuesta de Perfil del Turista – EPT	66
b. La Encuesta de Coyuntura Hotelera - ECH	67
4.2 Resultados del proyecto de Investigación	75
4.3 Principales contribuciones de la metodología propuesta	80
<b>5. Análisis Turístico de la Provincia de Rio Negro</b>	<b>82</b>
5.1 El Observatorio Turístico de la Provincia de Rio Negro- Observatur Rio Negro	82
5.2 Análisis de la Demanda y Oferta de Rio Negro	
5.2.1 Análisis de la Demanda	84
5.2.2. Análisis de la Oferta	85
5.2.3 Productos Turísticos de la Provincia de Rio Negro	90
5.3 Análisis de la Demanda y Oferta de San Calos de Bariloche	
5.3.1 Análisis de la Demanda	91
a. Análisis Cuantitativo	91
b. Análisis Cualitativo – Características	97
5. 3.2 Análisis de la Oferta	99
<b>Bibliografía</b>	<b>105</b>

## INTRODUCCIÓN

Desde un punto de vista turístico, los últimos años han representado un desarrollo sostenido de la oferta de servicios turísticos de la provincia y en mayor medida en Bariloche. Este Impulso del sector está actuando como un eje del desarrollo regional, consolidando el crecimiento de las manufacturas, estimulando el avance del resto de servicios y fomentando la actividad inmobiliaria.

Sin embargo, uno de los posibles resultados del desarrollo turístico, es que si está basado en un crecimiento permanente en términos de número de visitantes, termina generando también una oferta de servicios turísticos de carácter extensivo, que utiliza intensivamente el suelo y en algunos casos tiene consecuencias irreparables para el desarrollo del sector y la región.

En efecto, existen numerosos antecedentes en el mundo y en el país sobre la trayectoria de ciudades turísticas, que tras consolidar el auge atraviesan una etapa de declive debido al deterioro del atractivo turístico.

Este ciclo parece ineludible si no se toman medidas correctoras para evitar que un recurso limitado no renovable, como es el atractivo turístico basado en la naturaleza, sea desgastado y deteriorado hasta perder su valor, por un desarrollo no sustentable de la actividad económica y del crecimiento urbanístico consecuente. Si bien San Carlos de Bariloche parece estar lejos de alcanzar la etapa de declinación, el desarrollo acelerado de la ciudad puede activar este proceso.

En la actualidad, el carácter del turismo nacional y extranjero, manifiesta preferencias con aquellos Destinos respetuosos del medio ambiente y la diferenciación de los servicios. Así, un modelo de crecimiento turístico que no se base en la calidad, la preservación y el respeto a los atractivos arquitectónicos y naturales, sencillamente no tiene futuro.

Atendiendo a que el grueso de la actividad económica de la ciudad y de la región, y en buena medida de la provincia, dependen de la actividad turística, y

teniendo en cuenta los impactos profundos de esta actividad sobre el territorio, el objetivo general de esta investigación es cuantificar el sector turístico, determinando su posible desarrollo.

El turismo es uno de los principales determinantes del desempeño económico de la ciudad y de la provincia. La gran mayoría de los servicios y también la actividad manufacturera de la región están estrechamente relacionadas con la afluencia de turistas, que le brindan un soporte relevante a la demanda local.

En particular la construcción se ve impulsada por la actividad turística, no solamente en inversión directa en el sector sino también producto del crecimiento demográfico de la ciudad. En efecto, el crecimiento extensivo de la inversión inmobiliaria en Bariloche, no solo ha sido impulsado por determinantes comunes al resto del país, sino que también fue estimulado por elementos propios de la región.

El turismo es un eje transversal que atraviesa gran parte de las actividades económicas de la ciudad de San Carlos de Bariloche. La contaminación biológica, visual y sonora son resultados difíciles de evitar cuando se combinan, un recurso escaso, como es el paisaje por un lado, con un uso irresponsable de la actividad económica. La contaminación creciente del agua del lago Nahuel Huapi es una muestra de las consecuencias indeseables del carácter extensivo de la ciudad.

El enorme atractivo turístico de la ciudad y su entorno, es un disparador de múltiples mecanismos que pueden destruir las cualidades turísticas que le dieron origen. Este ciclo afecta sobre todo a regiones que combinan un gran atractivo paisajístico y arquitectónico con un crecimiento de la actividad sin control ni dirección.

En cierta medida, el paisaje, el lago, los edificios históricos, son recursos no renovables, porque una vez que están deteriorados es casi imposible recuperar el valor inicial.

Ejemplos de estos itinerarios son el uso extensivo del suelo en las sierras Cordobesas, que prácticamente han perdido sus atractivos paisajísticos y han

cambiado su actividad económica, o modelo de gestión desde una función original como recurso turístico, a la función de segundas residencias.

El crecimiento de Mar del Plata, la ciudad Balnearia, experimentó desde mediados de los 50 de un crecimiento inmobiliario que a la larga modificó su modelo turístico hacia una ciudad Balneario de masas. Pero también es un ejemplo la recuperación de Mar del Plata a fines de los '90, ejemplo que se cita en foros internacionales, cambiando el modelo a una oferta hotelera que le permite renovar su carácter de turismo de masas y continuar siendo el Balneario de Buenos Aires. El turismo es responsable del desarrollo económico de la ciudad y en gran medida, también de la provincia.

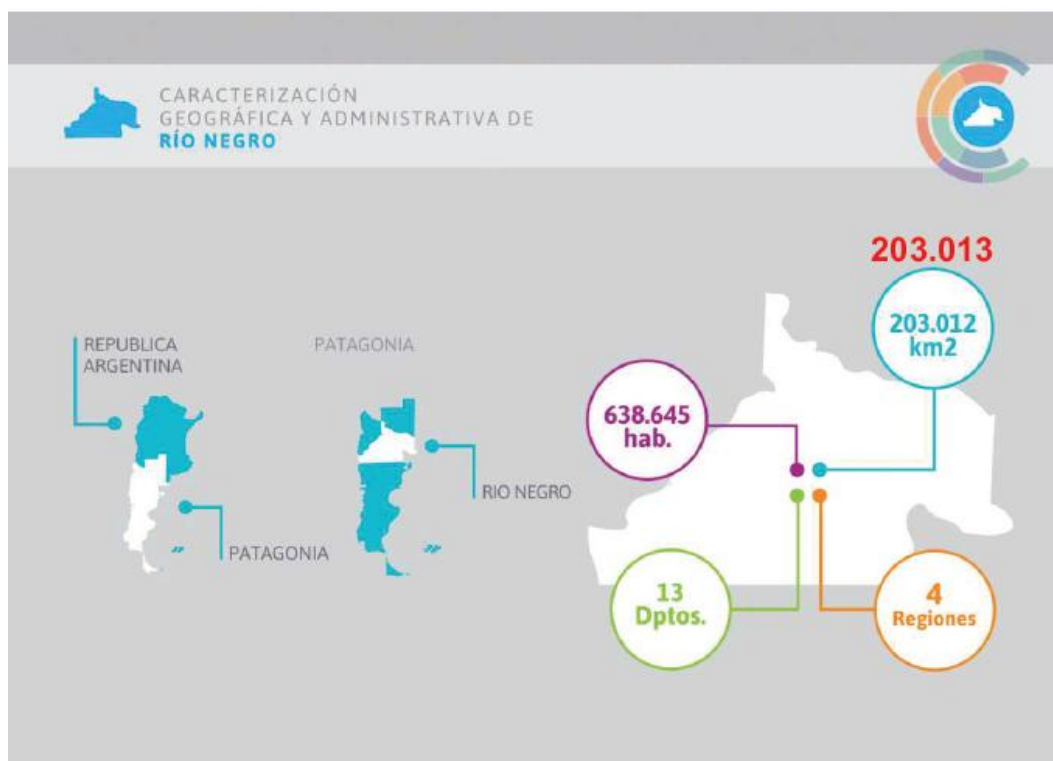
Durante el desarrollo de las actividades del proyecto surgieron una serie de inconvenientes que provocaron la modificación el cronograma de las actividades propuestas. Se decidió comenzar por El Bolsón por su importancia como Destino turístico y por su cercanía a Bariloche. Sin embargo la Municipalidad tenía previstas una serie de acciones, algunas en desarrollo, que impedían su incorporación al proyecto. Por otra parte la oferta de alojamiento está constituida en su mayor parte por campings que por su heterogeneidad no permiten ser tomadas como unidad estadística.

El segundo Destino turístico de la provincia por su importancia y cantidad de turistas, es Las Grutas, que prácticamente carece de hoteles. Los alojamientos son provistos por casas o departamentos alquilados por sus propios dueños cuando ellos no los utilizan. Además existen una gran cantidad de inmuebles no registrados. Este proceso es muy parecido al que sufrió Mar del Plata por motivos similares.

Además la mayoría de los municipios de la provincia tienen muy poco personal en las oficinas de turismo, en general son unipersonales. Ante esta situación se decidió tomar como ejemplo la metodología de Bariloche que cuenta con personal idóneo que podría prestar asistencia técnica en el futuro a los municipios que lo soliciten. Se espera que el resto de las ciudades de la provincia en la medida que crezcan su oferta turística, apliquen e implementen la misma metodología.

## I - LA PROVINCIA DE RIO NEGRO

### Grafico N° 1 Características de la Provincia de Rio Negro



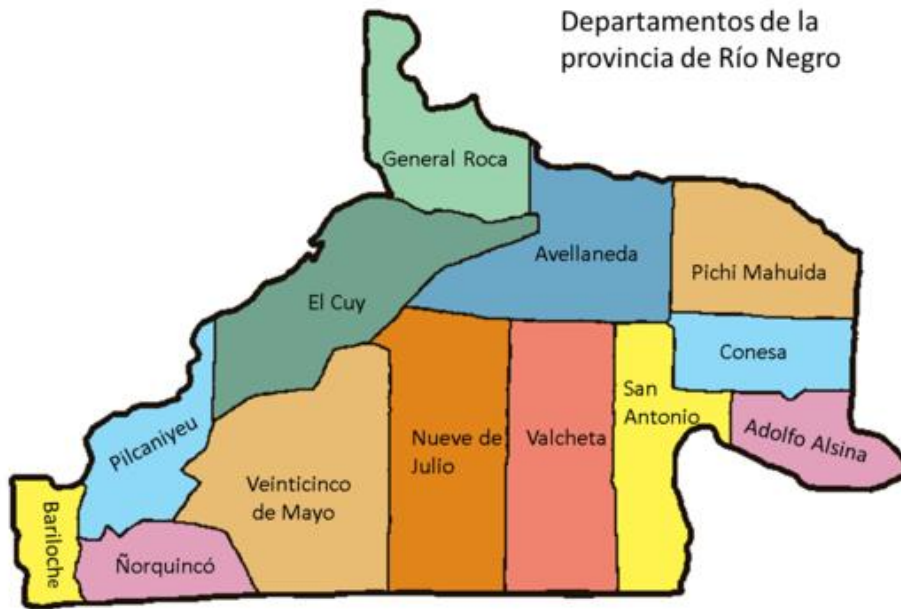
Fuente Plan estratégico Turístico Sustentable 2016-2010 Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes

Río Negro es una de las seis provincias que integran la Región Patagónica de Argentina. Posee una superficie de 203.013 km<sup>2</sup>, con diversidad de paisajes, relieves, climas y culturas; y por ende una gran diversidad actual y potencial para el desarrollo del turismo.

La población de Río Negro es de 638.645 habitantes según el Censo 2010 del INDEC.

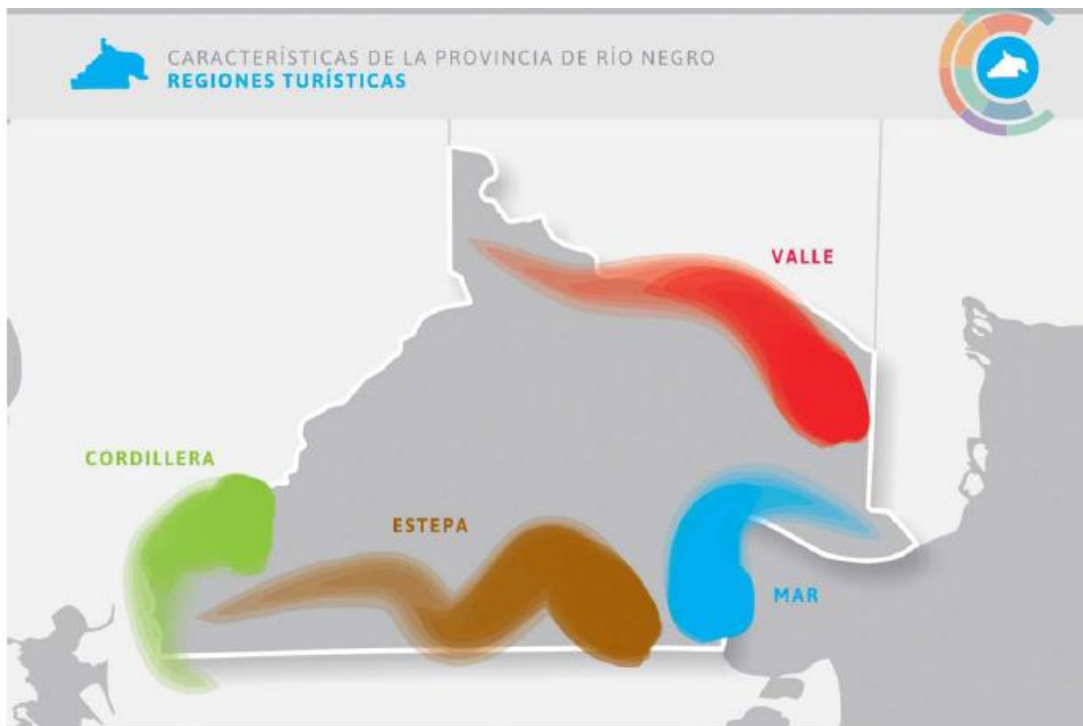
La Provincia se encuentra políticamente dividida en trece (13) departamentos

**Grafico N° 2**



Y cuatro (4) regiones turísticas definidas: Cordillera, Valles, Estepa y Mar.

**Grafico N° 3 Regiones Turísticas**



Fuente Plan estratégico Turístico Sustentable 2016-2010 Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes

## **Región Cordillera**

Abarca desde San Carlos de Bariloche hasta El Bolsón, incluyendo al Valle de El Manso y está caracterizada por el bosque andino Patagónico y lagos de origen glaciario, incluido el Parque Nacional Nahuel Huapi.

Es escenario para actividades al aire libre, con gran variedad de servicios turísticos y destacada gastronomía regional.

En invierno es apropiado para la práctica de actividades en la nieve en distintas modalidades, mientras que en la temporada estival es apta para numerosas formas de turismo activo. etc.

El microclima de El Bolsón es propicio para el cultivo de frutas finas y lúpulo, que caracterizan su gastronomía. Desde el punto de vista cultural, la región posee varios museos, numerosos acontecimientos programados y gran variedad de artesanos y artistas.

## **Región Valles**

Los Valles de los ríos Negro, Colorado y Neuquén son zonas de producción frutihortícola, agricultura intensiva bajo riego y ganadería. Ríos anchos y caudalosos, canales de riego y producción de manzanas, peras, vinos y frutos secos de reconocimiento mundial, muestran un paisaje que es obra de la naturaleza unida al esfuerzo transformador del hombre.

El agroturismo, la oferta cultural, los acontecimientos deportivos, sitios paleontológicos y la fe de los peregrinos que visitan el Parque del Beato Ceferino Namuncurá, tienen espacio en los Valles del río Negro.

## **Región Sur**

La zona Centro - Sur de Río Negro se caracteriza por grandes superficies de paisaje ondulado, con mallines, lagunas y arroyos temporarios, vegetación baja y por la presencia del Área Natural Protegida Meseta de Somuncura que protege especies de flora y fauna, endémicas, manantiales, cráteres, cerros y cuevas, pinturas rupestres y un importante patrimonio paleontológico.



En toda la región se puede aprovechar servicios de turismo rural en grandes estancias o establecimientos pequeños, donde los anfitriones ofrecen gastronomía, alojamiento y actividades turísticas.

### **Región Mar**

El litoral marítimo de Río Negro presenta playas solitarias, Áreas Naturales Protegidas, altos acantilados, campos de dunas, costas de restingas de grandes dimensiones.

Lobos marinos, ballenas, delfines y una diversidad de aves, aguas templadas y vida submarina en el Golfo San Matías, son atractivos para el turismo que visita las villas marítimas de Las Grutas, Playas Doradas y El Cóndor.

Complementan la oferta el patrimonio histórico de Viedma, Capital de la Provincia de Río Negro y Capital Histórica de la Patagonia, y San Antonio Oeste que poseen museos y edificios históricos.

### **Grafica N° 4 Infraestructura y comunicaciones**



Río Negro cuenta con una importante red de rutas y caminos que conectan toda su superficie y sus poblaciones. Las ciudades de San Carlos de Bariloche y Viedma disponen de aeropuertos operables con vuelos regulares. En cuanto a infraestructura ferroviaria, se destaca el Tren Patagónico como transporte de

personas, uniendo la ciudad Capital Viedma con San Carlos de Bariloche y todas las localidades intermedias de la Región Sur.

Sus ciudades más importantes son San Carlos de Bariloche, General Roca, Cipolletti y su capital, Viedma.

## **2 - ANÁLISIS DE DIFERENTES METODOLOGÍAS ESTADÍSTICAS EN TURISMO**

A nivel nacional el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) juntamente con la Secretaria de Turismo de la Nación (SECTUR) realizan la Encuesta de Turismo Internacional (ETI) que tiene por objetivo medir el flujo y el gasto de los viajeros residentes y no residentes en el país. Estos entes también realizan la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) en diversas ciudades en la cual se relevan datos de oferta y demanda turística. A nivel local se realizan otras encuestas como la de Ocupación de Camping, Perfil y Gastos del Turista, de Turismo Estudiantil y de Coyuntura Hotelera, con similares objetivos.

A nivel internacional se investigaron varios países y la Organización Mundial del Turismo (OMT) que se presentan a continuación.

### **2.1 Revisión de las Estadísticas en Turismo**

Teniendo en cuenta que el turismo es el sector de la economía que más crece en la economía mundial, la importancia de contar con estadísticas de turismo, se funda en que permite tener información fiable para la toma de decisiones, la Organización Mundial de Turismo compila sistemáticamente estadísticas de turismo de países y territorio en todo el mundo.

Según sus recomendaciones (ONU, OMT, 2000,5) *“los datos deberían ser comparables en el tiempo, dentro del mismo país, comparables entre países y comparables con otros ámbitos de actividades económicas”*, por lo que para lograr continuidad y comparabilidad este tipo de estimaciones deben ser organizadas por parte del Estado Nacional. Pero a su vez este sistema implica una continuidad conceptual y temporal para que las estimaciones sean eficientes. (Dominé, 2002) (Oliva, Miguel; Oliver, Rodrigo, 2004).

La vinculación de un sistema de estadísticas de turismo se centra en la aplicación para su utilización de las cuentas satélites de turismo. “De hecho, la Cuenta Satélite de Turismo<sup>1</sup> proporciona el marco conceptual y la estructura orgánica para la conciliación de la mayoría de las estadísticas de turismo dentro del sector y con otras estadísticas económicas.

Desde esta perspectiva, se debería considerar un instrumento para ayudar a los países a identificar lagunas en los datos, y para proporcionarles orientación tanto en la revisión de las fuentes de datos existentes como en el desarrollo de nuevas fuentes”. (ONU, OMT, 2010, 7).

Como recomendación general la OMT propone la creación de una plataforma interinstitucional encabezada por la Administración Nacional de Turismo del país, la Institución Nacional de Estadística, el Banco Central, aquellas entidades públicas que puedan estar involucradas con la Cuenta Satélite de Turismo, así como las cámaras y empresas del sector.

En las Recomendaciones citadas, se menciona en el apartado 9, (pág. 87 y ss) la calidad que debe tener la información recabada, poniendo foco entre otras variables en la exactitud de las estadísticas.

Teniendo en cuenta que la exactitud puede caracterizarse en términos de errores en las estimaciones, con el error sistemático y la varianza (error aleatorio). Por eso en el caso de las estadísticas basadas en encuestas por muestreo, la exactitud puede medirse utilizando indicadores como la exhaustividad de la cobertura y los errores de muestreo, los errores producidos por ausencia de respuestas, los errores de respuesta, de procesamiento, etc.

También la exactitud debe medirse en las estadísticas basadas en procedimientos administrativos, por ejemplo los controles fronterizos.

---

<sup>1</sup>La CST es un instrumento estadístico diseñado para medir bienes y servicios de acuerdo con normas internacionales sobre conceptos, clasificaciones y definiciones, que permitirá establecer comparaciones validas con otras industrias y, entre un país y otro y entre grupos de países. Esas medidas podrán compararse también con otras estadísticas económicas internacionalmente reconocidas. (OMT, 2000)

La exactitud, entendida en un sentido amplio, podría evaluarse con referencia a la validez, la fiabilidad y la precisión.

La *validez* hace referencia a si un instrumento o concepto para la recopilación de los datos capta realmente lo que debe medir. La validez está influida por fuentes potenciales de errores sistemáticos en los datos que sobreestiman o subestiman constantemente los valores reales.

La *fiabilidad* de los datos hace referencia a la capacidad del instrumento o la fuente de los datos para producir, o no, resultados coherentes en circunstancias idénticas, con independencia de su usuario.

La *precisión* hace alusión a un aspecto de la notificación de los datos, o de las estadísticas o índices elaborados a partir de datos originales, y no es, en sí misma, una cualidad intrínseca de los datos originales.

A partir de estas notas metodológicas y de recomendaciones que realiza la ONU junto a la OMT, se puede analizar como se encuentra nuestro país en relación al sistema Estadístico de Turismo, y como se posiciona Bariloche al respecto.

Se puede observar en las Notas Metodológicas de la 17 edición del Anuario Estadístico de la OMT<sup>2</sup> que la Argentina a partir del 2013 a cambiado de metodología, por lo cual los datos no son compatibles con años anteriores, se continúa con la encuesta de ocupación hotelera (EOH), continuando con la Encuesta de Gasto en el Hogar sobre viajes y turismo (EVyTH), el cambio de metodología se centra en el análisis del empleo en el sector, (desde el 2010) ya que antes se tomaba sobre 32 clúster urbanos, mientras que a partir de ese año están basados en múltiples fuentes que proveen información sobre el empleo en todo el país, cabe señalar que la clasificación incluye empleados estatales y privados, formales e informales.

---

<sup>2</sup>Methodological Notes to the Tourism Statistics Database, 2016 Edition ISBN(electronic version): 978-92-844-1854-1

Continuando con el anuario estadístico de la OMT del año 2019<sup>3</sup>, se observa como nuestro país volvió a cambiar de metodología en el año 2016, por lo cual nuevamente la información no es compatible con años anteriores, centrándose el cambio en la Encuesta de Gasto en hogares, donde ahora se proyecta a toda la población.

La Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH,<sup>4</sup> llamada internacionalmente Encuesta de Gasto en Hogares), obtiene los resultados relativos al turismo interno. Es un operativo estadístico de carácter continuo, desde el año 2012<sup>5</sup>, realizado por el Ministerio de Turismo de la Nación (hoy Secretaría de Turismo de la Nación).

Esta Encuesta tiene como objetivo medir la evolución de los viajes realizados por las personas integrantes de hogares particulares residentes en Argentina. En cada hogar contactado se indaga por los viajes turísticos (con pernocte y sin pernocte) realizados por los integrantes del hogar en los dos meses calendario anteriores al mes de realización de la encuesta, y se solicita información socio demográfica y económica que permite caracterizar a los turistas, a los excursionistas y también a quienes no realizan viajes turísticos.

Para la EVyTH, el entorno habitual se define como el radio de 40 km. (en el caso de los residentes en el AMBA) / 20 km. (en el resto del país) desde el lugar de residencia más todos los lugares ubicados fuera de dicho radio que son visitados una o más veces por semana.

Mensualmente se entrevistan telefónicamente unos dos mil quinientos hogares particulares residentes en las capitales de todas las provincias argentinas y en los aglomerados urbanos que no son capitales, pero cuya población es superior a los cien mil habitantes. Sumados, ambos casos concentran actualmente

---

<sup>3</sup>Organización Mundial del Turismo ( 2019 ), *Notas metodológicas de la base de datos de estadísticas de turismo, edición 2019*, OMT, Madrid, DOI : <https://doi.org/10.18111/9789284420476>

<sup>4</sup>[5ad66590815e6574002378.pdf](https://doi.org/10.18111/9789284420476)

<sup>5</sup>El MinTur, junto con el INDEC, realizó este estudio por primera vez en el año 2006, aunque se trató de un estudio puntual, sin continuidad en el tiempo.

alrededor del 62% de la población total del país<sup>6</sup>(unos 27,2 millones de personas frente a un total de población nacional de 44 millones proyectado para el año 2017).

Los resultados mensuales surgen de una muestra de alrededor de cinco mil hogares residentes en las capitales de todas las provincias argentinas y en los aglomerados urbanos que no son capitales, pero cuya población es superior a los cien mil habitantes: ambos casos concentran actualmente casi dos tercios de la población total del país.

El universo contemplado replica la cobertura de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH), relevada por el INDEC. Los resultados de anticipo o preliminares del mes siguiente se estiman sobre una muestra de dos mil quinientos hogares.<sup>7</sup>

La encuesta cuenta con ventajas como que capta a todos los visitantes, independientemente de las características de sus viajes (a diferencia de las encuestas en destino, que suelen estar sesgadas hacia quienes se alojan en establecimientos hoteleros, que viajan por ocio y/o que prolongan su estadía por varias noches, etc.; o de los estudios de ocupación hotelera, que, por definición, solo captan el movimiento registrado en los establecimientos hoteleros y para hoteleros contemplados en la definición de su universo de estudio) y la entrevista se realiza luego de la finalización del viaje.

A su vez es necesario tener presente una serie de limitaciones: Si bien a partir del año 2017 los resultados se extrapolan a toda la población, teniendo datos provinciales estos no se desagregan por ciudades, en el caso que nos ocupa, en la provincia de Río Negro se tomaron datos en General Roca, Viedma y

---

<sup>6</sup> 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.

<sup>7</sup> Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares Secretaria de Desarrollo y Promoción Turística Dirección Nacional de Mercados y Estadística- 5ad66480ec49a549549617.pdf

Bariloche (Operativo 2018).

También, se debe considerar que la EVyTH clasifica a los visitantes en función de su destino principal. En aquellos casos en que el turista haya pernoctado en dos o más localidades durante su viaje, se determina como principal el destino en que pasó más noches (en caso de igualdad, donde realizó el mayor gasto y, en caso de persistir la indefinición, el último visitado). Por otra parte, al clasificar por destino principal, la EVyTH no capta la "parte interna" de los viajes emisivos.

Por ejemplo, si un residente en Bariloche viaja a Buenos Aires y se aloja una noche allí, para el otro día tomar un vuelo rumbo a Europa, ese viaje interno no quedará registrado en la EVyTH puesto que el destino principal del viaje se ubicó fuera del territorio nacional. Esta metodología, afecta de alguna manera la información sobre el gasto turístico y sobre la estadía total del viaje, ya que los destinos intermedios no están computados, por lo cual el gasto y la estadía se informan sobre el total del viaje.

Como se ha podido observar para poder planificar el desarrollo turístico de nuestro país y en particular de la provincia de Río Negro y de la ciudad de San Carlos de Bariloche se necesita contar con información objetiva, confiable y fundamentalmente periódica, sin tener lagunas de datos en periodos de tiempo.

Esta información no debe provenir de una única fuente, sino que represente la transversalidad que posee el turismo per se. Por lo que se hace imprescindible contar con todas las fuentes de información más allá de las encuestas que se realizan en la ciudad, se deberá contar con información de la ETI (Encuesta de Turismo Internacional), la EVyTH desglosada por ciudades y la utilización de Registros Administrativos (RA) como fuente secundaria de información para la elaboración de estadísticas tendientes a la medición del Turismo en las jurisdicciones provinciales y municipales del país.

En este sentido, internacionalmente se ha remarcado la importancia que los mismos poseen, ya que: *la "... experiencia confirma, la necesidad de promover el uso de fuentes administrativas asociadas a los controles en frontera y los*

*flujos de transporte, entre otras razones, porque es imposible desarrollar un Sistema de Estadísticas de Turismo y las Cuentas Satélite basándose exclusivamente en encuestas...". (IEF/2006).*

Por otra parte La Organización Mundial del Turismo (OMT) recomienda la utilización de los RA como una de las fuentes secundarias principales, junto a las encuestas, para la producción y elaboración de estadísticas tendientes a la medición del Turismo.

En este sentido, resalta el hecho de que las estadísticas basadas en RA suelen ser subproductos de los procesos administrativos. Asimismo, enuncian que con frecuencia se basan en operaciones continuas, por lo que pueden ser una fuente útil de estadísticas constantes y longitudinales.

Sin embargo, se reconoce el hecho de que los RA también pueden tener algunos inconvenientes, como una cobertura y contenido limitados, conceptos y definiciones inflexibles, falta de exhaustividad, incoherencias y un acceso limitado debido a restricciones legales o administrativas (OMT, 2010).

A pesar de reconocer la importancia que los RA poseen para la confección de información estadística, no suelen hallarse recomendaciones en cuanto al procedimiento metodológico a aplicar en la búsqueda de la conversión de la información administrativa en información estadística. Por tanto, cada país se encuentra a cargo de la confección del procedimiento metodológico a aplicar a fin de realizar una óptima conversión de la información.

Uno de los puntos principales a analizar es la metodología de la toma de datos tanto en la Encuesta de Perfil y Gasto Turístico, como en la Encuesta de Ocupación Hotelera, que a través de distintas aproximaciones con los secretarios de turismo de las ciudades de la Provincia de Río Negro no cuentan con una sistematización de los mismos, ni con el personal suficiente para encarar estos operativos.

En cuanto a la metodología de recolección de datos en las encuestas turísticas es fundamental encontrar una metodología estadística que unifique dichos criterios.



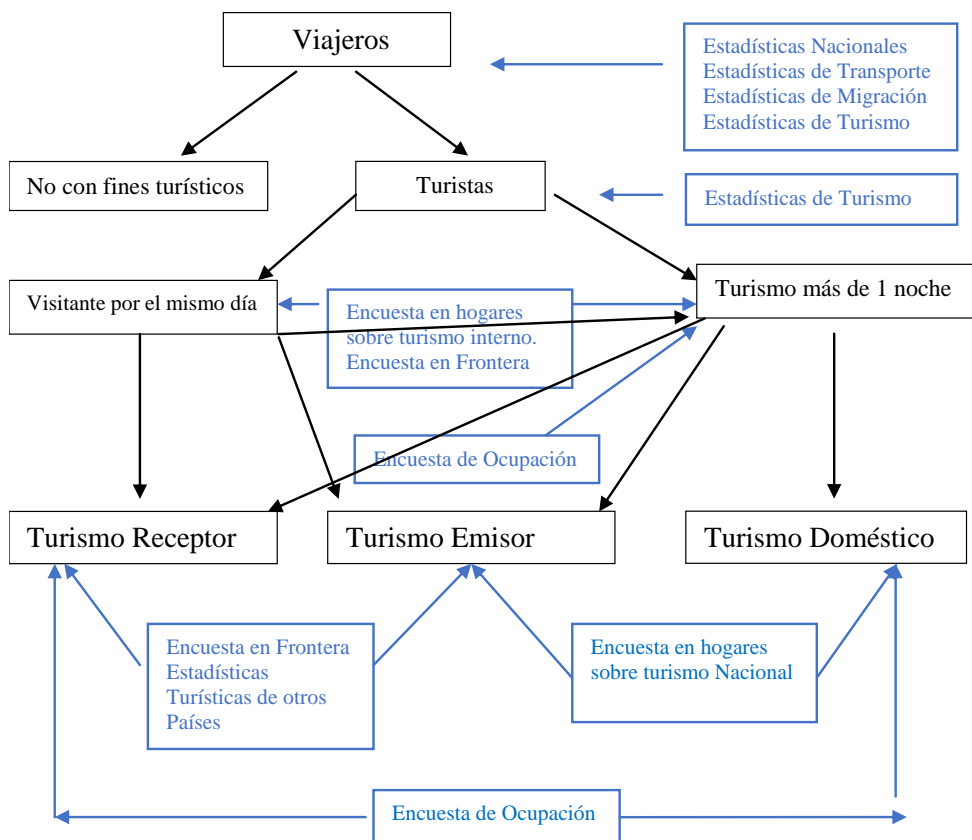
## 2.2 Experiencia Internacional y Nacional

A continuación se expondrán diversos ejemplos de metodologías para la toma de datos en las encuestas turísticas.

### 2.2.1 EUROSTAT – UE

En base al “Methodological manual fortourismstatistics” de Eurostat – 2013 - v.2.1, se puede observar un esquema básico sobre la posible captura de turistas y visitantes para la toma de encuestas, en los países de la Unión Europea.

**Figura N° 5 “Methodological manual fortourismstatistics” de Eurostat**



Como se puede observar el sistema estadístico turístico, que propone la UE para sus miembros, posee un entramado de diversas fuentes que nutren la información necesaria para que el mismo integre las cuentas satélites de turismo, de cada país.

El Manual de Metodología Estadística de Turismo, de la Agencia de Estadística de la UE (Eurostat), se centra en las Encuestas en Hogares sobre viajes y turismos, en los residentes de cada país de la comunidad. Para lo cual señala diferentes diseños de muestras, por ejemplo:

- Muestreo estratificado simple
- Muestreo por grupos en 2 etapas
- Muestreo por grupos en 3 etapas
- Muestreo estratificado sistemático
- Muestreo estratificado en puertos/aeropuertos
- Muestreo Sistemático de pasajeros (en arribos o partidas)

Teniendo en cuenta cual es la unidad estadística se determinará el tipo de muestreo y el número de casos que contenga la misma.

Tomando como ejemplo el caso español, la Encuesta de Turismo de Residentes<sup>8</sup>, toma como unidad estadística a la población residente en vivienda familiar principal, de 15 años a más en todo el territorio español. El periodo de estudio es de un mes, proporcionando estudios trimestrales y anuales, como en el caso de la estimación de gasto turístico que es anual, hasta ese momento.

El muestreo es bietápico estratificado aleatorio, donde la 1ª etapa se estratifica por las secciones censales, y la 2ª por los huecos de la sección, calculando una muestra de 13200 personas, donde el periodo retrospectivo de los viajes es de 2 meses anteriores al mes de la entrevista. Como metodología se aplicó CATI(ComputerAssistedTelephone Interview) (teniendo el número de teléfono de las viviendas).

---

<sup>8</sup> Encuesta de Turismo de Residentes (ETR/FAMILITUR) Metodología. Instituto Nacional de Estadística Español – Marzo 2016 ([www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu)).

En cuanto a la recolección de datos, las entrevistas cara a cara, por teléfono, a través del correo, y de páginas web, son todas posibles técnicas, priorizando las características socio demográficas de la muestra. Las entrevistas cara a cara se recomiendan especialmente cuando la tasa de penetración del teléfono es baja, pero siempre se prefieren estos métodos antes que el postal, porque en ambos la interacción entre el encuestador y el encuestado es fundamental para tener una tasa alta de respuestas.

Cabe destacar que la UE estandarizó el modelo de cuestionario tanto para turismo internacional como nacional, para que los países comprendidos en la comunidad lo adopten.

En el estudio “Feasibility Study on the use of Mobile Positioning Data for Tourism” (Ahas, Rein; Amoogun, Jimmy; Esko, Esko, Siim, 2014), encargado por Eurostat, se propone la utilización de la información provista por los celulares como una forma de recolección de datos con fines turísticos.

La ge localización de los celulares permite hoy contar con información en tiempo real, más completa y con un costo más barato.

La estadística en turismo es una de las áreas donde se observan claras oportunidades para la recolección de datos a partir de los celulares, con las limitaciones inherentes a la privacidad de las personas y el uso de esa información.

El uso del roaming tanto nacional como internacional permitiría a partir de la información suministrada por los operadores de telefonía celular, registrar el movimiento turístico con mayor precisión, teniendo en cuenta las reservas metodológicas del caso.

Como fortalezas, el trabajo señala, la consistencia de la información respecto al número de viajes con las noches de alojamiento registradas, sobre la información basada en la metodología tradicional. Como también hay un mayor

registro de los viajes nocturnos y los registros de alojamiento (cubre viajes y alojamiento no pagos).

Por otra parte se puede desglosar mejor la información tanto por región o países. A su vez se pueden identificar información específica como destinos intermedios, repetición y frecuencia de visitas, como la posibilidad de registrar estadísticamente el movimiento entre fronteras. Sumado a estas ventajas la posibilidad de implementar estadísticas casi a tiempo real, y automatizar el proceso estadístico (big data).

En cuanto a las debilidades citadas en el estudio, se observan fundamentalmente la complejidad en acceder a la información provista por los Operadores de Celulares y las cuestiones de privacidad que el uso de esa información conlleva.

También existe una relativa pérdida de información del viaje como el gasto turístico, el tipo de alojamiento y transporte usado, (que se podría subsanar a partir de la incorporación del blockchain).

Otro aspecto, es el sesgo en algunas clasificaciones debido a la naturaleza de la información, como por ejemplo subestimar la cantidad de viajes por la desinformación en los viajes nocturnos, o las variables cualitativas cuando no se interpreta el propósito del viaje. Se suman a estas desventajas, sobre o subestimar el uso de celulares, ya que algunos turistas pueden tener el celular sin roaming, ni geolocalización, o utilizar más de un celular o más de un operador.

Como se puede observar nuevas tecnologías pueden aplicarse al sistema estadístico turístico, hoy es un requisito para todo destino turístico contar con información de calidad y en tiempo real, solo así se podrá planificar y elaborar estrategias para el desarrollo del destino.

La aplicación de nuevas tecnologías supone un desafío para los sistemas estadísticos de los países, pero esta adopción tiene que ser prioritaria.

### 2.2.2 Gran Bretaña<sup>9</sup>

La encuesta Internacional de Turistas (en su sigla en Ingles IPS), desarrollada por la ONS (Office forNationalStatistics) produce estimaciones basadas en encuestas estratificadas al azar simple por conglomerados, a turistas arribando y saliendo del Reino Unido, tanto en medios aéreos, por túnel, o rutas marítimas. Las principales variable de estratificación son el medio de transporte (aéreo, túnel o mar), puerto y hora del día.

La frecuencia de la muestra en cada estrato depende mayormente de la variación del gasto y del volumen de migrantes, para lo cual el sondeo es solo usado con fines estadísticos, por lo que son anónimos.

Para recabar la información de turistas no residentes, los pasajeros que pasan por el control aduanero, son seleccionados al azar, encuestando a 289.000 casos en el 2015. Solo las entrevistas llevadas a cabo al final de la visita, son utilizadas para estimar el gasto y la estadía.

De esas entrevistas, alrededor de 45.000 proveyeron la información sobre turistas extranjeros en el Reino Unido y alrededor de 61.000 fueron utilizadas para estimar los residentes que viajan al exterior. Las entrevistas son voluntarias y anónimas.

Cerca del 95% de los viajeros entrando y saliendo del Reino Unido (excluyendo aquellos que viajan por tierra desde o hacia la republica de Irlanda) sus viajes son cubiertos por la encuesta. El resto, son viajeros que viajan de noche donde no se realiza el sondeo o son rutas muy pequeñas para ser cubiertas por el mismo.

---

<sup>9</sup><https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/leisureandtourism/methodologies/internationalpassengersurveyqmi>

En los aeropuertos principales se realiza una muestra de medio día, ajustada a la proporción de pasajeros que son entrevistados, en aeropuertos más chicos la muestra es tomada ocasionalmente dependiendo del número de pasajeros internacionales.

Para los viajes aéreos la muestra incluye todos los aeropuertos de UK donde el tráfico sea importante, mientras que los grandes aeropuertos como Heathrow, Gatwick, Birmingham y Manchester las muestras son estratificadas por terminal. Aeropuertos con menos de 500.000 pasajeros por trimestre son excluidos de la encuesta, pero el tráfico se compensa por el peso estadístico.

La muestra también se toman en las rutas marítimas con 50.000 pasajeros al año, en particular en el cruce del canal, la muestra se ajusta a la proporción de pasajeros embarcados, mientras que los pasajeros son encuestados en el muelle en algunos puertos mientras embarcan o desembarcan, mientras que en otros puertos las entrevistas son llevadas a cabo embarcados mientras se navega.

La elección entre las dos formas de entrevistar depende de la practicidad, la seguridad y los permisos de la compañía de ferrys. Cuando se realiza entrevistas en los muelles, los distintos números de saltos se reparten según el día de la semana, diferentes horarios entre cada trimestre, cubriendo cada turno diversas navegaciones. Para las entrevistas que se realizan embarcados, cada ruta es adjudicada a cierto número de cruces, y están son repartidas en diferentes horarios, días de la semana en cada trimestre. La ruta mas muestrada es la de Dover-Calias donde se toman las muestras en cerca de sus 200 navegaciones por año.

Aquellos residentes del Reino Unido que dejan un crucero en un puerto extranjero y retornan por aéreo o por mar, (aéreo-crucero), están incluidos en el IPS. La información del número de pasajeros en cruceros arribados al Reino Unido es estimada en número de visitas, duración de la estadía, y gasto.

En cuanto a los pasajeros de los trenes Eurostar los métodos de muestreo son similares a los usados por los viajes en avión, selección por horarios, y sub muestras utilizando muestras al azar. Por el contrario el muestreo realizado a

vehículos en el Eurotunnel, es una muestra al azar, cuando se cruza, y se realizan entrevistas a bordo de los vehículos.

La recolección de datos para la IPS, son entrevistas cara a cara con los pasajeros que pasan por los puertos y rutas que conectan el Reino Unido.

La metodología del IPS se basa en 700.000 a 800.000 entrevistas al año, de las cuales 250.000 son usadas para estimar el perfil OTT.

Un muestreo de dos etapas (bistático) es diseñado para muestrear tanto en el puerto o en una ruta en un día dado y dentro de un período dado del día (esto se conoce como un "turno"), y dentro del turno, ciertos pasajeros que pasan a una línea de entrevista y son elegidos aleatoriamente y sistemáticamente para la entrevista a intervalos fijos.

Por ejemplo en los viajes aéreos hay un turno a la mañana (06:00 a 14:00 hs.) y otro a la tarde (14:00 a 22:00 hs.) Sin encuestar en los horarios de 22:00 a 06:00 ya que no hay tráfico aéreo, y en cada turno hay una muestra, pero para los viajes marítimos y por túnel las muestras pueden saltarse de turno o cruzarse, dependiendo donde las entrevistas se realicen, como se mencionó dentro de cada turno se lleva a cabo una muestra al azar de pasajeros para desarrollar las entrevistas.

Cada uno de los pasajeros contactados en la primera etapamuestral, es monitoreado para saber si es migrante, si lo fuera debe responder preguntas específicas sobre migración, en el caso que no fuera no debe responder preguntas.

La segunda etapa muestral se emplea para determinar una sub muestra de visitantes, con preguntas relativas a viajes y turismo.

En un ejemplo en el que la tasa de muestreo de la primera etapa en un turno es 10 y la tasa de muestreo de la segunda etapa es 40, 3 de cada 4 pasajeros, se analizan solo para ver si están migrando, mientras que la cuarta se analiza para la migración y es entrevistado sobre su visita desde un punto de vista de viajes y turismo.

Los pasajeros que son seleccionados para ser entrevistados y que completan la totalidad de las encuestas son clasificados como completados. Algunos encuestados dan poca información, a lo cual son clasificados como mínimos. Los pasajeros que se niegan a responder son clasificados como no encuestados. Estas clasificaciones determinan el como se tabulará la información.

La base de datos del IPS estará conformada por el total de encuestados tanto en los diferentes puertos como en rutas, equilibrándose a partir de la cantidad de tráfico de pasajeros que hayan pasado a través de un puerto o una ruta, en un periodo de tiempo dado.

Esa información está dada por la Autoridad Civil de Aviación (CAA), el Departamento de Transporte, Eurostar, Eurotunnel, La autoridad Británica de Aeropuertos (BAA) y los mismos aeropuertos.

### **2.2.3. RIMINI, ITALIA**

La premisa de la región de Rimini es que para tener un sistema turístico de excelencia, debe tener un sistema estadístico de calidad. Por esa razón en el 2009, presentó junto con el Ministerio de Turismo el Proyecto TOWER (Turismo on web Rimini), una aplicación web para gestionar la estructura de arribos de pasajeros en los alojamientos de la ciudad.

Este sistema simplifica el empadronamiento obligatorio que deben cumplimentar los turistas, disminuyendo el sesgo estadístico y mejorando la calidad de los datos

Apoyados por la tecnología informática, capta el dato de donde proviene, en el check in del pasajero, creando un flujo informativo que bien seleccionado y direccionado puede ser utilizado en tiempo real en más de un contexto, más allá de articular y satisfacer el sistema turístico local con las estadísticas

Este modelo posee una estructura que se adecua a las normas elaboradas por los Entes estadísticos del país y de la Unión Europea. La aplicación es



amigable para los establecimientos hoteleros, y permite elegir la modalidad mas conveniente para cada una de las organizaciones.

Por ejemplo en recepciones que no cuenten con software de gestión sino que solo estén equipadas con una conexión a Internet, pueden llenar una forma especial computarizada que permite al huésped registrarse y presentar la tarjeta de alojamiento para las distintas autoridades y compartir sus datos con la Ofical Provincial de Estadística

Mientras que para aquellos alojamientos que poseen su propio software de gestión pueden enviar datos al sistema TOWER, a través de su aplicación de gestión, que se actualiza en base a las especificaciones acordadas con la Oficina de Estadísticas de la Provincia de Rimini.

Experimentar con el sistema sirve para evaluar si el nuevo proceso de generación de estadísticas se puede aplicar a todo el país. Sirve de apoyo para brindar información a los sistemas turísticos locales, como que también es útil para otros contextos de información y análisis como la sostenibilidad del territorio, la movilidad, protección civil, etc.

Este sistema permite un profundo conocimiento de los mercados de referencia, en tiempo y modalidad funcionales a las organizaciones turísticas y a las organizaciones gubernamentales.

Entre las ventajas que se observan se citan:

- La activación de un canal directo de comunicación entre los operadores turísticos y la administración pública, que también puede ser utilizado por otros entes, u organizaciones turísticas.
- Estandarizar el software para que todas las empresas tomen los mismos datos y se pueda unificar la información.
- Ampliar el contenido informativo de la demanda turística para el sistema local. Esto permite tener una política más funcional para planificar la promoción y la inversión en cada ciudad, sin las limitaciones oficiales.

- La reducción de la carga estadística, reduciéndola solo a la estadística del alojamiento, con el mejoramiento de la calidad de los datos relevados en línea en sintonía con el Código Estadístico Europeo.
- Aumento de la privacidad del entrevistado a partir de la privacidad de los datos brindados por el turista.
- Tener una aproximación al benchmarking ya que le da a los alojamientos la posibilidad de comparar la propia performance con su competencia, dentro de los segmentos, u otras clasificaciones, como áreas territoriales, etc.
- Posibilidad de estadísticas de arribos, pernотaciones, estudios del sector.

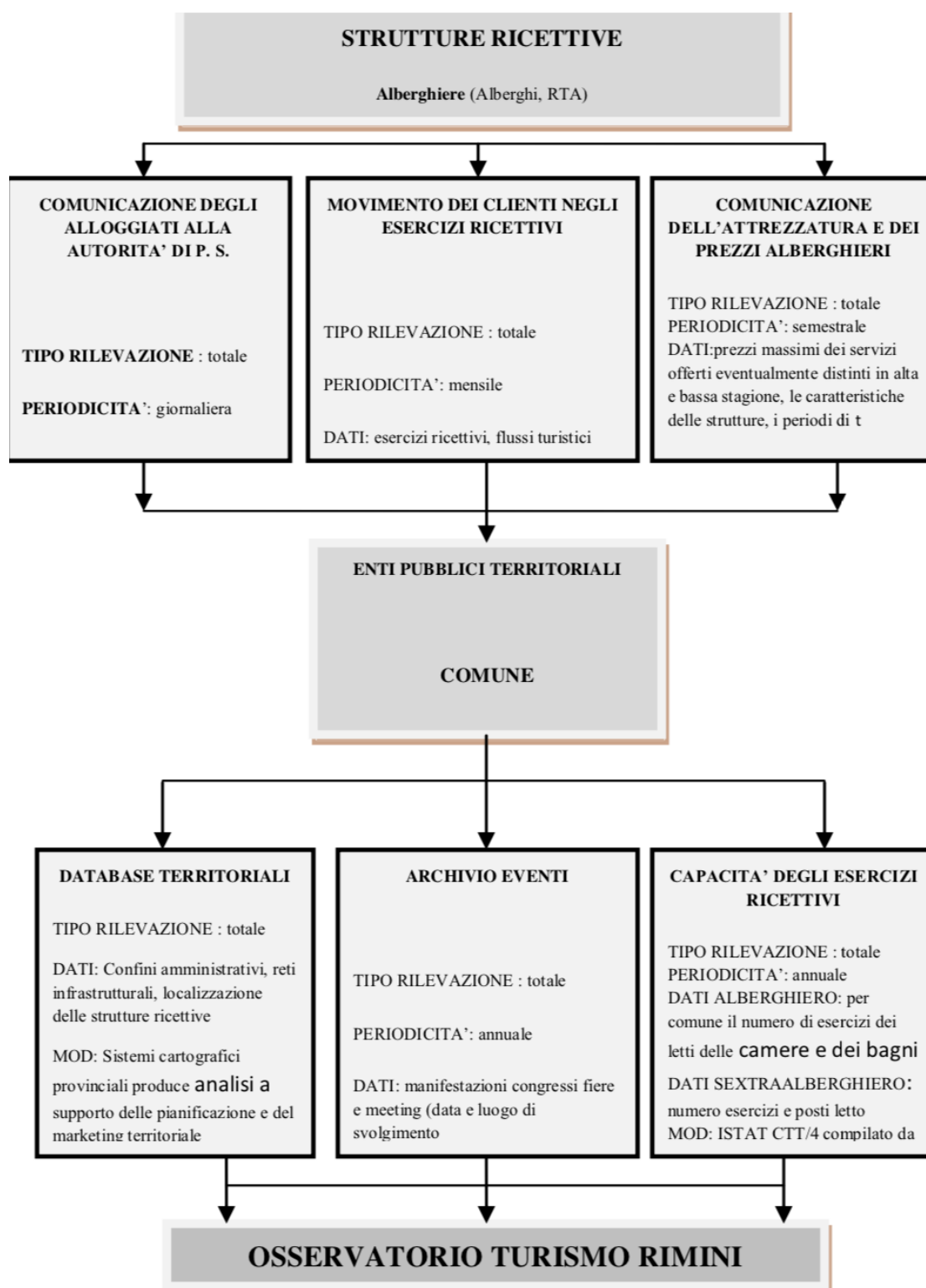
Para completar la información del sistema estadístico de la provincia de Rimini, se analiza el observatorio turístico provincial.

Como se puede observar la estructura receptiva del Observatorio provincial cuenta con la comunicación de los alojamientos hacia la provincia y el cruce de esta información con los datos censales de la misma.

Es importante resaltar que se incorporan datos como el archivo de eventos, los bienes territoriales y los datos del clima en cada circuito de información, más allá de los datos tradicionales, como el movimiento de los turistas, la cantidad de camas, y la cantidad de cuartos con baño de los alojamientos.

El observatorio a través del producto TOWER dispone de un sistema de información geográfico, y de “Business Intelligence” que permite contar con datos filtrados, según requiera cada usuario, como los distintos flujos de información para analizar la oferta, la evolución de la demanda, y fundamentalmente la sustentabilidad del destino, en este caso Rimini, distribuyendo la información cuando sirve, donde sirve con un reporte detallado de los datos requeridos.

**Figura N° 6 Observatorio Turismo Rimini – Strutture Ricettive**



#### **2.2.4. España**

La Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera (FRONTUR) y la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) estaban incluidas en el Plan Estadístico Nacional responsabilidad de la Secretaría de Estado de Turismo.

Los principales objetivos de las estadísticas son:

- Medir el nº de visitantes no residentes en España que llegan a nuestro país cada mes, distinguiendo las distintas vías de acceso (carretera, aeropuerto, puerto y ferrocarril), distinguiendo entre turistas (que realizan al menos una pernoctación en España) y excursionistas (visitantes de un día, no pernoctan).
- Conocer las características principales de los viajes que realizan dichos visitantes: destino principal, tipo de alojamiento, país de residencia, motivo del viaje, forma de organización del mismo (con o sin paquete turístico),
- Determinar el gasto de los turistas y excursionistas, es decir, lo que gastan en sus viajes o excursiones, independientemente de donde se pague (en origen o en destino) y de quien lo pague.

#### **Ámbito poblacional**

La población objeto de estudio está formada por:

- No residentes en España que entran o salen España habiendo realizado o no pernoctación.
- No residentes en España que pasan por España en tránsito

Por otro lado, la parte de la encuesta centrada en el estudio del gasto únicamente abarca los visitantes (turistas y excursionistas) no residentes en España.

Dada la peculiaridad del ámbito poblacional, parten de la hipótesis de considerar el mismo coincidente con el marco poblacional del diseño muestral.

A la hora de definir el marco poblacional se ha de recurrir a diversas fuentes de información y registros administrativos, ya que no existe un marco común con las entradas de personas a España.

Las fuentes utilizadas son distintas en función de la vía de acceso a nuestro país, es decir, según el viajero llegue por carretera, aeropuerto, puerto o ferrocarril.

### **Ámbito de estudio**

El ámbito de estudio está constituido por los viajeros que cruzan las fronteras del país, prestando especial atención en los visitantes que residen en el extranjero.

Además se estudian las visitas (viajes y excursiones) de los visitantes no residentes en España, así como el gasto realizado en las visitas clasificadas como turísticas:

- Se considera visita turística todo aquel desplazamiento a un principal fuera del entorno de la residencia habitual<sup>6</sup> de la persona (con una duración inferior al año), siempre que el motivo principal del mismo, incluido negocios, ocio u otros motivos personales, sea distinto de un empleo en una empresa residente en el lugar visitado.
- Si la visita turística implica al menos una pernoctación fuera del entorno habitual, se considera viaje turístico.
- Si la visita turística no incluye pernoctación (es decir, se regresa en el mismo día), se considera excursión.

Las unidades de muestreo son complejas de definir al no trabajar con un marco poblacional tradicional.

Hay que tener en cuenta los puntos de acceso que utilizan los viajeros para entrar en España, es decir, los puntos fronterizos en carretera, los aeropuertos con vuelos internacionales, los puertos marítimos, así como las líneas férreas con origen en el extranjeros.

Posteriormente, hay que seleccionar los vehículos, vuelos, barcos y trenes (en carretera, aeropuertos, puerto y ferrocarril, respectivamente) y, en última instancia, las personas que viajen en ellos.

El marco poblacional teórico está formado por las personas que cruzan las fronteras para entrar a España.

Se dispone de información procedente de registros administrativos gestionados por distintos organismos, que son la base para poder estimar los flujos de entrada en España.

A partir de la encuesta FRONTUR se estima el total de viajeros no residentes en España y esta información es la que a su vez se utiliza para estimar el total de gasto que estas personas realizan en sus viajes a nuestro país.

La disponibilidad de registros es muy distinta según la vía de acceso. La situación actual es la siguiente:

- **Carretera:** la Dirección General de Tráfico (*DGT*) facilita información sobre el número de vehículos que entran y salen, para todos los puntos fronterizos. Estos datos provienen fundamentalmente de las espiras colocadas en dichos puntos, que los clasifican según su longitud en pequeños, medianos y largos. Además esta información se contrasta con datos provenientes de cámaras de video que se están instaladas en los principales puntos de entrada a nuestro país.

Con objeto de estimar el número de personas que cruzan la frontera se realiza una operación denominada **AFORO** que permite estimar el número de viajeros que entran en España según el tipo de vehículo y la nacionalidad de la matrícula del mismo.

- **Aeropuerto:** Son dos los organismos que facilitan información para los aeropuertos. Por un lado AECFA (Asociación Española para la Coordinación y Facilitación de Franjas Horarias) envía un fichero con con la programación de vuelos por aeropuerto de llegada. Por otro lado, *AENA* envía otro con la relación de vuelos realmente operados y el número de viajeros en cada uno de ellos. Esta información se complementa con información sobre estructuras porcentuales anonimizadas de nacionalidad de los pasajeros procedentes de

aeropuertos situados en países No Schengen, que proporciona la Dirección General de la Policía Nacional.

- **Ferrocarril:** RENFE facilita un fichero con la relación de trenes que cruzan la frontera junto con el número mensual de viajeros transportados en las distintas líneas ferroviarias internacionales.

- **Puerto:** *Puertos del Estado* proporciona un fichero en el que está registrado para cada puerto español el número de viajeros embarcados y desembarcados cada mes

El primer objetivo de FR es estimar mensualmente la clasificación de los viajeros entre turistas y excursionistas, y los turistas por: vía de acceso, tipo de alojamiento, país de residencia (15 países: Alemania, Bélgica, Francia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suiza, Rusia, países nórdicos – Finlandia, Suecia, Noruega y Dinamarca- resto de Europa, EEUU, resto de América, resto del mundo) y Comunidad Autónoma de destino principal (7 CCAA, Andalucía, Illes Balears, Canarias, Cataluña, Comunitat Valenciana, Comunidad de Madrid, resto de CCAA)

Dado el diferente comportamiento de las distintas vías de acceso/salida del país, se analiza la distribución de la muestra separadamente para cada una de las suboperaciones

En lo que se refiere a los conceptos básicos de estadísticas España siguen las definiciones establecidas en las *Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo* de la OMT y del *Manual Metodológico para Estadísticas de Turismo* de Eurostat.

### 2.2.5 Chile

Las estadísticas se realizan en base a la Encuesta Mensual a Establecimientos de Alojamiento Turístico.

Esta permite cuantificar la actividad de alojamiento turístico considerando variables de oferta como lo son la capacidad y ocupación de habitaciones y camas con la que cuentan estos establecimientos, y también variables de demanda de los turistas como lo son las llegadas y pernoctaciones nacionales y de extranjeros.

El objetivo de la Encuesta Mensual a Establecimientos de Alojamiento Turístico es medir en el corto plazo la evolución económica del alojamiento turístico.

Además la obtención de cifras mensuales del número de llegadas y pernoctaciones de pasajeros de establecimientos de Alojamiento Turístico, desglosadas por región y nacionalidad de los pasajeros, con el fin de cuantificar tanto el turismo interno como el receptivo.

La información recogida por la Encuesta Mensual es utilizada como fuente permanente de información por el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), que la utiliza en conjunto con el INE, la elaboración del Informe Anual de Turismo.

Asimismo, constituye una de las principales fuentes de información que le permite a empresarios, analistas y académicos, anticiparse en la toma de decisiones ante eventuales escenarios y potenciales negocios.

La información se obtiene en forma mensual a nivel nacional, a través de un formulario, **“Encuesta mensual a Establecimientos de Alojamiento Turístico”**, dirigido a los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento turístico.

La información se obtiene en forma mensual a nivel nacional, a través de un formulario, “Encuesta mensual a Establecimientos de Alojamiento Turístico”, dirigido a los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento turístico.



Para realizar el levantamiento, se utiliza en forma paralela diferentes medios de captura de la información como: teléfono, encuestador y además de un formulario electrónico, el cual permite obtener la información con mayor prontitud.

La unidad estadística es el “Establecimiento” que presta el servicio de alojamiento turístico; unidad local que forma parte de una empresa la cual cuenta con iniciación de actividad dentro de los límites territoriales del país.

El directorio se actualiza en forma continua, ya que mensualmente se podrían adicionar establecimientos, de la misma manera que se excluyen los establecimientos que dejan de operar mensualmente.

Las principales variables a encuestar periódicamente, en todos y cada uno de los establecimientos corresponden a:

a- La Capacidad Ofrecida corresponde a la oferta normal de capacidad disponible por los establecimientos de alojamiento turístico.

La capacidad ofrecida se puede desglosar en las siguientes variables:

- Número de Habitaciones
- Número de Suites
- Número de Departamentos
- Número de Cabañas de Motel
- Número de Sitios de Camping
- Número de Cabañas de Camping
- Número de Camas Individuales (en uso)
- Número de Camas Individuales (adicional)
- Número de Camas Matrimoniales (en uso)
- Número de Camas Matrimoniales (adicional)

- b- La Ocupabilidad corresponde a la suma de noches que se ocuparon habitaciones, incluyendo suites, departamentos y cabañas, por separado camping (sitios y cabañas), de acuerdo al tipo de establecimiento.
- c- El Movimiento de Pasajeros involucra dos variables: Llegadas y Pernoctaciones, en dónde las llegadas corresponden al número total de pasajeros (chilenos y extranjeros), llegados al establecimiento y que pernoctaron como mínimo una noche, por tanto, la pernoctación es el número total de noches “por cada una” de las personas que ocuparon las habitaciones.

La Ocupación y Movimiento de pasajeros se puede desglosar en las siguientes variables:

- Número de Noches Ocupadas
- Llegada de chilenos
- Llegada de extranjeros
- Pernoctación de chilenos
- Pernoctación de extranjeros

d- Ingresos

Corresponde a los ingresos netos, sin IVA que percibió el establecimiento durante el mes de referencia. El ingreso se puede desglosar en las siguientes variables:

- Ingreso Neto por Alojamiento, corresponde al ingreso percibido por el establecimiento sólo por el servicio de alojamiento.
- Ingreso Netos + Otros Servicios, corresponde al ingreso percibido por el establecimiento incluyendo el servicio de alojamiento más otros servicios prestados (p.ej.: alojamiento, alimentación, bebidas y licores, esparcimiento y organización de eventos, entre otras)

La recogida de la información cuenta con una periodicidad mensual y un desfase de publicación de 37 días con respecto al mes de referencia

## 9. ANEXOS

### 9.1 Formulario



**INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS**  
**SUBDIRECCIÓN DE OPERACIONES**  
 Subdepartamento Estadísticas Coyunturales  
 de Comercio y Servicios

USO OFICINA				ROL	
R	P	C	TE		
001			002	003	

### ENCUESTA MENSUAL A ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO (CONFIDENCIAL) CIU Rev. 3 : 5510

MES AL CUAL SE REFIERE LA INFORMACIÓN: 004  AÑO: 005

¿CUÁNTOS DÍAS FUNCIONÓ EN EL MES?: 006  007

**SECRETO ESTADÍSTICO:** El Instituto Nacional de Estadísticas y sus funcionarios no podrán divulgar la información referente a personas o entidades. Art. 29° de la Ley 17074

A. IDENTIFICACION DEL ESTABLECIMIENTO					
008	Nombre Comercial:	<input type="text"/>			
009	Razón Social:	<input type="text"/>	010	RUT:	<input type="text"/>
011	Representante Legal:	<input type="text"/>			
012	Dirección:	<input type="text"/>	013	<input type="text"/>	014
		(calle)	N°	(Teléfono)	
015	Calificación del establecimiento (N° de estrellas):	<input type="text"/>	016	<input type="text"/>	017
			(e-mail)	(Fax)	

B. TIPO DE ESTABLECIMIENTO Y PERIODO DE FUNCIONAMIENTO	
018	<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO</b> (Señale con "X" una de las alternativas)
<input type="checkbox"/>	1. HOTEL
<input type="checkbox"/>	2. RESIDENCIAL
<input type="checkbox"/>	3. MOTEL
<input type="checkbox"/>	4. APART-HOTEL
<input type="checkbox"/>	5. CAMPING
<input type="checkbox"/>	6. OTRO _____
	019 (especifique)
020	<b>PERIODO DE FUNCIONAMIENTO</b> (Señale con "X" según corresponda)
<input type="checkbox"/>	1. TODO EL AÑO
<input type="checkbox"/>	2. TEMPORADA
	MES AÑO
2.1	Fecha de inicio temporada 021 <input type="text"/> 022 <input type="text"/>
2.2	Fecha término de temporada 023 <input type="text"/> 024 <input type="text"/>

C. CAPACIDAD OFRECIDA					
Indique la oferta normal de habitaciones, suites, departamentos, cabañas de motel, sijos y cabañas de camping que posee el establecimiento según corresponda (Hotel, Residencial, Motel, Apart-Hotel, Camping y otros) en el mes de referencia					
Número de Habitaciones	Número de Suites	Número de Departamentos	Número de Cabañas de Motel	Número de Sijos de Camping	Número de Cabañas de Camping
025 <input type="text"/>	026 <input type="text"/>	027 <input type="text"/>	028 <input type="text"/>	029 <input type="text"/>	030 <input type="text"/>

Anotar el número total de camas disponibles en uso y adicionales (en bodega) en el mes de referencia		PERSONAL OCUPADO (Anotar el número de personas que trabajaron en el establecimiento en el mes de referencia)					
Tipo de Camas	Número de camas	Permanente		Temporal			
		Sexo		Sexo			
		Hombre	Mujer	Hombre	Mujer		
1. Individual (en uso) :	031 <input type="text"/>	036 <input type="text"/>	037 <input type="text"/>	038 <input type="text"/>	039 <input type="text"/>		
2. Individual (adicional) :	032 <input type="text"/>	040 <input type="text"/>	041 <input type="text"/>	042 <input type="text"/>	043 <input type="text"/>		
3. Matrimonial (en uso) :	033 <input type="text"/>	044 <input type="text"/>	045 <input type="text"/>	046 <input type="text"/>	047 <input type="text"/>		
4. Matrimonial (adicional) :	034 <input type="text"/>	048 <input type="text"/>	049 <input type="text"/>	050 <input type="text"/>	051 <input type="text"/>		
<b>TOTAL</b>	035 <input type="text"/>	052 <input type="text"/>	053 <input type="text"/>	054 <input type="text"/>	055 <input type="text"/>		
		056 <input type="text"/>	057 <input type="text"/>	058 <input type="text"/>	059 <input type="text"/>		



## **2.2.6 Provincia de Buenos Aires**

La Provincia de Buenos Aires posee un marcado desarrollo turístico, que se manifiesta en diversas áreas. La forma de turismo más desarrollada son las playas de la costa de la provincia, junto al mar Argentino.

Son casi 1200 km de playas, junto a las cuales hay balnearios con diversos grados de desarrollo urbano. Algunos basan su atractivo turístico en un escaso desarrollo urbano que facilita el acceso a los atractivos naturales del lugar, no solamente las playas, sino también los bosques o zonas con dunas. Otros sitios se desarrollan en un grado que les permita recibir a grandes cantidades de turistas y brindar los servicios adecuados para estos.

La ciudad más destacada es Mar del Plata, que es el destino turístico más importante del país, junto a otras como Necochea, Miramar, Pinamar, Villa Gesell y Monte Hermoso, entre otras.

Los últimos informes del «Ente Municipal de Turismo del Partido de General Pueyrredón» demuestran que la mayor procedencia de turistas es interna, con una distribución, de acuerdo a la temporada 2006-2007, de 34,3 % provenientes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), el 25,5 % del Gran Buenos Aires y un 16,2 % del resto de la Provincia de Buenos Aires, siendo estos mayoritariamente de la ciudad de La Plata. Otras de las características de los turistas que recibe Mar del Plata es que recibe sobre todo, grupos familiares y en menor medida grupos de amigos, provenientes de niveles socioeconómicos altos, de forma tal que mayoritariamente utilizan como medio de transporte automóviles particulares.

## **2.2.7 Referencias:**

*“Son dos de las manifestaciones más significativas de la globalización. La migración tiene consecuencias sociales y económicas importantes para los países de destino puesto que enriquece culturalmente a sus sociedades, mejora los productos turísticos y ofrece mano de obra para los sectores de los viajes, el turismo, la hotelería y la restauración.”*

*La migración es también en sí misma un claro impulsor de la demanda turística, espoleando un creciente flujo de doble dirección de expatriados que visitan sus países de origen, así como de parientes y amigos que visitan a sus compatriotas en los nuevos países receptores.*

*Las remesas de los migrantes y los ingresos derivados del turismo pueden ser instrumentos poderosos para promover proyectos relacionados con el turismo e inversiones en infraestructuras básicas entre las comunidades en los países de origen de los expatriados, por lo que pueden tener un verdadero impacto en la reducción de la pobreza”*

Teniendo en cuenta los fenómenos migratorios, y sus efectos en los resultados de las cifras de arribos en turistas, varios países han tomado la determinación de excluir de la estimación los viajeros extranjeros que arriban por fronteras. Por ejemplo en el caso de Colombia, donde desde 2011 al 2018 el ingreso de visitantes extranjeros aumento un 86,3%, donde el 30% son visitantes por fronteras, se extrae dicho segmento y se dejan los números de turistas, ajustando los números por compatibilidad estadística, antes, durante y después de la crisis migratoria<sup>10</sup>.

Por otra parte la información de migrantes se puede obtener de 3 fuentes diversas:

- Información Estadística: incluye los censos de población, y las encuestas en hogares. La información de estas fuentes, son las que se editan y producen las estadísticas oficiales.
- Información Administrativa: Muchos países poseen registros de extranjeros o permisos migratorios para permanecer en el país. Por ejemplo Visas de turistas, de trabajo de estudio. Aunque en muchos casos estas fuentes, no son del todo reconocidas para formar parte de las estadísticas de migración, pueden identificar y analizar flujo y cantidad de migrantes.

Big Data: el uso de dispositivos móviles, plataformas digitales como las redes sociales, y los servicios de pagos por Internet, facilitan el incremento de la investigación en varias vías para analizar la información y poder determinar

- entre otros fenómenos, a los migrantes desplazados, los diversos flujos migratorios, el tráfico humano y las redes transnacionales.

Como se puede observar hoy las estadísticas de migrantes se separan de las estadísticas turísticas en la mayoría de los países, para evitar aumentar unas cifras en detrimento de un fenómeno con otras características como es el migratorio.

## **AirBnB**

El fenómeno de las plataformas digitales de alojamiento como AirBnB, HomeAway, Wimdu, FlipKey, etc. forman parte de lo que se puede llamar el turismo colaborativo. Si bien como manifiestan los directivos de AirBnB, poseen un segmento de mercado diferente al turista que se aloja en un hotel, en muchos casos estas plataformas utilizan para su comercialización inmuebles no registrados formalmente, por lo que los estados se pierden de cobrar las tasas o impuestos por la estadía de esos pasajeros, desde el punto de vista de los empresarios hoteleros y de alojamientos formales, esta estrategia utilizada por dichas plataformas, es una práctica competitiva desleal.

Otro de los problemas observados es que no hay un registro exacto de dicho alojamiento informal, metodológicamente se puede cuantificar o desde la misma plataforma, teniendo como indicadores: la cantidad de días ofrecidos, el precio, y la cantidad de días rentado, pero se debe analizar día por día la plataforma, pudiendo registrar un sesgo importante en la toma de datos.

Otra forma de cuantificar el alojamiento ofrecido, es encuestar al turista, ya sea en los aeropuertos o puntos turísticos relevantes del destino, de forma coincidental, para así registrarlo, ya que en las encuestas de Ocupación hotelera, este tipo de datos no se registra, lo mismo que aquellos turistas que se hospedan en casa de amigos o familiares.

---

<sup>10</sup>Fuente: El tiempo – Enero 11, 2019

Varios países, reconociendo que las plataformas digitales de alojamiento ya están insertas en el mercado, han decidido firmar acuerdos con ellas, en parte para regularizar el aporte de ingresos (tasas, etc.) y por otra parte solucionando así el tema de las estadísticas de alojamiento.

En el caso de AirBnB, han firmado acuerdos con gobiernos para cobrar en el momento de reservar el alojamiento, y remitir las tasas de los turistas que se encuentran alojados en las propiedades alquiladas a las autoridades tributarias. Por lo que la propiedad para ser difundida por la plataforma debe estar registrada, dejando atrás la informalidad del alojamiento.

Los países que han firmado convenio son<sup>11</sup>:

- Bermuda
- Brazil
- British Virgin Islands
- Canada
- France
- Germany
- India
- Italy
- Mexico
- Netherlands
- Portugal
- Switzerland
- Estados Unidos (en las ciudades más importantes y en casi todos los Estados.)

En parte estos convenios resuelven ciertos aspectos, pero persisten los problemas aparejados por la suba de la renta, la gentrificación observada en grandes ciudades, y la disparidad competitiva entre este tipo de plataformas y la hotelería tradicional.



### 3 - LOS REGISTROS ADMINISTRATIVOS (RA)

#### 3.1 Criterios Generales

RA se posiciona como una herramienta para la producción de estadísticas de Turismo a nivel nacional, provincial y/o departamental.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), un RA se podría definir como “...*todo registro resultante de necesidades fiscales, tributarias u otras, creado con la finalidad de viabilizar la administración de los programas de gobierno o para fiscalizar el cumplimiento de obligaciones legales de la sociedad. Para su utilización con fines estadísticos es preciso evaluar su base conceptual y metodológica, clasificaciones, cobertura alcanzada, variables investigadas, calidad de las respuestas, procesamiento de los datos y frecuencia de disponibilidad de ellos...*”. (CEPAL, 2003).

Por otro lado, el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI) de Perú, define a los RA como “...*aquellos registros de carácter administrativo y operativo, son procedimientos que utilizan las instituciones para registrar datos de las actividades propias de su función, muchas de ellas relacionadas con la oferta de un servicio público, otras que identifican a usuarios del Estado, y algunas que se derivan de las actividades realizadas con empresas e instituciones nacionales e internacionales, la cual no necesariamente coincide con los fines estadísticos, por lo que requiere un tratamiento especial para su utilización...*”. (INEI/Perú, 2004).

El RA no es una fuente de origen estadístico propiamente dicho, ya que su finalidad es administrativa, busca servir para control normativo. Es decir, registra un evento o acto individual referido a un individuo u objeto y lo afecta directamente.

---

<sup>11</sup><https://www.airbnb.es/help/article/2509/en-qué-zonas-recauda-y-liquida-airbnb-impuestos-sobre-el-alojamiento>

De manera genérica se plantea la definición de los RA como:

*“Aquella información que surge de los procedimientos administrativos y/o operativos que desarrollan y utilizan las instituciones (públicas o privadas) como método de registro de las diferentes actividades (turísticas y/o no turísticas) realizadas.”*

En base a las experiencias internacionales recopiladas, se da cuenta de los requerimientos que deben cumplir los procesos de diseño, recolección, producción y difusión de los RA (DANE, 2010).

Éstos deben responder a criterios de calidad estadística, como lo son:

- Credibilidad: Se basa en la confianza que tienen los usuarios sobre el proceso estadístico del registro administrativo. Evalúa los «estándares estadísticos apropiados, es decir, políticas y prácticas objetivas para el diseño, recolección, almacenamiento, procesamiento y difusión de datos estadísticos. (INE, 2007).
- Oportunidad -Temporalidad y Accesibilidad-: Es el período en el que la información es de valor y se pueda actuar o tomar decisiones acorde con ella. Estrechamente relacionada a la oportunidad está la puntualidad, que implica la existencia de una agenda de publicación y refleja el grado de cumplimiento de ella. (OECD, 2003).

Según la OECD, la información estadística puede considerarse de calidad en la medida en que se encuentre disponible en el momento en que aún es relevante para el seguimiento y evaluación, y/o la toma de decisiones respecto al fenómeno que estudia o que es objeto de medición.

- Accesibilidad: Evalúa la rapidez de localización y acceso desde y dentro de la organización. La accesibilidad incluye la conveniencia de la manera en que los datos están disponibles, los medios de divulgación, la disponibilidad de metodologías, metadatos, datos y servicios de apoyo al usuario. (OECD, 2003).

- Pertinencia o Relevancia: Es una medida cualitativa del valor aportado por la información. El valor está directamente relacionado con el grado de utilidad para satisfacer el propósito por el cual la información fue buscada o solicitada. Depende de la cobertura de los tópicos requeridos y del apropiado uso de conceptos. La medición de la relevancia de un producto estadístico requiere de la identificación de su grupo de usuarios y sus necesidades (OECD, 2003: 4).

Los datos producidos por los RA tienen múltiples usos y usuarios que pueden cambiar con el tiempo, estos son acordes a los requerimientos estadísticos de los usuarios. Nuevos requerimientos demandan nueva información.

Asimismo, cada uno de los múltiples RA, poseen características propias respecto de la forma en que se fueron sistematizando y registrando. En efecto, para su aprovechamiento como fuente secundaria para la producción de estadísticas metodológicamente elaboradas, resulta posible identificar diferentes aspectos respecto de la utilidad y los requerimientos que posean cada uno.

Entre los principales elementos relacionados con la utilidad de los mismos, se puede destacar que:

- son una fuente de información importante y disponible;
- pueden utilizarse como indicadores de evolución (aunque con ciertas limitaciones), y a la vez, como insumos para la elaboración de estadísticas;
- la obtención de dicha información posee bajo y/o nulo costo;
- Reducción de carga y sistematización;
- por lo general cuentan con una alta ;
- la información suministrada permite generar distintas desagregaciones, como por ejemplo, según niveles institucionales (provincial, departamental y/o municipal) y tipos de variables (origen, sexo, edad, etc.).

De manera complementaria, los requerimientos claves que se deberían contemplar para su utilización consisten en el análisis de las limitaciones de

dicha fuente, ya que no cuentan con una metodología estadística que sistematice y recopile la información.

Tanto para su utilización como insumo y/o para la elaboración de indicadores estadísticos se requiere, por lo general, un proceso de conversión que transforme las unidades administrativas (RA) en unidades estadísticas (ET) y, a la vez, en dicho proceso, se requiere diseñar y desarrollar una metodología con la secuencia lógica de diferentes pasos estadísticos para elaborar estadísticas de turismo.

Se deben contemplar ciertos recaudos al momento de la utilización de los mismos (la forma en que se lo extrapole, los ponderadores que se utilicen, etc.), con el propósito de procurar que las cifras obtenidas de las fuentes secundarias sean lo más representativas de la realidad de la que se procura dar cuenta.

RA para fines estadísticos constituye un proceso que busca evaluar la base metodológica y conceptual, la oportunidad de recolección, las variables y la disponibilidad de la información recolectada, a través de una metodología que permita potencializarlos como fuente de información estadística para la toma de decisiones y la formulación de planes, proyectos y políticas públicas destinadas al sector turístico.

A fin de que un RA sea utilizado para un análisis estadístico se deberían evaluar, al menos, los siguientes conceptos:

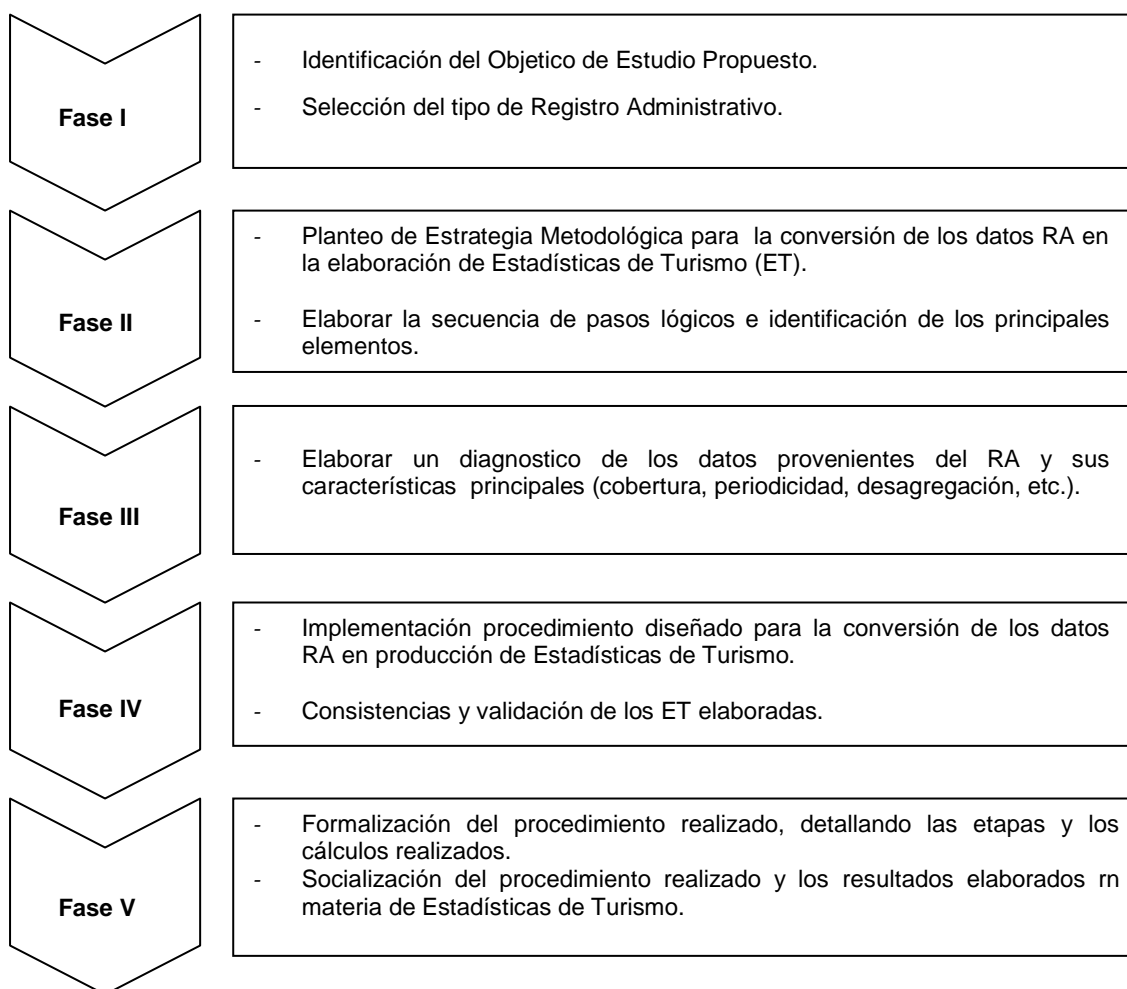
- la base metodológica,
- la clasificación con la que cuenta el registro,
- la cobertura geográfica y conceptual,
- la calidad de respuesta que posee,
- la temporalidad y oportunidad
- y los medios por los cuales se puede disponer de la información (INGEI, 2006).

Para la producción de estadísticas, en base a los RA, se presentan un conjunto de etapas o fases que deberían procurar realizar para la conversión

de la información almacenada en los mismos con fines de elaboración de estadísticas que permitan cuantificar el objetivo buscado.

**Figura N° 7**

**Fases de la Conversión de datos provenientes de RA en información estadística**



Fuente: Ministerio de Turismo Nación en base a FDIRPEN-DANE /2009

**Fase I:** se requiere definir la **población objetivo** y se debe contar con la máxima claridad sobre el objetivo general del estudio propuesto, ya que éste permitirá orientar los pasos subsiguientes en la correcta explotación del RA.

Población Objetivo: Es el conjunto de individuos de referencia sobre el que se realizan las observaciones para luego obtener conclusiones (hacer inferencias

**Fase II:** se debe plantear la definición de dicha población, la cual requiere contemplar los siguientes elementos:

I) **Unidad Administrativa:** está compuesta por los elementos registrados en cada uno de los RA

II) **Alcance:** se refiere a la ubicación espacial y geográfica del estudio (provincial, departamental y/o municipal);

III) **Tiempo:** define el intervalo de tiempo en el cual se realiza la investigación (mensual, semanal, quincenal, etc.) y

IV) **Marco Muestral:** cada uno de los RA podría utilizarse como marco muestral para una posterior expansión en caso de realización de alguna encuesta.

El marco muestral se lo define como una lista que contiene un conjunto de unidades (población) del cual se seleccionarán la muestra a partir de la cual se realizara la inferencia estadística.

**Fase III:** se deberá elaborar un diagnóstico respecto a qué tipo de datos e información suministra y almacena cada uno de los múltiples RA, como así, las características principales.

**Fase IV:** consiste en la implementación del proceso de conversión, mediante el cual se explotará la información de los registros para la producción de estadísticas de turismo y las tareas de consistencia y validación de las ET elaboradas.

**Fase V:** resulta crucial debido a que se refiere, por un lado, a la formalización del procedimiento realizado, detallando las diferentes etapas y los cálculos exactos, y por otro lado, a la socialización y discusión de las estadísticas de turismo elaboradas.

En conclusión, no sólo resulta importante la selección del RA a utilizar para el análisis estadístico del sector, sino que también se deben considerar las diferentes etapas previamente planteadas para obtener una buena información estadística.

### **3.2 Situacional Nacional de los Registros Administrativos**

Se destaca la utilización de RA que realiza una de las principales encuestas nacionales de turismo: La Encuesta de turismo Internacional (ETI).

Este operativo utiliza como marco muestral a la base de datos de la Dirección Nacional de Migraciones (DNM). Es decir, posteriormente a la ejecución de las encuestas se verifican los registros de la DNM en cuanto a cantidad de visitantes que ingresan y residentes que egresan, clasificándolos según origen y destino respectivamente. Seguidamente se encuesta a una muestra estatificada, previamente definida, tomando como base a dicho registro de la DNM y, finalmente, los resultados se expanden al total del marco muestral.

Por otro lado, desde el Ministerio de Turismo de la Nación (MinTur), se recopilan cifras sobre la cantidad de visitantes que ingresan a los Parque Nacionales, dependientes de la Administración Nacional de Parques, ubicados en las distintas jurisdicciones provinciales.

En su mayoría estos datos se encuentran clasificados por edad y nacionalidad de origen (argentinos/extranjeros). Dentro de la última variable, en varios casos, los argentinos se encuentran diferenciados según tengan origen o no en la provincia en donde se encuentra el Parque Nacional en cuestión.

Con esta información, el MinTur elabora estimaciones estadísticas sobre visitantes ingresados a un subconjunto de los distintos parques nacionales. Los mismos responden a una selección de 12 parques, que representa alrededor del 75% del total de visitantes a parques nacionales del país. Aunque no se cuenta con información de calidad sobre la totalidad de los parques nacionales existentes, lo importante de resaltar de esta estimación es que, gracias a las cifras recopiladas, se posibilita la confección de estadísticas importantes a muy bajo costo, sistemáticos y confiables debido a que los datos recibidos poseen una gran robustez gracias a la metodología mediante la cual se recaban históricamente.

### 3.3 Situaciones Provinciales de los Registros Administrativos

Por otro lado, mediante las experiencias relevadas a nivel provincial, departamental y/o municipal, se ha registrado la utilización de múltiples RA, tanto desde la perspectiva de la oferta como de demanda. Como lo dijimos anteriormente, la metodología de explotación y utilización de los RA resulta fundamental para el análisis del sector turístico.

Aun así, al igual que en el caso nacional, se han registrado algunas falencias.

Las falencias más comunes que se han encontrado en torno a los RA hacen referencia a:

Sub-explotación: en varios casos, no se ha dado cuenta de la existencia de la posibilidad de extracción de mayor cantidad de datos de las fuentes secundarias. A su vez, se ha hallado que en muchas situaciones se recopilan sistemáticamente RA sin fines de ser utilizados posteriormente como insumos para la producción de estadísticas.

Escaso procesamiento estadístico: como ya se ha mencionado, los RA no se encuentran diseñados específicamente para su explotación estadística, es decir, no suelen estar sometidos a validaciones o correcciones no estadísticas de errores. En efecto, se requiere de un procesamiento de conversión adecuado de los datos recibidos para luego poder utilizarlos en un estudio de tipo estadístico. Se han registrado escasos procedimientos de esta índole.

Falta de actualización de datos: se han registrado casos en que a partir de RA se realizan estudios muestrales a fin de calcular coeficientes, para posteriormente llevar a cabo análisis sobre el universo bajo estudio. Éstos requieren ser actualizados, cada cierto tiempo, a fin de reflejar en forma más fehaciente la realidad del sector. Es decir, si por ejemplo en el año 2013 se estiman coeficientes sobre la cantidad de individuos por automóvil que entran a una cierta localidad, éste debe ser recalculado cada una cantidad de años, de acuerdo a los cambios que caben esperarse. Esto se debe a que la situación del sector turístico en el año, por ejemplo, 2020 probablemente no será igual a la del año 2013. En este sentido, pueden existir tanto aumentos como caídas



en el flujo turístico en las distintas localidades, aun cuando se mantenga constante el flujo vehicular.

Falta de incorporación de la estacionalidad del sector en los estudios estadísticos: no sólo hace falta actualizar los coeficientes cada cierto período de tiempo, sino que también deben ser ajustados según al momento turístico del año presente en cada jurisdicción. En cada una de las provincias, departamentos y/o municipios, se pueden reconocer sub-periodos de mayor (temporada alta) o menor (temporada baja) afluencia turística, dentro de un mismo año, y cada uno merece un tratamiento especializado. Al reconocer la estacionalidad y la elasticidad frente a las condiciones socioeconómicas que posee el sector turístico, se resalta la importancia que la actualización de las estimaciones poseen.

Así, resulta importante contar con un calendario turístico, de modo de identificar los momentos que pertenecen a períodos de mayor o menor movimiento de visitantes, y realizar estudios específicos en esos periodos de modo tal que la transformación de los datos provenientes de un registro administrativo en unidades de estadística de turismo resulte lo más fiel posible a la realidad que se busca estudiar.

En síntesis, se debe evaluar la posibilidad de realización de estudios sencillos y acotados, ejecutados de la forma más eficiente y con el menor despliegue de recursos, tal que permitan luego, a partir de los datos que brinda el RA, realizar una estimación de las cantidades y de ciertas características de los visitantes. A partir de la información recopilada en cada una de las provincias en cuanto a la utilización de RA.

En base al análisis de los avances realizados a nivel internacional sobre las metodologías puestas en marcha para el tratamiento de éstos, en los siguientes capítulos se planteará un esquema para la implementación de procesos de fortalecimiento para la generación y producción de estadísticas de Turismo, desde las perspectivas de demanda y oferta, mediante el aprovechamiento de los RA recabados por diferentes áreas informantes a nivel

provincial, departamental y/o municipal de carácter público y/o privado.

### **3.4 Clasificación de los Registros Administrativos**

Existen una gran cantidad de entes generadores de estadísticas en las provincias que obtienen registros de entradas y salidas por distintos medios de transporte: terrestre, acuático y/o aéreo. En general, a partir de las entradas y salidas de vehículos, dichos entes procuran estimar la cantidad de visitantes, en base a coeficientes o estimaciones indirectas.

Estos registros presentan un alto grado de disparidad entre sí, ya que mientras en algunos casos cuentan con un registro de tipo censal, como son los aeropuertos; otros son de tipo muestral, como por ejemplo, algunos controles policiales en ruta que registran las entradas y salidas de automóviles en determinados momentos.

Asimismo, se verifica que los organismos que confeccionan las estadísticas de turismo en aquellas provincias que cuentan con Parques Nacionales y/o Provinciales, reciben, con distinta periodicidad, los registros de ingresos a los mismos. En éste caso, las cifras obtenidas poseen un importante grado de sistematicidad y confiabilidad ya que en su mayoría las cifras se obtienen a partir de los tickets vendidos y/o conteos de ingresantes.

Una situación análoga ocurre con los ingresos registrados por los atractivos turísticos culturales, como ser museos y centros históricos, y los de tipo recreativos como por ejemplo: aerosillas, parques temáticos, etc.

También, se da cuenta de provincias que realizan estimaciones acerca de la cantidad y utilización de segundas viviendas existentes. La importancia de este cálculo se debe a que éste tipo de viviendas son de gran importancia para el cálculo de turismo rutinario o frecuente.

Hasta el momento sólo se ha verificado que se realiza a partir de registros provenientes de Empresas de Servicios Públicos, más específicamente de electricidad.

Por último, se verifica la importancia que poseen aquellas fuentes secundarias que permiten obtener cifras de empleo en el sector turístico. Las mismas pueden obtenerse tanto de fuentes públicas (agencias de recaudación) como privadas (prestadores de servicios turísticos).

La importancia que se les atribuye a este tipo de registro se debe a que dichos datos ofrecen un panorama de la generación de puestos laborales en el sector, lo cual implica un gran impulso económico para la provincia en su totalidad.

La siguiente clasificación de los Registros Administrativos, elaborada por la Dirección de Estudios de Mercado y Estadistas, de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico, de Mintur permite elaborar diferentes perspectivas de análisis que posibilitan la identificación, categorización y/o agrupación de los múltiples registros existentes.

A continuación se detallan cuatro formas de clasificación de los RA, que difieren entre sí respecto del objetivo de la categorización de los RA.

Las perspectivas de clasificación propuesta corresponden, en primer lugar, a qué tipo de información almacena y cuáles son las fuentes de información que suministran dichos registros; en segundo lugar, desde la perspectiva de oferta y/o demanda, en relación al acceso a la información; en tercer lugar, según el alcance y, por último, según la utilización que se pueda realizar de ellos.

La clasificación de los RA permite elaborar diferentes perspectivas de análisis que posibilitan la identificación, categorización y/o agrupación de los múltiples registros existentes. A continuación se detallan cuatro formas de clasificación de los RA, que difieren entre sí respecto del objetivo de la categorización de los RA.

Las perspectivas de clasificación propuesta corresponden, en primer lugar a qué tipo de información almacena y cuáles son las fuentes de información que suministran dichos registros.

#### **a. Clasificación por tipo de Registro Administrativo**

En primer lugar, se elaboró una tipología de clasificación que identifica el tipo de información que los diferentes RA almacenan y proporcionan, como así también, cuales son las fuentes de información que suministran los respectivos RA.

Se presentan cinco agregados desde los cuales al interior de cada uno de ellos se realizan sub-desagregaciones que procuran desarrollar analíticamente cada una de las dimensiones para la producción de estadísticas de Turismo.

En primer lugar, el *Transporte*, agrupa a tres tipos: *Terrestre*, *Aéreo* y/o *Acuático* (ver Figura N°3/A).

En segundo lugar, los *Atractivos Turísticos*, contemplan a los *Naturales*, *Culturales* y/o *Recreativos* (ver Figura N° 3/B).

Luego, en tercer lugar, la *Oferta Turística* (ver Figura N° 3/B), incluye a los prestadores y oferentes de productos y/o servicios turísticos.

En cuarto lugar, las *Segundas Viviendas* (ver Figura N° 3/C), únicamente debido a su especificidad propia. Por último, en quinto lugar, la cuantificación del *Empleo* (ver Figura N° 3/C), respecto del tipo de gestión que suministra la información.

Figura N° 3/A. Clasificación de los registros administrativos ligados al transporte por tipo de información

Tipo de Registro Administrativo		Fuentes de Información								
Transporte (1)	Terrestre (1.1)	Automotor (1.1.1)	(1.1.1.1) Automóvil	Peajes	Controles Policiales	Pasos Fronterizos (Local-Provincial-Internacional)				
			(1.1.1.2) Autobus	Empresas de Transporte	Agencia de Viaje	Pasos Fronterizos (Local-Provincial-Internacional)	Controles Policiales	Terminal de Autobus		
			(1.1.1.3) Otros (Casas rodantes, Motocicletas, Bicitetas, Camiones, etc.)	Peajes	Controles Policiales	Pasos Fronterizos (Local-Provincial-Internacional)				
	Aéreo (1.2)	Ferroviario (1.2.2)	(1.2.2.1) Ferrocarril	Empresas de FFCC	Terminales de FFCC					
			(1.2.1) Servicios Comerciales (Vuelos de Aerolíneas)	Aerolíneas Comerciales (Vuelos de Cabotaje - Internacionales)	Migraciones					
		Acuático (1.3)	(1.3.1) Cruceros	(1.2.2) Servicios Particulares (Vuelos Privados)	Aerolíneas	Migraciones				
				(1.3.1) Servicios Comerciales (Buques, Embarcaciones, etc.)	Empresas de embarcaciones	Prefectura Naval Argentina	Puertos			
	(1.3.3) Servicios Particulares (Lanchas, Botes Deportivos, etc.)	(1.3.2) Servicios Particulares (Lanchas, Botes Deportivos, etc.)	(1.3.2) Servicios Particulares (Lanchas, Botes Deportivos, etc.)	Empresas de embarcaciones	Prefectura Naval Argentina	Puertos				
			(1.3.3) Servicios Particulares (Lanchas, Botes Deportivos, etc.)	Prefectura Naval Argentina	Puertos					

Figura N° 3/B. Clasificación de los registros administrativos ligados a los atractivos turísticos y a la oferta turística por tipo de información

Tipo de Registro Administrativo		Fuentes de Información					
Atractivos Turísticos (2)	Naturales (2.1)	(2.1.1) Parques Nacionales	Registro de entradas vendidas	Administración de Parque Nacionales			
		(2.1.2) Parques Provinciales	Registro de entradas vendidas	Administración de Parques Provinciales			
	Culturales (2.2)	(2.1.3) Reservas Privadas	Registro de entradas vendidas				
		(2.2.1) Museos	Registro de entradas vendidas				
		(2.2.2) Centros Históricos	(2.2.3.1) Puntual (ej. Dakar)	Registro de entradas vendidas			
			(2.2.3.2) Continuos (ej. Fiesta del Poncho, Fiesta de la Virgen, Carnaval de Gualeguaychu, etc.)	Registro de entradas vendidas			
		(2.2.3) Eventos	Registro de entradas vendidas				
	Recreativas (2.3)	(2.3.1) Parques Temáticos (ej. Mundo Marino, Pueblo Encanto, Parque Temático Millán Lemus, etc)	Registro de entradas vendidas				
		(2.3.2) Termas	Registro de entradas vendidas				
		(2.3.3) Aerolíneas	Registro de entradas vendidas				
(2.3.4) Refugios de Montaña		Registro de llegadas					
(2.3.5) Otros (city tours, paseos en embarcaciones, excursiones, etc.)		Registro de entradas vendidas					
Oferta Turística (3)	Prestadores de productos y/o servicios turísticos (3.1)	(3.1.1) Alojamiento	Padron - Registro Provincial de Establecimientos de Alojamiento				
		(3.1.2) Agencias de Turismo	Padrón de Agencias de Viaje				
		(3.1.3) Guías de Turismo	Registros Provinciales de Guías de Turismo	Encuestas realizadas por Guías de Turismo			
		(3.1.4) Centros de Información Turística	Padrón de Centros de Información Turística	Listado / Registro de CIT (Cantidad de Personas Atendidas)			
		(3.1.5) Tarifas	Relevamiento de Tarifas				

Figura N° 3/C. Clasificación de los registros administrativos ligados a las segundas viviendas y al empleo por tipo de información

Tipo de Registro Administrativo		Fuentes de Información			
Segundas Viviendas (4)					
Empleo (3)	(3.1) Fuente de información pública	Empresas de Servicios Públicos (ej: Electricidad)			
	(3.2) Fuente de información privada	Agencias de Recaudación Registro de empleo de prestadores de servicios/productos turísticos			

### **b. Clasificación según perspectiva de Oferta y/o Demanda**

Una segunda forma de clasificación posible de los RA parte de la perspectiva o enfoque desde la porción del mercado turístico de la que se brinda información, es decir, si está ligado a la **demanda** (actividades, consumos, etc. realizados por los visitantes) o a la **oferta** (unidades productoras o prestadoras de bienes y servicios).

En efecto, desde la Demanda las unidades informantes (públicas y/o privadas) más comunes son:

- Empresas de Peaje
- Terminales (Ómnibus, Aéreas y/o FF.CC) – informando sobre cantidad de visitante que ingresan y/o egresan de las unidades geográficas
- Centros de Información Turística (CITs)
- Atractivos:
  - i) Naturales (Parques Nacionales, Provinciales);
  - ii) Culturales (Museos, Centros Históricos, Eventos) y/o
  - iii) Recreativos (Parques Temáticos, Termas, Aerosillas, etc.).

En cambio, desde la perspectiva de la Oferta, se podría agrupar a las unidades informantes tales como:

- Terminales (Ómnibus, Aéreas y/o FF.CC) – informando sobre cantidad de servicios que ingresan y/o egresan a la unidad geográfica
- Registro y/o Padrón de Establecimientos de Alojamiento Turístico (dependiente de la Provincia, Departamentos y/o Municipios)
- Agencias de Turismo
- Guías de Turismo.



Cabe señalar que esta distinción entre oferta y demanda no siempre resulta clara y/o tajante. Así, si se construye un padrón de hoteles con cantidad de habitaciones y tipo de servicios, se está accediendo a información que caracteriza a la oferta, pero sí, además, se cuenta por ejemplo con información sobre facturación, ello resultará indicativo de la demanda.

Una situación análoga puede encontrarse en el caso del transporte público (asientos o lugares disponibles y ocupados).

Por último, se encontró otras fuentes claves de información como ser la cantidad de Segundas Viviendas proveniente del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas y la generación de Empleo siendo información suministrada por unidades públicas y/o privadas.

### **c. Clasificación según Alcance**

En tercer lugar, resulta relevante considerar el “alcance” de los múltiples RA, respecto de contemplar claramente e identificar qué tipo de información sistematizan y almacenan cada uno de los mismos.

En efecto, se podría clasificar como ***parcial y/o total*** la información proporcionada por cada uno de los registros. El alcance, deberá considerarse para la expansión de los resultados elaborados, en base a ellos, a la población total que se procure medir y cuantificar.

Por ejemplo, se pueden encontrar RA de tipo ***parcial*** como ser las personas que visitaron algún atractivo turístico de una determinada provincia. Esta información permite visualizar sólo a una porción del universo total de visitantes (quienes ingresan a los atractivos) que podrían arribar a dicha provincia.

Por lo tanto, la información de dicho registro claramente representa sólo una porción y, por ende, si el objetivo es conocer el total de visitantes, se deberá contemplar algún proceso de conversión de forma tal que permita expandir dicho valor al total.

En cambio, entre aquellos de tipo *total* se pueden encontrar a los provenientes de accesos a la provincia, municipio y/o departamento, los cuales posibilitan una aproximación, con relativa significatividad, respecto de la medición del total de la afluencia turística. Por ejemplo, en una determinada provincia, los peajes y/o puestos camineros, al registrar el total de servicios (tanto privados – automóviles, camiones, motocicletas, casas rodantes, etc.-, como públicos – ómnibus-) según frecuencia y capacidad total de traslado de personas cuentan con vasta información de ingresos y egresos de las personas a dicha jurisdicción. No obstante, la limitación que presenta dicho registro, es la imposibilidad de diferenciar a los visitantes.(turistas y/o excursionistas) del total de personas trasladadas, para lo cual, se requerirá realizar un operativo estadístico que permita cuantificar dicha magnitud.

#### **d. Clasificación según Utilización**

Por último, interesa resaltar la importancia de contemplar la *utilización* de la información de los registros de manera ***Directa o Indirecta*** en el marco de la medición del Turismo.

La utilización de los RA se refiere a la posibilidad (o imposibilidad) de sus usos tal cual se encuentra almacenada la información de los mismos. En decir, si el mismo se utiliza tal cual fue elaborando, si se lo emplea como un insumo para un proceso de producción estadística posterior o si se lo usa para la elaboración coeficientes de distribución, etc.

Como ya se ha señalado, la utilización de los registros en general requiere un proceso de conversión estadística, que transforme a las unidades administrativas en unidades estadísticas, lo cual sugiere que se realiza una *utilización indirecta* de los mismos (por ejemplo, la cantidad de vehículos es un *insumo* para estimar la cantidad de visitantes).

Asimismo, existe la posibilidad de la *utilización directa*. Por ejemplo, en un Centro de Información Turística (CIT) de un departamento y/o municipio, el

recuento de las personas que ingresan solicitando información, podría expresarse como la cantidad de visitantes al CIT en un momento determinado. No obstante, dicha cantidad no representa en forma directa la cantidad de visitantes a la localidad y, por lo tanto, no es metodológicamente válido, generalizar sin más dicha cantidad al total de visitantes.

En este sentido, para la utilización de los RA se deberían contemplar varias cuestiones previas a su explotación como fuente de información secundaria. Entre las cuales se encuentran: qué tipo de información proporciona, cómo se almacena y acumula la misma, qué tipo de procesamiento estadístico debería realizar para poder utilizarse como indicadores de medición del Turismo, etc.

Éstas son algunas de las cuestiones requeridas para una correcta utilización de los mismos.

En síntesis, las clasificaciones presentadas se proponen como una primera propuesta de ordenamiento de los diferentes RA en base a la información registrada por cada uno de ellos en el marco de las experiencias recopiladas mediante las visitas técnicas a las jurisdicciones provinciales del país.

Resulta importante destacar que en la mayoría de las jurisdicciones provinciales, cuyo detalles e presenta en el capítulo cuarto de manera analítica en base a la primera forma de clasificación planteada, se observa una la sub-explotación de los RA como fuente secundaria de información para la producción de estadísticas de turismo.

Dicha situación se vincula directamente a la escasa articulación institucional de las áreas de producción de estadísticas de turismo con las diferentes unidades proveedoras de dichos registros.

También, se observa un reducido, salvo excepciones, desarrollo de innovaciones respecto de la utilización, con criterios metodológicos, de la información de los diferentes registros, con una fuerte impronta de su utilización de forma directa como indicador de medición del Turismo, cuyas limitaciones se han desarrollado previamente.

Lo que se busca proponer mediante el desarrollo de la clasificación, y en base a sus diferentes perspectivas, consiste en la toma de conciencia sobre la existencia y disponibilidad de los múltiples RA y el incentivo para su solicitud y posterior tratamiento estadístico con el fin de mejorar y complejizar los operativos de estadísticas en marcha, desarrollados y/o a comenzar en las diferentes jurisdicciones provinciales.

### **3.5 Síntesis y conclusiones de uso de los RA**

A partir de las experiencias relevadas sobre el uso de los RA en las distintas jurisdicciones provinciales, departamentos y/o municipios, se deberán revisar y analizar diferentes abordajes metodológicos para la elaboración y producción de estadística a partir de datos que pueden obtenerse desde distintos RA.

En primer lugar, tal como se mencionó, siempre que se trabaje con algún RA debe tenerse en cuenta cuál es la población objetivo a la que éste hace referencia. Esto resulta importante, esencialmente, para los registros de entradas a atractivos turísticos (naturales, culturales y/o recreativos).

Por ejemplo, si una provincia cuenta con cifras sobre tickets vendidos en un Parque Nacional, la oficina generadora de estadísticas del turismo debe tener presente que se está haciendo referencia sólo a los visitantes a dicho atractivo y no resultaría posible su expansión al total provincial de manera directa.

A su vez, si se cuenta con un registro sobre entradas y salidas por un acceso terrestre X, pero además en la provincia existen otros accesos de los cuales no se posee registro alguno, se deberá tener presente que en éste caso tampoco se hace referencia a la totalidad de los visitantes en la provincia, sino a los “visitantes en la provincia que ingresan por el acceso terrestre X”.

Como se mencionó, en general, se observa una escasa explotación de los múltiples registros existentes como fuente de información accesible en los diferentes niveles institucionales. Ello implica la necesidad de un proceso de concientización respecto a la utilidad y la disponibilidad de los mismos para la elaboración de estadísticas.

#### **4 - ASPECTOS DE LA METODOLOGÍA ESTADÍSTICA EN LA PROVINCIA DE RÍO NEGRO**

La responsable del manejo, sistematización y estructuración de los datos estadísticos es la Dirección Provincial de Estadística y Censos de Río Negro (DGEyC) – dependiente de la Secretaría de Planificación y Promoción Económica del Ministerio de Economía.

La DGEyC está integrada al SEN (Sistema estadístico Nacional), y está por lo tanto condicionada a la normativa dictada por su órgano rector, el INDEC, regida por la ley 17.622.

Su creación a nivel provincial tiene como fundamento la centralización normativa y la descentralización ejecutiva, a los efectos de planificar, dirigir, controlar y supervisar, las actividades estadísticas y censales que se realicen en todo el territorio provincia (Ley provincial N°10).

Uno de los aspectos críticos que presenta la DGEyC es la dificultad de obtener recursos suficientes, para llevar adelante una potencial integración provincial de todas las estadísticas municipales.

Es un doble aspecto el que debería contemplarse para lograr un programa de tales magnitudes. Por un lado, un sistema informático con la capacidad suficiente para la recepción y el procesamiento del total de datos obtenidos, a nivel de cada uno de los municipios. Asimismo, debería contar con un nutrido grupo de empleados altamente calificados, que pudiera trabajar en la continuidad y armonización de las estadísticas.

Por otro lado, debería lograr articular con los municipios para que la recolección de los datos se produzca sustancialmente in situ. Este último aspecto es el que mayor dificultad presenta, dada la fuerte heterogeneidad entre municipios que caracteriza a la provincia.

Un aspecto crítico de lo anteriormente mencionado, es la cantidad de municipios que no cuentan con un sistema propio de estadísticas,

manifestándose una notoria desigualdad territorial, a la vez que tendrían limitantes efectivos para emplear recursos humanos capacitados en el área.

No menor es la dificultad geográfica que caracteriza a la provincia, siendo que muchos de los municipios son de difícil acceso y con pronunciadas distancias entre sí. Todo ello exigiría un insumo de recursos muy por fuera del presupuesto de la provincia.

Un ejemplo concreto en la dificultad presupuestaria a nivel provincial como nacional para la obtención de estadísticas cruciales, es la confección del PBG.

El mismo comenzó a calcularse en el año 1956 por parte de la provincia, siendo el responsable de su ejecución y confección el Consejo Federal de Inversiones (CFI). Es recién en el año 1973 que su elaboración queda bajo la órbita del DGEyC. A pesar de ello, sistemáticamente el organismo debió obtener financiamiento de fuentes externas. Entre ellas, la CEPAL y el mismo CFI, quién es convocado, entre otras oportunidades, para financiar la serie 2004-2008 (ver Producto Bruto Geográfico 2004-2008, DGEyC)

No obstante los obstáculos anteriores, la DGEyC viene llevando a su cargo, y con ayuda financiera por parte del Estado Nacional, varios programas de obtención de estadísticas provinciales (ver INDEC), muchas de ellas en continua articulación con los municipios. Entre las principales se pueden numerar las siguientes: Encuesta parques industriales, Encuesta municipios, Índice de precios al consumidor, PBG, entre otras.

Las metodologías y recolección de datos utilizados a los efectos de relevar la información estadística, son primordialmente los propios datos administrativos, muestreos probabilísticos, encuestas a los municipios, sea tanto por correo (PASI) como entrevistas telefónicas (CATI, PATI).

En particular para la sistematización fehaciente de estadísticas de turismo, las complejidades anteriores se profundizan. A pesar de los esfuerzos múltiples en avanzar en esa línea, la provincia está muy lejos de un programa de centralización de los datos turísticos.

Hasta la fecha la principal fuente de datos sobre el turismo es la Encuesta de ocupación hotelera, emprendimiento conjunto con el INDEC, cuyo objetivo es medir el impacto del turismo internacional y del turismo interno sobre el sector hotelero y para-hotelero (DGEyC).

El estudio es realizado a nivel nacional por el INDEC, y particularmente para la provincia de Río Negro, se realiza en las localidades de San Carlos de Bariloche, Las Grutas, y El Cónдор.

El relevamiento de la información de la EOH es por medio directo de los establecimientos de hospedaje del turista, siempre y cuando los mismos estén debidamente registrados en los respectivos municipios.

En consonancia, la metodología para la selección de los establecimientos es a partir de una encuesta estratificada por categoría, con selección simple al azar dentro de cada estrato (Metodología de la Encuesta de Ocupación Hotelera, INDEC).

Finalmente se utilizan factores de expansión con el objetivo de lograr una estimación probabilística del total de turistas por provincia. La dificultad inherente a los sesgos y la corrección en los pesos iniciales, así como mayor detalle de los aspectos técnicos de la metodología, está disponible en el mismo sitio del INDEC.

Existen otros sesgos, no corregidos en la metodología del INDEC que provienen de relevar al turismo exclusivamente en hoteles y para-hoteles. Uno de ellos es la asimetría hacia aquellos perfiles de viajeros que se hospedan en establecimientos formalmente registrados. Problema inherente a todo relevamiento que se efectúa desde la perspectiva de la oferta.

En consecuencia, es de esperar que en su mayoría, los visitantes o excursionistas no sean contemplados en la misma. Así como tampoco los que pernoctan en lugares no registrados, como casas de familia, segundas residencias, vivienda de amigos, entre otros (CFT, 2015).

Otro sesgo es el de la edad, siendo que es esperable que los turistas más jóvenes, en una gran mayoría, no se hospeden en establecimientos formales.

A fin de complementar y reducir los sesgos anteriores, en la Argentina se llevan adelante dos encuestas exclusivamente a nivel de la demanda: la ETI y EVyTH (ambas fueron analizadas previamente).

Pero si bien amplían el perfil del turista a ser relevado, ambas presentan inconvenientes. Por un lado, la EVyTH es implementada a nivel regional y no provincial: “Debido a que la encuesta fue diseñada para obtener resultados a niveles regionales, las estimaciones provinciales deben ser consideradas con cautela: la cantidad de hogares encuestados en los aglomerados de cada provincia varía sustancialmente: lógicamente, a mayor cantidad de muestra, mayor fiabilidad (menor error estadístico) presentarán las estimaciones”.(CFT, 2015).

Aún más compleja es la ETI, la que ni siquiera tiene un nivel de análisis regional, en donde solo contempla 13 destinos dentro del país. Por ende su aplicación para la totalización de turistas para la provincia es de muy baja efectividad.(CFT, 2015).

Si bien a nivel nacional se utilizan los tres tipos de encuestas, es de resaltar que la información proveniente de la EOH es la de menor margen de error para la medición del turismo.

A pesar de los estudios para medir el turismo a nivel regional o provincial, existen inconvenientes estructurales de difícil solución. Varios de ellos provienen de la dificultad inherente al diseño institucional de los niveles subnacionales, en el esfuerzo de identificar la unidad geográfica pertinente (Massieu, 2008).

Pero un problema aún más grave es la efectiva identificación del total de turistas que ingresan a la provincia, al no existir controles inter-provinciales (Massieu, 2008). Consecuentemente, varios son los obstáculos asociados, cada uno con sus particularidades.



Una primera dificultad es el movimiento entre localidades dentro de la misma provincia, que suele contabilizarse de manera multiplicativa, tantas veces como el turista es registrado por los diversos municipios que visita. De esa forma, una suma simple por parte de cada uno de los principales municipios, podría sesgar el número total de turistas, sobredimensionándolo.

“Así, sí el corte se considera a nivel provincial, un visitante que tuvo paradas turísticas en tres ciudades de dos provincias diferentes será contabilizado dos veces (una en cada provincia).

En cambio, si se considera como destino cada ciudad o localidad, la cantidad de llegadas de visitantes que se registrarán en ese caso serán tres (dos en una de las provincias y una en la otra” (CFT, 2015).

Otra dificultad, que impacta en especial a localidades turísticas como San Carlos de Bariloche, es el ingreso por múltiples vías, varias de ellas en tránsito común con los residentes de la ciudad. Esto último dificulta radicalmente las estadísticas.

Si bien podría ser factible, a través de convenios previos a nivel inter-estatal, la cuantificación del turista en los pasos fronterizos internacionales, ingresos aéreos y buses, no así cuando la proveniencia es con movilidad propia.

#### **4.1 Las Encuestas de la Municipalidad de San Carlos de Bariloche**

Las encuestas de la Municipalidad de San Carlos de Bariloche son s por el Departamento Técnico y Estadístico de la Dirección de Desarrollo y Calidad Turística, dependiente de la Secretaría de Turismo y Producción

Para una mejor comprensión, se define “Viajero” como toda aquella persona que realiza una o más pernoctaciones en el mismo establecimiento, cuyos cargos por la prestación del servicio de alojamiento han sido abonados por la misma o por terceros, canjeados o concedidos con fines promocionales.

No se incluyen en las encuestas datos de turistas que pernoctan en la ciudad en domicilios particulares o de familiares o amigos.

Las Entradas de Viajeros se obtienen por una estimación realizada en base a las entradas de viajeros producidas en los alojamientos turísticos, según la ECH. Luego se desagregan los datos mensuales de Entrada de Viajeros por procedencia, distinguiéndose entre residentes argentinos, en Países Limítrofes y en el Resto del Mundo.

#### **a. Encuesta de Perfil del Turista**

El objetivo de la EPT es contar con información detallada acerca de las características sociodemográficas de los turistas que visitan la Ciudad de Bariloche así como conocer su opinión respecto a la oferta de servicios e indagar sobre la organización del viaje.

Periodicidad: Se realizan cuatro ondas anuales, una por cada temporada alta (verano e invierno), una en temporada media de primavera y otra en temporada baja (otoño). Cada onda de un mes de duración.

Metodología: Encuesta por muestreo probabilístico estratificado.  
Confianza del 95% y un error máximo de estimación del 5%

Marco muestral utilizado: padrón de alojamientos por estrato (Encuesta de Coyuntura Hotelera) y cantidad de turistas que recibió cada estrato en el mismo periodo de estudio del año anterior.

El tamaño de las muestras (aprox. 400 casos por onda) es variable en cada una de las ondas, dependiendo de la cantidad de turistas alojados en cada estrato, en los diferentes momentos o ciclos de la temporada.

La unidad de análisis es el grupo familiar o de amigos que comparten gastos de viaje.

Cobertura geográfica: ciudad de San Carlos de Bariloche.

Población objetivo: Turistas mayores de 18 años, residentes en Argentina y no

residentes, que hayan cumplido el 80% de su estadía, habiendo pernoctado al menos una noche en el destino, en hoteles y para hoteles.

Forma de recolección de datos: Entrevista personal realizada por encuestadores, mediante un cuestionario estructurado, a los turistas alojados en establecimientos de todas las clases y categorías. Se entrevista a un adulto en representación del grupo familiar con el objetivo de no duplicar la formación de un mismo grupo de turistas.

#### **b. Encuesta de Coyuntura hotelera**

El objetivo de la ECH es medir los pernoctes y el nivel de ocupación (total de plazas, unidades de alojamiento y habitaciones) de los establecimientos de alojamiento turístico como así también conocer algunas características de la demanda de San Carlos de Bariloche como la procedencia de los turistas.

Se releva además un conjunto de variables de la actividad hotelera tales como cantidad de puestos de trabajo ocupados, tarifas promedio, estructura de ingresos de los establecimientos, etc.

Esta encuesta permite estimar, entre otros datos:

- La cantidad de pernoctaciones (diarios, semanales y mensuales), totales y por procedencia;
- La cantidad de visitantes ingresados a los establecimientos de alojamiento turístico, totales y por procedencia;
- Las estadías promedio;
- Los puestos de trabajo ocupados, totales y s por empleados permanentes, temporarios y propietarios que trabajan.

Periodicidad: Frecuencia semanal y de relevamiento continuo a partir del 3 de Enero de 2005.

Metodología: Encuesta por muestreo probabilístico estratificado.

El marco muestral o universo está compuesto por los alojamientos turísticos de San Carlos de Bariloche y los localizados en la zona del Parque Nacional Nahuel Huapi lindera con el sur de la ciudad. También se incluyen establecimientos que por sus características especiales no integran el registro de habilitaciones (tiempos compartidos, etc.).

La actualización del universo de estudio es semanal.

El universo se encuentra estratificado en función a la clase y categoría, según el siguiente detalle:

<b>Estrato</b>	<b>Tipo de establecimiento</b>
<b>1</b>	Hotel 5*, Apart Hotel 4* y 5*, Residencia Hotel 5*
<b>2</b>	Hotel Estudiantil
<b>3</b>	Hotel Sindical
<b>4</b>	Apart Hotel 1*, 2* y 3*, CATs y DATs
<b>5</b>	Hospedajes y Albergues
<b>6</b>	Hotel 3* y 4*, Hosterías 3*
<b>7</b>	Hotel 1*y 2*, Hosterías 1* y 2*

Los establecimientos se clasifican por zona, según su ubicación

<b>1</b>	Centro
<b>2</b>	Avenida Bustillo (desde el monolito hasta el km 9)
<b>3</b>	Avenida Pioneros (toda la avenida más alrededores)
<b>4</b>	Circuito chico (Av. Bustillo desde el km 9, más ruta 82 y 258 y Villa los Coihues)
<b>5</b>	Área Catedral

Fuente: Municipalidad de San Carlos de Bariloche, Organismo: Secretaría de Turismo y Producción Servicio Estadístico: Dirección General de Información y Tecnología; Unidad Ejecutora: Dirección de Desarrollo y Calidad Turística - Dpto. Técnico y Estadístico

La metodología de implementación es a través de un cuestionario estructurado, es decir las preguntas “presentan un grupo de alternativas de respuesta, ya preestablecidas.”(Corral, 2010). De esa forma se evita el riesgo de incomparabilidad entre encuestas, al limitar el número de respuestas.

Se exige que sea contestado por los responsables de los alojamientos, y en un

procedimiento que actualmente funciona de manera digital, y se releva de manera semanal.

El muestreo es del tipo probabilístico estratificado, con dos lógicas distintas de estratificación: por categoría hotelera y por zona. El objetivo del muestreo es disponer de una cota inferior de al menos 130 establecimientos totales.

La exigencia que sea estratificado es para conservar la representatividad del total de categorías hoteleras, y de las zonas de división del ejido municipal, de forma de preservar la proporcionalidad por estrato.

La muestra estratificada con muestreo aleatorio del tipo proporcional tiene por “objetivo conseguir una muestra lo más semejante a la población en lo que a la o las variables estratificadoras se refiere” (Otzen et al, 2017).

El objetivo es obtener datos inferidos sobre la demanda y la oferta hotelera, incluyendo otra información relevante al sector. Es a su vez una fuente para estimar la cantidad de turistas que ingresan a San Carlos de Bariloche.

Esta encuesta está en implementación desde el año 2005 y fue objeto de varias modificaciones metodológicas, se consideró su modelo como la alternativa óptima para tomar como referencia en el proyecto de investigación.

No obstante, es pasible de los mismos inconvenientes que presenta la EOH, aunque con la ventaja de implementarse dentro de la administración del mismo municipio. Esto es esencial, y es justamente el elemento clave para que haya podido ser retroalimentada desde las mismas experiencias pasadas, sin depender de ninguna gestión política en particular.

Los esfuerzos desde la Secretaría de Turismo del municipio, con el objetivo de incrementar el total de establecimientos de hospedaje debidamente formalizados, fueron mejorando sustancialmente las inferencias estadísticas del número de turistas. Pero es de resaltar, a partir de reuniones tenidas con la responsable del área, que a pesar de dichas gestiones, aún se estima que alrededor de un 20% del turismo, se hospeda en lugares no habilitados.

Carácter  
Estrictamente  
Confidencial y  
Reservado  
Ley 17.622



Semana N°	_____
De	_____ 201 _____
Del	Al _____

## ENCUESTA DE COYUNTURA HOTELERA

N° de lote       **Encuestador**

**Clave del establecimiento**       **Supervisor**

Nombre de la empresa \_\_\_\_\_

Nombre de fantasía \_\_\_\_\_

Clase \_\_\_\_\_      Categoría \_\_\_\_\_

Dirección del establecimiento \_\_\_\_\_

Provincia \_\_\_\_\_      Localidad \_\_\_\_\_

Característica \_\_\_\_\_      Teléfono \_\_\_\_\_      Fax \_\_\_\_\_

E-mail \_\_\_\_\_

CUIT \_\_\_\_\_

Informante / contacto \_\_\_\_\_

### Objetivo de la encuesta:

El objetivo principal de la "Encuesta de Coyuntura Hotelera" es relevar información de los establecimientos hoteleros para elaborar indicadores que permitan medir, desde la óptica de la oferta, la evolución de la actividad y el empleo del sector así como la oferta y utilización de la infraestructura; y desde la de la demanda, el ingreso de viajeros, su origen y permanencia. Por lo tanto se elaborarán series de información sobre el grado de ocupación de las parcelas en los mismos, el uso de este tipo de alojamiento por parte de turistas residentes en el país y de los no residentes, así como la medida promedio de las noches que cada grupo pernocta.

### Confidencialidad

Según lo establecido por el Art. 10 de la Ley 17.622: "Las informaciones que se suministren a los organismos que integran el Sistema Estadístico Nacional en cumplimiento de la presente Ley, serán estrictamente secretos y sólo se utilizarán con fines estadísticos. Los datos deberán ser suministrados y publicados, exclusivamente en compilaciones de conjunto, de modo que no puede ser violado el secreto comercial o patrimonial, ni individualizarse las personas o entidades a quienes se refieran."

### Obligatoriedad de responde

Según se consigna en el Art. 11 de la Ley antes mencionada: "Todos los organismos y reparticiones nacionales, provinciales y municipales, las personas de existencia visible o ideal, públicas o privadas con asiento en el país, están obligadas a suministrar a los organismos que integran el Sistema Estadístico Nacional los datos de informaciones de interés estadístico que éstos soliciten". Por lo tanto, agrega el Art. 15 que: Incurrirán en

infracciones y serán pasibles de multa quien no entregue en término, falseen, o produzcan alguna omisión voluntaria al respecto.

### 1. Disponibilidad y ocupación del establecimiento para la semana de referencia de la encuesta

Plazas, habitaciones y unidades de alojamiento ocupadas: es la suma de plazas, habitaciones y unidades que hayan sido ocupadas en la semana de referencia.

Plazas, habitaciones y unidades de alojamiento disponibles por día: es el número de plazas, habitaciones y unidades que pueden ser utilizadas diariamente para el hospedaje.

Plazas, habitaciones y unidades de alojamiento instaladas: es el número total de plazas, habitaciones y unidades construidas de las que dispone el establecimiento, pudiendo estar disponibles o no para el uso de los viajeros. Las plazas, habitaciones y unidades instaladas pueden diferir de las disponibles en el caso de que algún sector se encuentre inutilizable circunstancialmente para el alojamiento.

	Ocupadas (en la semana de referencia)	Disponibles (por día)	Instaladas
Plazas			
Habitaciones*			
Unidades de alojamiento* (bungalows, D.A.T.s y cabañas)			

\*completar solamente habitaciones o unidades de alojamiento

### 2. Entrada de viajeros y pernотaciones según lugar de residencia

**Viajero:** Es toda aquella persona que realiza una o más pernотaciones en el mismo establecimiento, cuyos cargos por la prestación del servicio de alojamiento han sido abonados por la misma o por terceros, canjeados o concedidos con fines promocionales.

**Residente argentino:** Es toda persona cuyo domicilio se ubica en el territorio argentino. Por ejemplo: cualquier persona, aunque haya nacido en el exterior pero que vive desde hace al menos un año en la Argentina o piensa hacerlo, es considerada como residente argentino.

**No residente:** Es toda persona, que está domiciliada en el exterior, independientemente de su nacionalidad y que desempeña su actividad en el exterior, fuera del territorio argentino.

**Entrada semanal de viajeros:** Es la suma de todas las personas que ingresan al establecimiento y se hospedan como mínimo una noche en la semana de referencia. Si un viajero cierra su registraci3n en el establecimiento y luego regresa por otra estadía deberá contarse como la entrada de otro viajero.

**Pernотaciones semanales:** Se obtienen en primer término sumando la cantidad de personas que durmieron por día en el establecimiento, y luego sumando los totales diarios de los días que integran la semana de referencia.

Lugar de residencia	2.1	2.2
	Entrada semanal de viajeros	Pernотaciones semanales
TOTAL I + II		
I. RESIDENTES ARGENTINOS		
II. NO RESIDENTES		
Países limítrofes		
Resto del mundo		

### 3. Complete en el casillero que corresponda a cada día de la semana de referencia, según la residencia de los pasajeros, la cantidad de personas hospedadas

Deberá consignar al casillero que corresponda a cada día de la semana según la residencia de los pasajeros, la cantidad de personas hospedadas. Luego de completar los datos de cada día de la semana hará la suma que corresponda al total de pernотaciones en la semana de referencia. Este total debe coincidir con los totales de pernотaciones semanales según residencia del punto 2.2 de la pregunta 2.

Lugar de residencia	1	2	3	4	5	6	7	TOTAL
TOTAL I + II								
I. RESIDENTES ARGENTINOS								
II. NO RESIDENTES								
Países limítrofes								
Resto del mundo								

#### 4. Habitaciones ocupadas y camas suplementarias

##### 4.a. Ocupación semanal

Habitaciones ocupadas (Total): es la suma habitaciones que hayan sido ocupadas en la semana de referencia. Debe coincidir con las habitaciones ocupadas de la pregunta 1 y la suma de las columnas 1, 2 y 3 de esta pregunta.

Unidades de alojamiento ocupadas (Total): es la suma de unidades de alojamiento (bungalows, D.A.T.s y cabañas) que hayan sido ocupadas en la semana de referencia. Debe coincidir con las unidades de alojamiento ocupadas de la pregunta 1 y la suma de las columnas 1, 2 y 3 de esta pregunta.

	Total	Habitaciones/Unidades con ocupación plena de las plazas instaladas (1)	Habitaciones/Unidades con ocupación parcial de las plazas instaladas (2)	Habitaciones/Unidades con ocupación superior a las plazas instaladas (3)
Habitaciones* ocupadas				
Unidades de alojamiento* (bungalows, D.A.T.s y cabañas) ocupadas				

\*completar solamente habitaciones o unidades de alojamiento

##### 4.b. Ocupación diaria

Habitaciones ocupadas: es la suma de habitaciones que hayan estado ocupadas por día en la semana de referencia. La suma de todos los días debe coincidir con la respuesta de la pregunta 1.

Unidades de alojamiento ocupadas: es la suma de unidades de alojamiento que hayan estado ocupadas por día en la semana de referencia. La suma de todos los días debe coincidir con la respuesta de la pregunta 1.

	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 6	Día 7
Habitaciones *							
Unidades de alojamiento*							

\*completar solamente habitaciones o unidades de alojamiento

##### 4.c. Capacidad adicional

Capacidad adicional: Camas suplementarias y otras plazas adicionales utilizadas, no incluidas en la capacidad instalada en forma permanente en las habitaciones/unidades de alojamiento del establecimiento.

	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 6	Día 7
Capacidad adicional (plazas)							

#### 4. Tarifa aplicada por unidad de comercialización en la semana de referencia

5.a. Indique: a) la cantidad de plazas del tipo de unidad de comercialización (habitación o unidad de alojamiento) instalada de mayor proporción en el establecimiento y b) el precio de la tarifa de mostrador por día para dicha unidad. En el caso de un establecimiento tipo albergue completar la tarifa de mostrador para la plaza.

	Cantidad de Plazas
U. de comercialización más representativa	

	Importe <sup>1</sup>
Tarifa mostrador de U. de comercialización más representativa	

<sup>1</sup> Sin centavos y sin IVA.



¿Esta tarifa incluye...?

1. Media pensión hospedaje

2. Pensión completa

3. Desayuno

4. Sólo

5.b. Indique el porcentaje aproximado de habitaciones/ unidades de alojamiento ocupadas, sobre el total, a las que aplicó cada tipo de tarifa en la semana de referencia.

	Porcentaje*
Tarifa mostrador	
Tour operadores(venta individual o grupos)	
Tarifas especiales a empresas / viajeros frecuentes	
Grupos(contratado directamente con el establecimiento)	
Otros (especificar) Comply (cortesia)	
Total	

\*Porcentaje sin decimales

## 5. Personal ocupado

**Personal asalariado:** Complete con el número de personas que trabajaron en este establecimiento (aunque hayan estado ausentes, con licencia o de vacaciones) al último día hábil de la semana.

*Excluir al personal provisto por agencias de trabajo temporario, así como al personal que cumple tareas de vigilancia, gastronomía u otros servicios a las órdenes de terceras empresas contratadas para la provisión de esos servicios.*

**Personal ocupado:** Se define como el conjunto de personas remuneradas y no remuneradas, que contribuyen mediante el aporte de su trabajo, a la producción de bienes y servicios en el establecimiento durante la semana que incluye el período de referencia de la encuesta, aunque trabajen fuera de los locales del mismo.

**Salario medio:** se obtiene como resultado de la suma de todos los sueldos y salarios brutos dividido la cantidad total de empleados, por categoría (personal asalariado y personal temporario, eventual, extra).

**Sueldos y salarios brutos:** salario básico, aguinaldo, comisiones, premios, bonificaciones, horas extras, vacaciones, enfermedad y toda otra retribución (en dinero o especies) abonada por categoría (personal asalariado y personal temporario, eventual, extra).

Concepto	Cantidad	Salario medio <sup>1</sup>
<b>Personal asalariado:</b> <i>Comprende a los que trabajaron por un sueldo o jornal para este establecimiento. Excluye al personal perteneciente a agencias de trabajo temporario.</i>		
<b>Propietarios, empleadores o socios, personal no asalariado (familiares, otros):</b> <i>Comprende a los propietarios, empleadores, socios, no asalariados ya sea familiares u otros, que trabajaron para este establecimiento, por lo menos en promedio, una hora semanal.</i>		
<b>Personal temporario, eventual, extra:</b> <i>Son aquellos trabajadores que se desempeñan bajo condiciones especiales, por las cuales trabajan de manera discontinua. Incluye a las personas físicas que trabajaron (a tiempo parcial o total) en esta empresa cobrando por factura o con relación laboral temporaria (excluyendo estudios jurídicos y contables)</i>		
<b>Personal de agencia</b>		
<b>TOTAL</b>		

<sup>1</sup> Sin centavos.

## 6. Tarifa promedio (en \$, sin centavos y sin I.V.A.)

**Tarifa promedio hospedaje, por persona:** Se obtiene como resultado de dividir la facturación semanal del establecimiento en concepto de servicios de hospedaje (sin incluir servicios por restaurante, bar, telefonía, alquiler de espacios para eventos, etc.) por el total de pernотaciones en la misma semana.

\$

### 7. Estructura del total de ingresos del establecimiento

Indicar la participación porcentual de los ingresos del establecimiento para cada uno de los servicios vendidos sobre el total de los ingresos percibidos. Se obtiene dividiendo la facturación semanal de cada concepto por la facturación semanal total del establecimiento (ambos casos sin I.V.A).

	Porcentaje*
Hospedaje	
Restaurante y bar	
Alquiler de espacios y servicios por eventos	
Otros servicios no incluidos en la tarifa	
Otros (especificar):	
<b>Total</b>	<b>100%</b>

\*Porcentaje sin decimales

### 8. Reservas efectuadas

Indicar el número de habitaciones/unidades de alojamiento reservadas desde la segunda hasta quinta semanas subsiguientes a la semana de referencia de la encuesta (contada desde su finalización). Ejemplo: si la encuesta corresponde a la segunda semana del mes, se pide información para la cuarta semana del mismo mes y para las tres primeras semanas del mes siguiente.

Completar el total de habitaciones/unidades de alojamiento reservadas, contabilizando cada día de reserva para las habitaciones/unidades de alojamiento.

	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
Habitaciones* reservadas				
Unidades de alojamiento* reservadas (bungalows, D.A.T.s y cabañas)				

\*completar solamente habitaciones o unidades de alojamiento.

En caso de no tener reservas completar con ceros los casilleros correspondientes.

### 10. a ¿Se han realizado en su establecimiento congresos y/o convenciones de duración superior al día (incluye seminarios, simposios, workshops, foros) en la semana de referencia de la encuesta?

Si  No

↓  
¿Cuántos?

Indique la cantidad promedio de participantes que concurrió a los congresos y/o convenciones

Cantidad promedio de días de duración del congreso/convención

### 9. b ¿Se han realizado en su establecimiento eventos\* en la semana de referencia de la encuesta?

Si  No

↓  
¿Cuántos?

Indique la cantidad promedio de participantes que concurrió a los eventos

--	--	--

\*Evento: todo tipo de reunión, incluidas las exposiciones y los encuentros de un día de duración como máximo (como por ejemplo desayunos de trabajo, jornadas, coloquios, conferencias).

## 10. Servicios

Indique cuáles de estos servicios son brindados por el establecimiento en forma directa y cuáles contratados a terceros en la semana de referencia.

	1. Por cuenta propia	2. Por cuenta de terceros	3. No cuenta con este servicio
Lavandería	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restaurante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gimnasio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mantenimiento de parques y jardines	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vigilancia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 11. Cierre temporario

Indique si el establecimiento cerrará en forma temporaria en el transcurso de los próximos 60 días.

Desde

Hasta

## 4.2 Resultados del proyecto de investigación

La primera etapa del proyecto de investigación estuvo centrada en el relevamiento de información, por medio de entrevistas a diversos funcionarios. Entre ellos, a la anterior directora del DGEyC, quién manifestó su profunda preocupación en obtener herramientas metodológicas para subsanar lo anterior.

En la misma dirección, con la anterior Subsecretaria de Turismo de la provincia, Silvia Luzzardi, se delinearon posibles alternativas que permitieran avanzar en esa línea.

Asimismo se intentó llevar adelante una serie de encuentros con varios referentes municipales, para poder diseñar una metodología a nivel provincial, que permitiera el tránsito hacia un mejor relevamiento y sistematización de las estadísticas del turismo.

Pero las dificultades anteriormente mencionadas, sumadas a las propias coyunturas políticas, fueron un limitante para que las reuniones pudieran establecerse en varios de los municipios de interés.

Así y todo, a través de contactos vía emails y el envío de información, se pudo ir construyendo un mapa de las principales dificultades de los municipios de mayor envergadura.

No obstante, se logró avanzar en una metodología integral para la provincia, combinando la existente en San Carlos de Bariloche, con modificaciones ad hoc en base a lo relevado por diversos referentes municipales, en especial, con la dirección de estadísticas del Bolsón.

La información suministrada por los referentes de los municipios que fueron objeto del presente proyecto, permitió caracterizar las deficiencias y dificultades que enfrentan la mayoría de los municipios. De esa forma se pudo visualizar que era extremadamente difícil lograr replicar la estructura de la ECH en los municipios restantes.

Las Grutas tiene la particularidad de contar con alojamientos prominentemente informales, en promedio de tipo familiar, donde la estructura de la ECH es de imposible o muy compleja aplicación.

El Bolsón, si bien cuenta con una administración similar a la de Bariloche, con una secretaría de turismo que destina recursos hacia la sistematización de la información, padece de un alto grado de establecimientos informales, entre ellos una gran mayoría de campings.

Por lo anterior fue necesario reconstruir la metodología de Bariloche, tomando

en consideración los aspectos críticos anteriormente detallados, a los efectos de hacer un aporte hacia la sistematización de las estadísticas a nivel provincial.

El proceso hacia la nueva metodología se constituyó en dos etapas: una primera donde se trabajó sobre la base de los contactos vía email con los referentes municipales; reuniones con referentes funcionarios en Bariloche; y literatura especializada en la temática.

De todo lo anterior surgió el modelo de metodología que se presentó en una capacitación en forma de taller, en las instituciones de la Secretaría de turismo del Bolsón.

La segunda etapa fue la definitoria del modelo, sobre la base de la devolución que nos hiciera el personal especializado de El Bolsón. La misma emergió como consecuencia de los resultados del taller, en el cuál se sustanciaron los aspectos críticos a ser considerados para optimizar los resultados de las encuestas en la localidad.

De ese trabajo resultó una encuesta hotelera modelo, que podría servir como prototipo para ser implementado entre los municipios más grandes de la provincia.

Su diseño se muestra a continuación



EMPADRONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS: ENCUESTA DE COYUNTURA HOTELERA - EL BOLSON										
AÑO						COD. ESTABLECIMIENTO				
FECHA DESDE	DD	MM	AA			COD. ENCUESTADOR				
CALIFICACION PROVINCIAL						COD. SUPERVISOR				
CALIFICACION MUNICIPAL						FECHA SUPERVISION	DD	MM	AA	
<b>GENERALES</b>										
TIPO DE ESTABLECIMIENTO										
NOMBRE DE FANTASIA										
RAZON SOCIAL										
C.U.I.T.										
CONDICION DE TITULARIDAD				PROPIETARIO	CONCESIONARIO			INQUILINO		
DIRECCION DEL ESTABLECIMIENTO	OTRA CONDICION (ACLARAR)									
DIRECCION LEGAL	CALLE/NRO/BARRIO									
TELEFONO DEL ESTABLECIMIENTO:	CALLE/NRO/CIUDAD/PROVINCIA									
<b>CONTACTO</b>										
NOMBRE PERSONA DE CONTACTO										
TELEFONO DE CONTACTO										
EMAIL DE CONTACTO										
CARGO EN LA EMPRESA										
<b>INFRAESTRUCTURA</b>										
<b>HOTELES/PARAHOTELES</b>										
CANT. HABITACIONES INSTALADAS										
CANT. DE PLAZAS INSTALADAS										
CANT. DE UNIDADES DE ALOJAMIENTO (CABAÑAS/BUNGALOWS)										
<b>CAMPINGS</b>										
EMPLAZAMIENTO	URBANO/RURAL									
PERIODO DEL AÑO ABIERTO	DESDE:			HASTA:						
CANT. DE FOGONES										
METROS CUADRADOS										
CANT. DE DORMIS/CABAÑAS/ETC										
DISP. DE CLOACAS	SI/NO			DUCHAS CON AGUA CALIENTE			SI/NO			
PROVEDURIA	SI/NO			DUCHAS CON AGUA FRIA			SI/NO			
S. U. M	SI/NO			SANITARIOS POR SEXOS			SI/NO			
COSTA RIO/LAGO	SI/NO			MALETIN DE 1EROS AUXILIOS			SI/NO			
GUARDAVIDAS	SI/NO			MATAFUEGOS			SI/NO			
SEPARACION DE RESIDUOS	SI/NO			TELEFONO			SI/NO			
COMPOSTERA	SI/NO			WI-FI			SI/NO			
<b>TODOS LOS FOGONES DISPONEN DE:</b>										
PILETA/LAVATORIO	TODOS/ALGUNOS									
AGUA POTABLE DE RED	TODOS/ALGUNOS									
AGUA POTABLE BIDONES SIN CARGO	TODOS/ALGUNOS									
ELECTRICIDAD 24 HS SIN CARGO	TODOS/ALGUNOS									
ELECTRICIDAD DIARIA/NOCTURNA	TODOS/ALGUNOS									
<b>CASAS PARTICULARES</b>										
CANT. DE HABITACIONES INSTALADAS										
<b>TODAS LAS HABITACIONES DISPONEN DE:</b>										
BAÑO PRIVADO	TODOS/ALGUNOS									
FRIGOBAR/HELADERA INDIVIDUAL	TODOS/ALGUNOS									
KITCHENETTE	TODOS/ALGUNOS									
<b>SERVICIOS DISPONIBLES CON CARGO Y/O INCLUIDOS EN LA TARIFA BASICA (MARCAR SI-NO)</b>										
<b>GENERALES</b>	<b>C/CARGO</b>	<b>INCL</b>	<b>EN TODAS LAS HABITACIONES</b>				<b>C/CARGO</b>	<b>INCL</b>		
MALETERO/BOTONES			BAÑO PRIVADO EN HABITACION							
ESTACIONAMIENTO CERRADO/TECHADO			FRIGOBAR							
DESAYUNO			CAJA DE							
RESTAURANT/COMEDOR			SATELITAL/							
CAFETERIA/BAR			INTERNET/WIFI EN HABITACION							
CALEFACCION EN LOBBY			CALEFACCION EN HABITACION							
AIRE ACOND. EN LOBBY			AIRE ACOND. EN HABITACION							
INTERNET/WIFI EN LOBBY										
PC EN LOBBY										
PISCINA										
SAUNA										
SPA										
GIMNASIO C/APARATOS										
VESTUARIOS POR SEXO										
VESTUARIOS PARA DISCAPACITADOS										
TRANSFER CHECK IN-OUT										
PERSONAL BILINGÜE										
LAVANDERIA/PLANCHADO										
EXCURSIONES										
ALQUILER DE ROPA DE NIEVE/ACCESORIOS										
PLAY-ROOM										
ANIMADORAS INFANTILES										
SALON PARA EVENTOS SOCIALES										
COSTA DE RIO/LAGO										
<b>ESTRUCTURA DE INGRESOS EN EL ULTIMO AÑO</b>										
<b>CONCEPTO</b>								<b>% DEL TOTAL</b>		
		HOSPEDAJE								
		RESTAURANT/BAR								
		SERVICIOS DE HABITACION (C.SEG/LAV/FRIGOBAR)								
		GIMNASIO/SPA/SAUNA								
		SERVICIOS TURÍSTICOS (EXC/ALQ.ROPA/TRANSFER)								
		ESPACIO Y SERVICIOS PARA EVENTOS								
		OTROS (ACLARAR)								
<b>TOTAL</b>								<b>100%</b>		

Fuente: Elaboración Propia

### **4.3 Principales contribuciones de la metodología propuesta**

En este epígrafe se detallarán las modificaciones de diseño de la nueva propuesta de encuesta, en relación al confeccionado actualmente por la ciudad de Bariloche.

El formato es general para todos los municipios, aunque no todos presenten la misma cantidad de categorías de alojamiento. No obstante, es de esperar que conserven en el diseño de las bases de datos el total de categorías que se propone relevar. De esa forma se podrá mantener un registro total y continuo en el tiempo, de la dinámica de los alojamientos a nivel de toda la provincia.

También permitirá a los municipios incorporar modificaciones sin que se deba reestructurar el diseño, a la vez que contarán con una herramienta en la toma de decisiones que les ofrecerá un mapa temporal de la evolución por cada tipo de alojamiento.

Un ejemplo aclarador de lo anterior es el caso de la localidad de El Bolsón. En la capacitación surgió la dificultad en el seguimiento y estructuración de los campings, y que preferían no contabilizarlos dentro de las estadísticas.

En consecuencia, en las modificaciones que enviaron no contemplaron la categoría camping. La recomendación fue no excluirla del diseño del sistema general de estadísticas, sino no completar todo lo referente a campings, hasta tanto vieran viable incorporarlo como una categoría a comenzar a analizar.

Se resaltó la importancia de homogeneizar la tipificación a nivel de toda la provincia, y el impacto que tendría sobre las políticas locales a nivel de los municipios.

- 1) Se han reducido planillas que desde la perspectiva del equipo del proyecto, redundan y complejizan el diseño de la encuesta. De esa forma únicamente se propone el relevamiento de los datos a nivel diario, y la información tanto semanal como mensual se contabilizaría a partir de fórmulas automatizadas en el entorno del sistema informático a desarrollar



- 2) Se ampliaron en el diseño los agregados de categorías de alojamiento, de forma de ser más flexible a las posibilidades concretas de cada municipio. Un caso concreto es el de los campings, que aparecen como un ítem separado del resto de los alojamientos.
- 3) Se rediseñó el formato de las planillas de la encuesta, contemplando el mismo espíritu de reducir la complejidad en la carga y sistematización de la encuesta.
- 4) Se mantuvo el objetivo de la ECH de diferenciar la información de la oferta y la demanda hotelera, pero unificando en una única planilla ambos datos. El diseño se reestructuró dividiendo, para cada ítem, entre instaladas, disponibles y ocupadas. Los ítems contemplados son: plazas, habitaciones, unidades de alojamiento y fogones
- 5) Se redujo a una única planilla, y de diseño más simple, la información referente al personal hotelero.
- 6) Fueron eliminadas las planillas orientadas a la búsqueda de información relativa a los ingresos de los alojamientos. Una de las principales críticas que surgió en la capacitación en El Bolsón, es la dificultad que los responsables de los alojamientos brinden dicha información.

A la vez que argumentaban que su inclusión podría predisponer negativamente la actitud hacia el resto del cuestionario, afectando los objetivos centrales.

En conjunto con el diseño de la encuesta se presentaron en la capacitación dos indicadores, que a modo de ejemplo, buscan visualizar la importancia del uso de las estadísticas en la toma de decisiones de los funcionarios públicos.

La construcción de tales indicadores se logra a partir de los mismos datos relevados en la encuesta, y funcionan como “alertas para la orientación de las

políticas públicas”:

- 1) Indicador de infraestructura (capacidad potencial no instalada):

$$I = \frac{\text{unidades instaladas} - \text{unidades disponibles}}{\text{unidades disponibles}}$$

- 2) Indicador de exceso de oferta (ociosidad no deseada)

$$I = \frac{\text{unidades disponibles} - \text{unidades ocupadas}}{\text{unidades disponibles}}$$

## 5 - ANALISIS TURISTICO DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO

### 5.1 Observatorio Turístico Río Negro (Observatur Río Negro)

Creado por Ley N° 4805 en 2012, el Observatorio Turístico Río Negro, Observatur Río Negro, se ha proyectado como una estructura técnica, interdisciplinaria, de análisis y monitoreo sistemático de la actividad turística en la Provincia, con dependencia funcional y organizacional del Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte.

#### **Los objetivos principales del Observatur son:**

**Generar y recopilar** información precisa, fiable, sistemática y comparable para determinar la situación y evolución del turismo en la Provincia, que pueda ser utilizada para la elaboración de medidas de actuación o tomas de decisión.

**Diseñar**, implementar y evaluar el plan de gestión de las actividades estadísticas relacionadas con el turismo.

**Establecer** y poner en marcha un sistema de indicadores turísticos que faciliten el monitoreo permanente del desarrollo turístico en la provincia.

**Promover** la realización de investigaciones específicas acerca del desenvolvimiento del sector.

**Formular** diagnósticos sectoriales y subsectoriales el sector turístico.

**Difundir** la información obtenida, atendiendo a criterios metodológicos, técnicos y de transparencia y oportunidad, facilitando su uso y consulta.

**Contribuir** a optimizar la competitividad del turismo rionegrino.

El Observatur Río Negro tiene las siguientes facultades:

- a) Dictar sus propias disposiciones de funcionamiento interno y las reglamentaciones necesarias en las materias de su competencia.
- b) Representar a la Provincia como organismo oficial estadístico de turismo ante organismos nacionales, internacionales, gubernamentales, no gubernamentales, empresas, particulares y redes de información.
- c) Alentar la suscripción de convenios que coadyuven a la consecución de sus fines.
- d) Proponer e implementar acciones de capacitación, en temas de su incumbencia, destinadas a los de la actividad turística.
- e) Implementar metodologías de búsqueda, medición y comparación de datos que faciliten la determinación de indicadores turísticos.
- f) Asistir a organizaciones gubernamentales, técnicas, empresariales y gremiales en la elaboración de diagnósticos y atender a sus solicitudes de asesoramiento y cooperación.
- g) Complementar técnicamente los sistemas estadísticos de entidades oficiales, universitarias, empresariales y organizaciones no gubernamentales existentes, promoviendo una óptima calidad de la información producida

Con el desarrollo del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Río Negro 2016-2020 sobre la base de un relevamiento telefónico a distintos inmuebles y con otros Registros Administrativos, se comienza en el 2015 a desarrollar las estadísticas de la provincia en principales destinos: Las Grutas, San Antonio Oeste y Puerto San Antonio, Playas Doradas, El Cóndor, El Bolsón y San Carlos de Bariloche, durante las temporadas de Verano, Carnaval, fines de semana largos y temporadas.

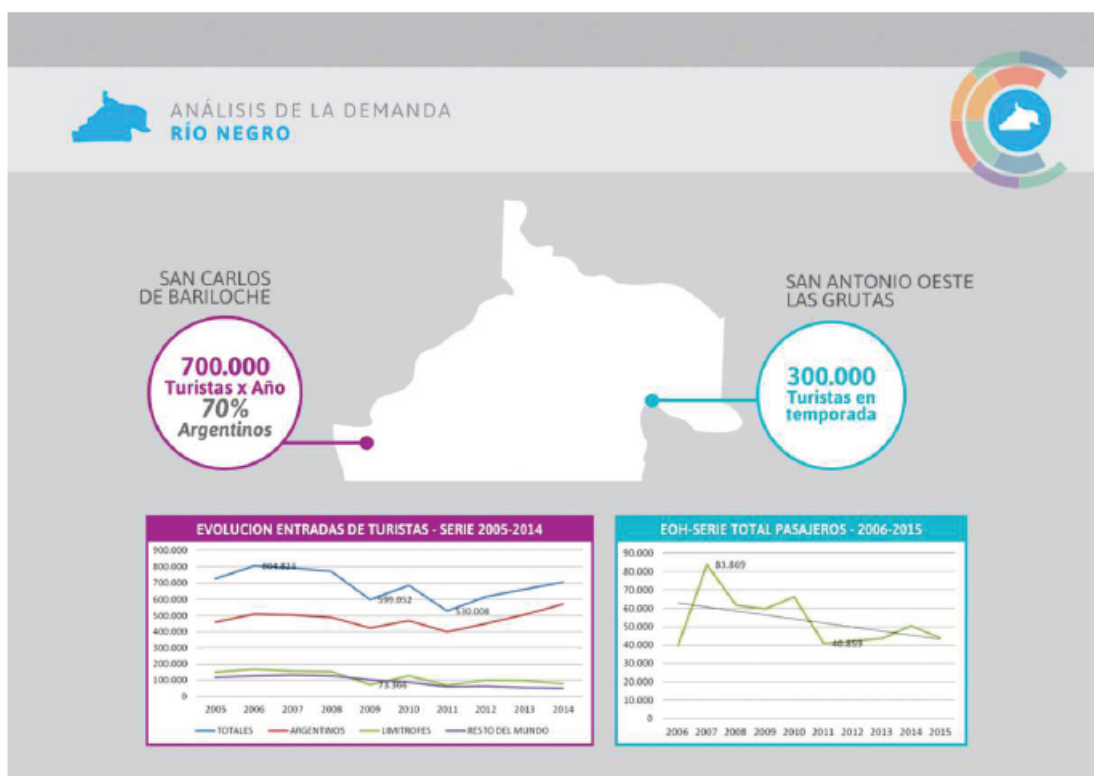
Desde que comenzó el presente proyecto se han solicitado informes al Obsevatur para conocer más a fondo la metodología utilizada, encuestas y fuentes primarias y los tipos de Registros Administrativos.

## 5.2 Análisis de la Demanda y Oferta de la Provincia de Río Negro

### 5.2.1 Análisis de la Demanda

Figura N° 8

#### Análisis de la demanda



Fuente Plan estratégico Turístico Sustentable 2016-2020 Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes

La provincia de Río Negro se ha enfocado en los mercados brasileño y chileno implementando estrategias concretas con misiones comerciales, orientadas a recuperar ese mercado en el corto y mediano plazo.

Para visualizar la evolución de la demanda se analizaron dos encuestas, la encuesta de coyuntura hotelera (ECH), para la localidad de San Carlos de Bariloche, y la encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) para Las Grutas y Viedma-El Cóndor.

Se analizan estos destinos, ya que conjuntamente representan aproximadamente el 83,45% del total de las plazas.

Ambas encuestas son metodológicamente comparables entre ellas y con el resto del país, pero esto no hace posible realizar un análisis de crecimiento de la oferta en toda la provincia en los últimos 10 años.

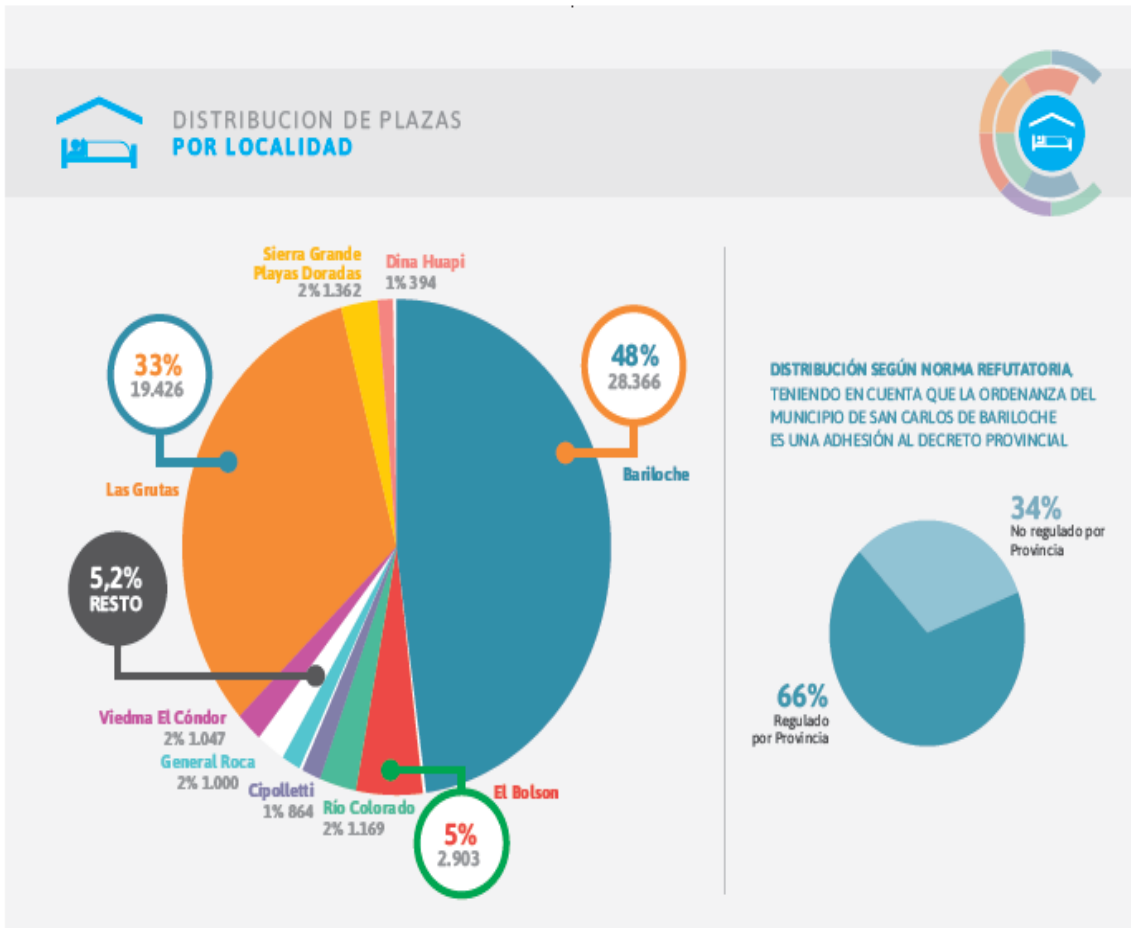
En el resto de los destinos de la provincia cada municipio tiene su propio criterio metodológico, lo que no permite compararlos, y por lo tanto, analizarlos en forma agregada.

Se observan altas y bajas en cantidad de turistas y en distribución en el tiempo, pero la tendencia es estable.

### **5.2.2 Análisis de la Oferta**

#### **Figura N° 9**

## Análisis de la Oferta



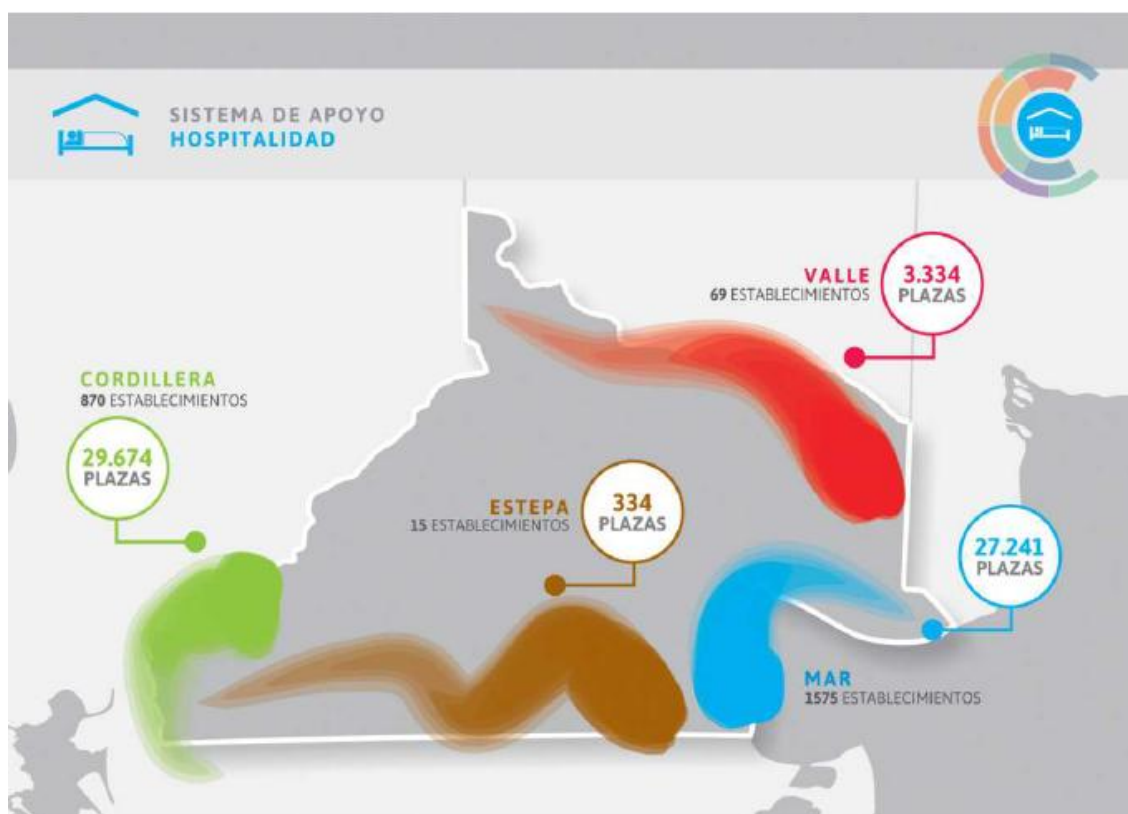
Fuente Plan estratégico Turístico Sustentable 2016-2020 Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes

La provincia de Río Negro se encuentra muy bien posicionada en términos de cantidad de plazas ofrecidas.

Sin embargo, tomando la oferta de alojamiento como principal componente de la oferta turística, ésta se encuentra muy concentrada en sus principales destinos.

Tal y como se percibe actualmente, esta estructura de oferta est  preparada para una demanda preferentemente nacional, familiar y de perfil de gasto promedio moderado.

Figura N° 10 Sistemas de Apoyo - Alojamiento



Fuente Plan estratégico Turístico Sustentable 2016-2020 Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes

Río Negro cuenta con una variada y disímil distribución de la oferta de alojamiento así como en tipologías, calidad y ubicación según el desarrollo de las regiones.

- **Cordillera:** 29.674 plazas en 870 establecimientos
- **Estepa:** 334 plazas en 15 establecimientos
- **Valles:** 3334 plazas en 69 establecimientos
- **Costa:** 27241 plazas en 1575 establecimientos

Por otra parte, desde otras fuentes de información, los datos del número de establecimiento como plazas se concentran también en las ciudades de San Carlos de Bariloche, El Bolsón y Las Grutas como lo muestra el siguiente cuadro N° 1

Listado establecimientos y plazas según principales localidades de la provincia de Río Negro

Localidad	Habitantes censo 2010	%	2016				2017	
			Establecimientos (*)	%	Plazas	%	Establecimientos	Plazas
S.C.Bariloche	112.887	27,8%	664	65,6%	28.358	72,7%	s/d	s/d
El Bolsón	19.009	4,7%	175	17,3%	3.295	8,4%	s/d	s/d
Las Grutas (**)	4.807	1,2%	58	5,7%	2.858	7,3%	1.270	16.076
Gral.Roca	90.607	22,3%	26	2,6%	1.043	2,7%	s/d	s/d
Dina Huapi	3.730	0,9%	23	2,3%	394	1,0%	s/d	s/d
Río Colorado	13.828	3,4%	20	2,0%	689	1,8%	s/d	s/d
El Cóndor	746	0,2%	12	1,2%	374	1,0%	15	1.215
Viedma	53.618	13,2%	11	1,1%	677	1,7%	9	636
Cipoletti	85.161	20,9%	11	1,1%	864	2,2%	s/d	s/d
San Antonio Oeste	21.643	5,3%	6	0,6%	303	0,8%	s/d	s/d
Puerto San Antonio Este	381	0,1%	3	0,3%	82	0,2%	20	167
Playas Doradas	194	0,0%	3	0,3%	91	0,2%	94	1.038
<b>Totales</b>	<b>406.611</b>	<b>100,00%</b>	<b>1.012</b>	<b>100,00%</b>	<b>39.028</b>	<b>100,00%</b>		
<b>Totales provinciales</b>	<b>596.406</b>		<b>2.473</b>		<b>58.788</b>			
<b>% de cobertura provincial</b>		<b>68,2%</b>		<b>40,9%</b>		<b>66,4%</b>		

Fuentes: Cantidad de Habitantes, Dir. de Estadística y Censos de Río Negro, en base Redatam de INDEC; Cantidad de establecimientos y plazas, Turismo R.N.

(\*) Ordenado por nro. de Establecimientos

(\*\*) En 2017 se contabilizan las casas de familia habilitadas como hospedaje.

La Grutas es el destino de veraneo de las personas que viven en la cordillera y en un gran porcentaje son dueños de departamentos o casas que pasan en promedio 20 días de la temporada en ellos y el resto lo alquilan a turistas.

En la temporada de invierno, este balneario con el avistaje de fauna marina, recibe muchos turistas para embarcarse y apreciar desde cerca ballenas francas australes, delfines, lobos marinos y chorlos.

Por otra parte, el municipio en el año 2017 reforzó la campaña para regularizar y categorizar a los establecimientos DAT y CAT pasando de 58 establecimientos registrados en el año 2016 a 1270 establecimientos en el 2017, con un total 16.076 plazas.

Las Grutas después de Bariloche es el principal balneario de la costa y como dijimos anteriormente, la metodología utilizada para cuantificar los datos de turistas son en base a encuestas telefónicas y cruce de otros Registros Administrativos, por lo que se hace muy difícil compararlos con otros datos.

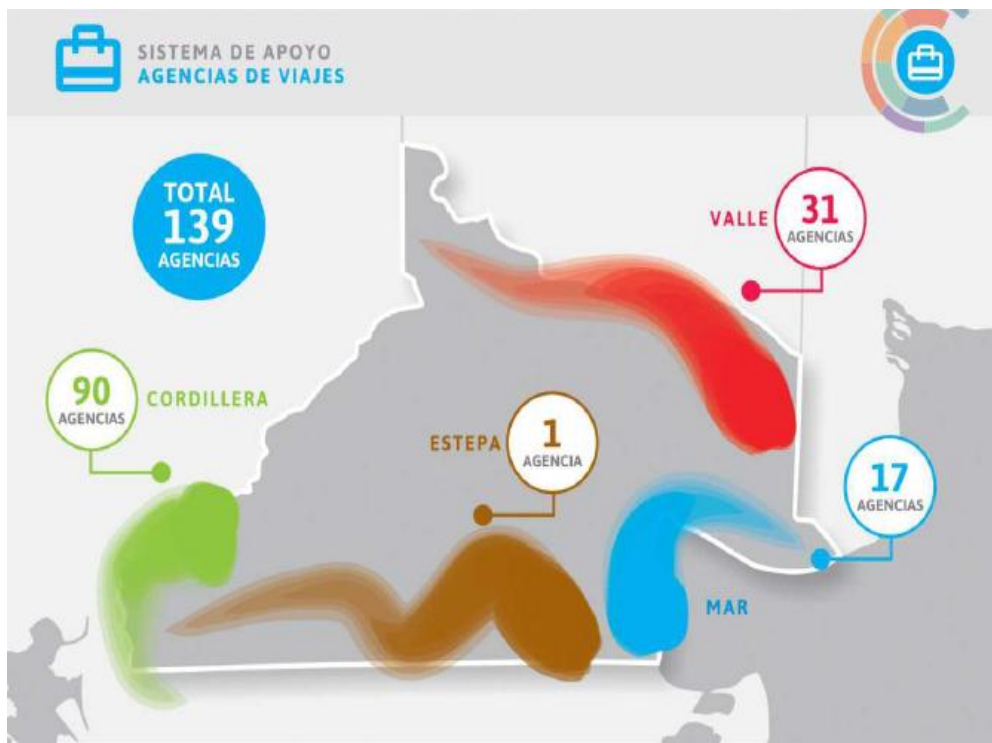


El municipio no cuenta con infraestructura adecuada, suficiente personal calificado para hacer una encuesta, que solo se realizaría en la temporada de verano.

La oferta gastronómica de la provincia acompaña a la oferta de alojamiento y actividades caracterizando a cada región.

La provincia cuenta con un total de 189 agencias de viajes destinadas a atender las necesidades de los turistas, facilitar su viaje en el destino turístico, concentradas en la ciudad de San Carlos de Bariloche (90 agencias)

**Figura N° 11 Sistema de Apoyo- Agencias de Viajes**



RFuente Plan estratégico Turístico Sustentable 2016-2020 Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes-RN

No hay referencia de cuantas se dedican a actividades de turismo receptivo y aquellas que se dedican al emisor.

## 5.2.3 Productos Turísticos De La Provincia

### Productos Prioritarios

- **Nieve/** esquí, snowboard, trineos, recreación, festividades.
- **Activo ecoturismo/**  
Avistaje de fauna/ marina (ballenas, delfines, lobos marinos)  
Observación de aves/ (cantidad, rareza, singularidad); senderos en áreas naturales protegidas.
- **Aventura/** trekking, escalada, rafting, rappel, tirolesa.
- **Eventos/** (reuniones, deportivos, fiestas, competencias, desafíos, sociales, culturales).
- **Religioso/** (en todas las expresiones de la fe: cultos, creencias, devociones, manifestaciones, monumentos).
- **Gastronomía/** (productos regionales, recetas, costumbres, cerveza y sidra).
- **Vino/** bodegas, viñedos, museos, degustaciones y catas.
- **Ferrocarriles /** Tren Patagónico, La Trochita, Trenes históricos.
- **Ruta 40.**

### Productos Secundarios

- **Sol y Playa/** (mar, ríos, lagunas y lagos).
- **Deportes/** pesca, golf, de viento, náuticos, automovilismo, ecuestres.
- **Bienestar/** terapias complementarias.
- **Cultura/** étnico en sentido amplio: mapuches, árabe, galeses, coreanos, alemanes, rusos, colectividades europeas tradicionales (italianos y españoles).
- **Rural/** agroturismo.
- **Científico.**
- **Paleontológico.**
- **Alta Gama.**
- **Idiomático.**

Fuente : Plan estratégico de turismo sustentable 2016-2020 / provincia de río negro

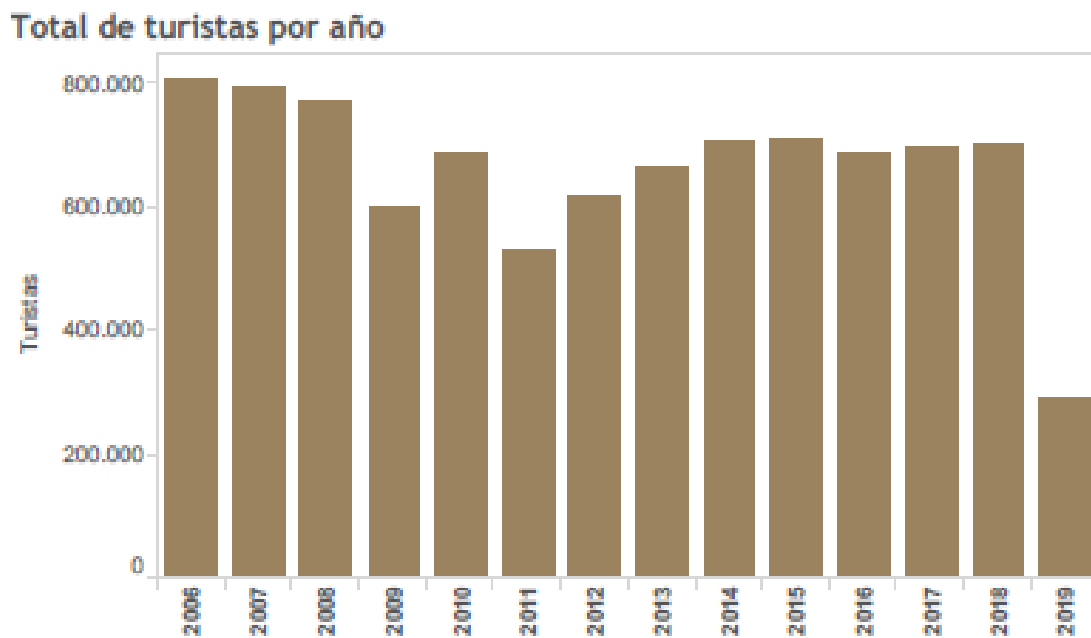
### 5.3 Análisis de la Demanda y La Oferta y de San Carlos de Bariloche

Para el análisis de la oferta y la demanda de la ciudad de San Carlos de Bariloche se utilizaron los datos de la Encuesta de de Coyuntura Hotelera elaborados por la Secretaría de Turismo y Producción, Servicio Estadístico: Dirección General de Información y Tecnología; Unidad Ejecutora: Dirección de Desarrollo y Calidad Turística - Dpto. Técnico y Estadístico

#### 5.3.1 Análisis de la Demanda de Bariloche

##### a. Análisis Cuantitativo

**Grafico N°1 Evolución del Total Turistas Llegado por años  
Anos 2008 al 2019**



Fuente: Secretaría de Turismo y Producción de Bariloche

**Cuadro N° 2 - Evolución del Total Turistas Llegado por años  
Anos 2008 al 2019**

<b>Años</b>	<b>Total de Turistas x Año</b>
2006	804.823
2007	791.633
2008	771.028
2009	599.052
2010	684.872
2011	530.008
2012	615.756
2013	660.493
2014	705.113
2015	706.299
2016	685.308
2017	695.348
2018	698.935

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción de Bariloche

Entre 2007 y 2009 se registran tasas negativas que indican una disminución constante en la cantidad de turistas que arribaron a Bariloche, aunque el segmento de visitantes provenientes del resto del mundo presentó tasa negativa a partir del año 2008, consecuencia de la crisis económica y financiera internacional.

En 2009 la entrada de viajeros registra una caída importante, especialmente entre los turistas provenientes de países limítrofes, debido al brote de Gripe A N1H1 durante la temporada invernal.

A pesar de que en 2010 se observa un recupero en el que se destacan nuevamente las entradas de turistas de países limítrofes, no se llega a alcanzar los valores registrados en 2006.

Con la erupción del Cordón Caulle-Puyehue en Junio de 2011, se produce la mayor caída en la entrada de turistas a lo largo de la serie, afectando el ingreso

de visitantes en los meses siguientes. El aeropuerto internacional de Bariloche permaneció sin operar desde el día 4 de Junio de 2011 hasta mediados de Enero de 2012.

El año 2012 vuelve a registrar tasas de crecimiento importantes en la entrada de turistas, aunque en valores absolutos no se llega a igualar los producidos antes de 2008.

En 2013, 2014 y 2015 la entrada de viajeros registró un crecimiento importante en el segmento de turistas argentinos, alcanzando en 2015 el mayor número de ingresos de los últimos 10 años, sin embargo se observa una caída importante en la entrada de turistas provenientes de países limítrofes y del resto del mundo.

En el año 2016 puede observarse una caída en la entrada de turistas argentinos, sin embargo se registra un leve crecimiento en los segmentos de turistas extranjeros.

En 2017 se evidencia una recuperación del segmento de turistas argentinos con respecto a 2016, sin embargo se observan tasas negativas para los turistas provenientes de países limítrofes.

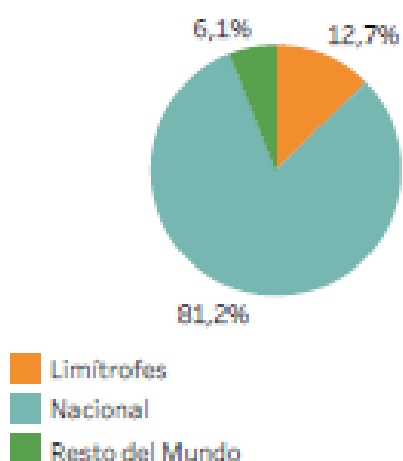
El siguiente cuadro muestra la cantidad de turistas arribados por año, según su procedencia:

**Cuadro N° 3 Procedencia de Turistas Entrados a Bariloche- Años 2008 al 2017**

CUADRO 1	ENTRADA de TURISTAS												
	AÑO	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TOTALES	727.784	804.823	791.633	771.028	599.052	684.872	530.008	615.756	660.493	705.113	706.299	685.308	695.348
ARGENTINOS	459.665	510.145	504.308	490.733	423.490	468.289	400.491	450.827	505.844	573.052	604.372	577.189	590.426
LIMITROFES	151.418	168.881	155.262	152.584	73.366	127.287	68.830	101.130	97.821	79.700	62.932	68.262	65.020
RESTO DEL MUNDO	116.701	125.797	132.063	127.711	102.196	89.296	60.687	63.799	56.828	52.361	38.995	39.857	39.902

## Grafico N° 2 - Procedencia de los Turistas

Origen de los turistas:



Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

El 81.2 % corresponde a turistas Nacionales cuyas procedencias mostramos a Continuación

## Cuadro N° 4 – Procedencia de los Turistas Nacionales

Provincia	% Turistas
Buenos Aires	26.3 %
CABA	21.5%
Exterior	18.8%
Santa Fé	11.1 %
Córdoba	5.2 %
Neuquén	3.6 %
Mendoza	2.0%
Rio Negro	2.0%
Tucumán	1.4%
Entre Ríos	1.4%
Chubut	1.1%

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

Un 26.3 % proceden de la provincia de Buenos Aires, el 21,5% de Capital Federal y el 11.1 a la provincia de Santa Fé.

Si analizamos la procedencia de los turistas extranjeros nos encontramos que la mayoría proceden de los países limítrofes 7,0% de Brasil y 4,5 % de Chile y de los países europeos, 1.2% proceden de España, y el 0.8% de Francia.

#### **Cuadro N° 5 – Procedencia de los Turistas Internacionales**

<b>País</b>	<b>% Turistas</b>
Argentina	81.2%
Brasil	7.0%
Chile	4.5%
España	1.2%
Francia	0.8%
Uruguay	0.8%
Estados Unidos	0.7%
Israel	0.6%
Alemania	0.5%
Colombia	0.4%
Paraguay	0.4%
México	0.2%

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

Entre los motivos por los cuales los turistas viajaron a Bariloche están::

#### **Cuadro N° 6 – Motivo de Viaje de los Turistas arribados a Bariloche**

<b>Motivo de Viaje</b>	<b>% Turistas</b>
Otros /Ns.Nc	28.7%
Quería conocerlo	23.4%
La belleza del lugar	23.3%
La nieve / esquiar	7.0%
Hacia mucho que no veníamos	4.4%
Estaba en el Paquete	4.3%
La tranquilidad para descansar	3.7%
Recorrer la zona	2.4%
El Clima	0.9%
Cercanía	0.9%
El Precio económico	0.8%
La tranquilidad para descansar	0.2%

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

Si se analiza como era la composición del grupo se encuentra que el 44,8 % corresponde al grupo familiar, el 28.5% es unipersonal, el 8.0% representa el grupo de trabajo y el 7.7% está conformado por grupo de amigos.

Analizando la estadía de los turistas se encuentra que un 36.7% pernocta 7 o más noches y un 35,8% de 5 a 6 noches, es decir una semana de estadía.

**Cuadro N° 7 – Cantidad de noches de estadía de los Turistas**

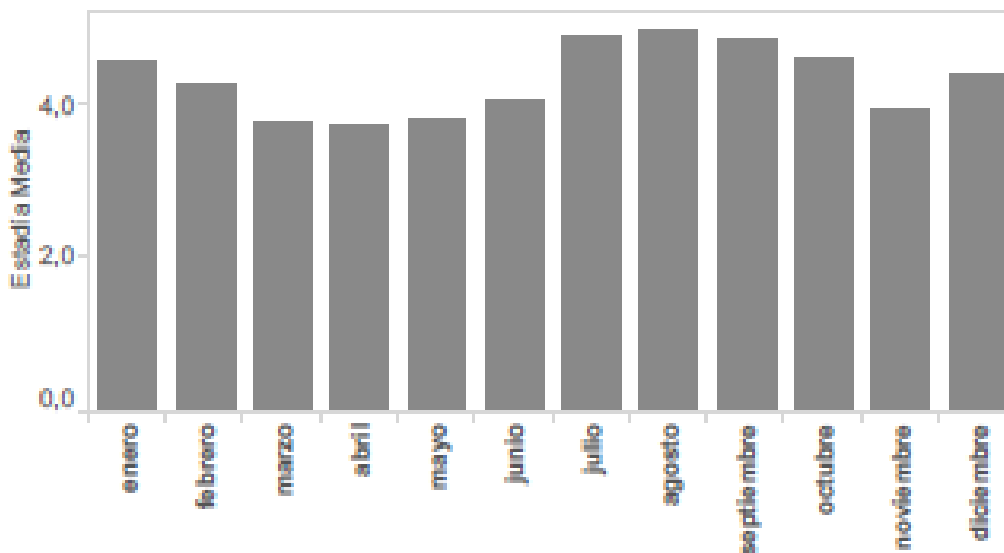
Cantidad de noches	% noches
2 o menos noches	5.8 %
3 a 4 noches	21.6%
5 a 6 noches	35.8%
7 o más Noches	36.7%

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

Si se analiza las estadía por mes, se advierte que los meses del año de estadía mas alta corresponden a los períodos de Verano ( diciembre, enero y febrero) y al invierno ( julio, agosto y septiembre) como lo muestra el próximo grafico y cuadro correspondiente.

**Grafico N° 3**

**Estadía media por mes**



Fuente: Secretaría de Turismo y Producción



### Cuadro N° 8 - Estadía por mes en porcentaje:

Mes	Estadía en %
Enero	4.5
Febrero	4.2
Marzo	3.8
Abril	3.7
Mayo	3.8
Junio	4.0
Julio	4.9
Agosto	5.0
Septiembre	4.8
Octubre	4.6
Noviembre	3.9
Diciembre	4.4

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

#### **b. Análisis Cualitativo - Características de la Demanda**

El Plan Estratégico de Turismo Sustentable de San Carlos de Bariloche- Visión 2025 (PETS-MSCB) elaborado por la UNRN ( donde varios integrantes del presente proyecto trabajaron), analizó los perfiles de los mercados, identificando los diferentes segmentos (Baby Boomers, Generación X y Seniors como Millennials), sus características y motivaciones.

Los clasificó en:

- Mercados Limítrofes ( Brasil, Chile, Uruguay, Paraguay y Bolivia)
- Mercados de Media distancia ( Perú, Ecuador, Colombia; México, Estados Unidos y Canadá)
- Mercados de Larga Distancia ( Australia, Nueva Zelanda, España, Italia, Francia, Gran Bretaña, Alemania e Israel)
- Mercados Estratégicos ( mercado Asia - China)

Para la visualización de los productos turísticos que ofrece Bariloche a su demanda actual y potencial, en los diferentes estratos hoteleros y durante los doce meses del año, realizó una matriz de múltiples dimensiones (bases para

la orientación de una promoción focalizada.) donde por zonas, estratos, meses, se establecieron los segmentos, mercados emisores y productos vinculados.

A modo de ejemplo:

### **ZONA 1 CENTRO:**

- Hotel y Hostería 5\*, Apart Hotel 4\* y 5\*:  
No hay establecimientos de dicha categoría en la zona.
- Hotel 3\* y 4\*, Hostelerías 3\*: 19 establecimientos.

### **Enero**

- *Producto Pesca Deportiva:*  
Segmento Nacional con tradición de pesca, Corrientes, Entre Ríos, Buenos Aires.
- *Turismo de Aventura:* con orientación a ecoturismo.
  - Segmento de media distancia: Perú, Ecuador, Colombia.
  - Segmento millennials con familias y/o grupos de amigos motivación en realizar rafting, cabalgatas, trekking, mountain bike.
- *Cruce Andino:*  
Segmento de larga distancia: Francia, España.  
Segmento lejano Estratégico: China  
Recorren la Patagonia.

Por otra parte se analizaron los diferentes productos turísticos, contemplado sus características, dominio, actores vinculados, tiempo de funcionamiento o apertura, infraestructura-equipamiento- instalaciones, formas comercialización, y estableciendo planteos estratégico del producto y recomendaciones.

- Productos Turísticos:
  - Excursiones Terrestres Tradicionales
  - Excursiones Lacustres Tradicionales
  - Excursiones Lacustres “ Cruce Andino”
  - Ferrocarril
  - Turismo de Reuniones – MICE
  - Turismo Joven
  - Cabalgatas
  - Pesca Deportiva
  - Turismo Invernal ( esquí Alpino, snowboard, esquí nórdico o de travesía, esquí de fondo, nieve)

- Montañismo
- Rafting
- Kayak de travesía
- Golf
- Parapente
- Escalada
- Turismo Rural

Se realizaron diferentes análisis y propuestas que contemplan

- La Gestión del patrimonio
- La Oferta Gastronómica
- Desarrollo local e integración local de productos como la cerveza artesanal, Chocolates, dulces artesanales, la Rosa Mosqueta, etc.
- Turismo de Bienestar
- Turismo Médico
- Infraestructura y equipamiento urbano.

### **5.3.2. Análisis de la Oferta de Bariloche**

La oferta de alojamientos turísticos en San Carlos de Bariloche se compone por todos los alojamientos turísticos hoteleros y parahoteleros que conforman el destino, entre los que se incluye a los habilitados por la Secretaría Municipal de Turismo, a los establecimientos situados en jurisdicción de Parques Nacionales linderos al municipio, a los de uso privado (como los denominados “tiempo compartido” o pertenecientes a alguna organización) y aquellos en trámite de habilitación. No se incluyen los campings.

Los establecimientos de alojamiento están estratificados en función de la clase y por categoría según el siguiente cuadro

**Cuadro N° 9 – Clasificación de Plazas y Unidades por estrato  
Según Tipo de Alojamiento**

<b>Estrato</b>	<b>Tipo de establecimiento</b>
<b>1</b>	Hotel 5*, Apart Hotel 4* y 5*, Residencia Hotel 5*
<b>2</b>	Hotel Estudiantil
<b>3</b>	Hotel Sindical
<b>4</b>	Apart Hotel 1*, 2* y 3*, CATs y DATs
<b>5</b>	Hospedajes y Albergues
<b>6</b>	Hotel 3* y 4*, Hosterías 3*
<b>7</b>	Hotel 1* y 2*, Hosterías 1* y 2*

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

**Cuadro N° 10- Cantidad de Plazas y Unidades Instaladas por estrato de Alojamiento Turístico**

<b>Estrato</b>	<b>Plazas</b>	<b>%</b>	<b>Unidades</b>	<b>%</b>
1	2.,685	10.2	1.059	12.0
2	7.356	27.9	2.436	27.6
3	1.461	5.5	621	7.0
4	6.667	25.3	1.515	17.2
5	2.402	9.1	710	8.1
6	3.746	14.2	1.591	18.2
7	2.024	7.7	878	10.0

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

La temporada estudiantil tiene su inicio en el mes de junio y finaliza en enero del año siguiente, aunque algunos años han ingresado grupos fuera de ese período. La cantidad de arribo de estudiantes oscila entre los 105.000 y 134.000 arribos.

Los Establecimientos que están asignados al turismo estudiantil no trabajan otro segmento de de demanda, por ello el alto es tan elevado el porcentaje 27%

**Cuadro N° 11- Cantidad de Plazas y Unidades Instaladas por Año  
Años 2006 al 2019**

<b>Años</b>	<b>Cantidad de Plazas</b>	<b>Unidades</b>
2006	21.312	7.588
2007	23.017	8.093
2008	24.687	8.561
2009	24.935	8.610
2010	25.365	8.727
2011	25.404	8.699
2012	25.649	8.705
2013	26.358	8.796
2014	27.614	9.067
2015	28.746	9.331
2016	29.024	9.328
2017	29.190	9.322
2018	29.351	9.348
2019	29.868	9.554

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

La cantidad de plazas Instaladas hace referencia al número total de plazas que posee el establecimiento, pudiendo estar disponibles o no para el uso de los viajeros. Incluye cerrados.

La cantidad de plazas Disponibles hace referencia al número de plazas que pueden ser utilizadas para el hospedaje, que están a la venta. No incluye establecimientos cerrados.

El siguiente cuadro expone el promedio diario de la cantidad de plazas instaladas como las disponibles y ocupadas, desde 2005 a 2017:

**Cuadro N° 12 - Plazas disponibles y Ocupadas por años  
Evolución en años 2005 al 2017**

CUADRO 5	PLAZAS INSTALADAS, DISPONIBLES Y OCUPADAS												
	AÑO	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
INSTALADAS	20.625	21.312	23.017	24.667	24.935	25.365	25.404	25.649	26.358	27.614	28.746	29.103	29.190
DISPONIBLES	17.432	17.660	18.273	19.950	18.574	19.165	19.259	19.029	20.467	21.653	21.927	21.585	22.047
OCUPADAS	2.773.096	2.945.561	3.069.089	3.136.371	2.610.338	2.945.382	2.288.990	2.617.668	3.092.449	3.462.342	3.408.673	3.251.691	3.259.946

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

Como puede observarse la capacidad de plazas disponibles promedia el 80% de la capacidad de plazas instaladas, aunque mientras que la cantidad de plazas instaladas crece año a año, la cantidad de plazas disponibles se mantiene constante indicando la adaptación de la oferta a la demanda.

**Cuadro N° 13 Unidades Instaladas, Disponibles y Ocupadas  
Evolución en años 2005 al 2017**

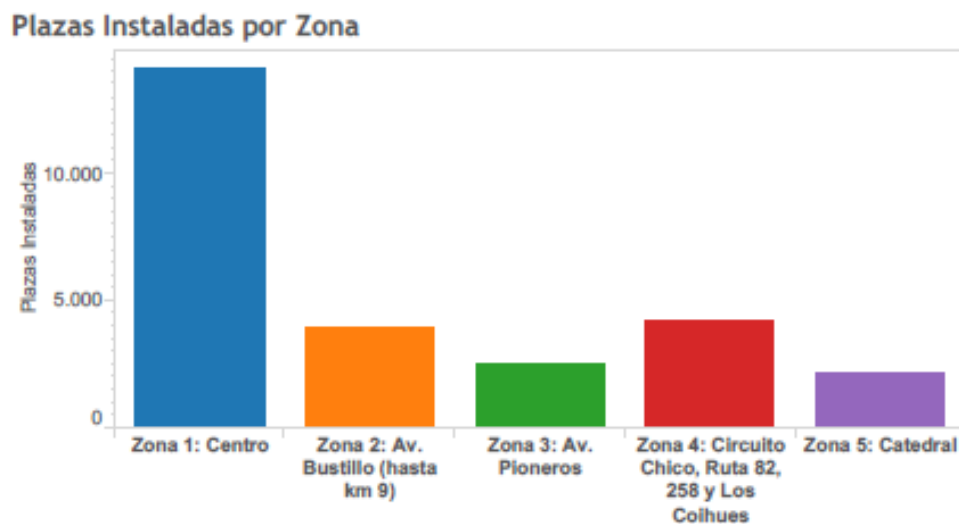
CUADRO 9	UNIDADES INSTALADAS, DISPONIBLES Y OCUPADAS												
	AÑO	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
INSTALADAS	7.330	7.568	8.093	8.561	8.610	8.727	8.699	8.705	8.796	9.067	9.331	9.328	9.322
DISPONIBLES	6.112	6.382	6.445	6.877	6.424	6.834	6.811	6.583	6.943	7.355	7.232	7.050	7.124
OCUPADAS	1.214.717	1.271.488	1.298.576	1.316.959	1.090.181	1.240.799	932.174	1.071.798	1.229.751	1.369.841	1.344.033	1.291.662	1.292.761

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

Nuevamente es el año 2011 el que registra los valores más bajos, en este caso de unidades ocupadas, luego de superar el millón trescientos sesenta y nueve mil en 2014.

## Grafico N° 4 Plazas Instaladas por Zonas

El siguiente gráfico nos muestra la distribución por zonas de las plazas y unidades instaladas:



Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

## Cuadro 14- Distribución por zonas de Plazas y Unidades Instaladas En número y porcentaje

Zonas	Cantidad Plazas	%	Cantidad Unidades	%
Zona 1	14.076	52.65	5.154	57.9
Zona 2	3.882	14.5	1.227	13.8
Zona 3	2.467	9.2	642	7.2
Zona 4	4.215	15.8	1.307	14.7
Zona 5	2.102	7.9	577	6.5

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

En zona del centro de Bariloche se concentra tanto la cantidad de plazas como de unidades (42 y 57 %) y la Zona 4 del Circuito Chico, la Ruta 82, 258 y los Coihúes (15 y 16 %).

**Cuadro N° 15 Tipo de alojamiento que usan los Turistas por Estrato  
En Porcentaje**

Estrato Tipo de Alojamiento		%
1	Hotel y Hostería 5*, Apart Hotel 4* y 5*, Residencia	10.9
2	Hotel Estudiantil	36.0
3	Hotel Sindical	5.6
4	Apart Hotel 1*, 2* y 3*, CATs y DATs	10,1
5	Hospedajes y Albergues	10.0
6	Hotel 3* y 4*, Hosterías 3*	20.7
7	Hotel 1*y 2*, Hosterías 1* y 2*	6.6

Fuente: Secretaría de Turismo y Producción

El estrato 6 de Hoteles y Hosterías de 3 y 4 \* es muy utilizado por los las familias

El porcentaje de Hoteles Estudiantiles es el más alto. Esto se debe a que los hoteles que trabajan con estudiantes no están habilitados a otro tipo de turistas por convenio y reglamentación.

Es muy marcada la estacionalidad del segmento estudiantil abarcando los meses de junio a septiembre- temporada de invierno y en muchos casos también la los meses de enero y febrero de la temporada estival.



## BIBLIOGRAFÍA

**Alberdi, Laura Pena** (IET). (2006): *“El uso de registros administrativos en el análisis del turismo”*. Instituto de Estudios Turísticos. Madrid/España.

**Berumen Sergio** (2006): *“Competitividad y Desarrollo Local”*. ESIC Editorial

**Boullón, Roberto** (1997): *“Planificación del espacio turístico”*. Editorial. Turística

**Box G, Stuar Hunter J,** (2011): *“Estadística para Investigadores - Diseño, innovación y descubrimiento”*. Editorial Reverté

**Consejo Federal de Turismo (CFI)** (2015): *“Proyecto de Fortalecimiento de la Generación de Estadística de Turismo en las Provincias.- Descripción, análisis y utilización de los registro administrativo”*. Subsecretaría de Desarrollo Turístico. Ministerio de Turismo

**Consejo Federal de Turismo (CFI)** (2015). *Conceptos y Elementos Básicos para la Medición Provincial del Turismo*. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Subsecretaría de Desarrollo Turístico, Ministerio de Turismo de la Presidencia de la Nación.

**Corral, Y.** (2010): *“Diseño de Cuestionarios para Recolección de Datos”*. Revista Ciencias de la Educación. Segunda Etapa, Vol.20 N°36, Valencia.

**Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE)**. (2010a). *“Metodología para el fortalecimiento de Registros Administrativos”*. Colombia.

**Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE)**. (2010b). *“Plan de Fortalecimiento de los Registros Administrativos”*. Colombia.

**Echegoyen, Graciela.** (Comp.). (2003): *“Registros administrativos, calidad de los datos y credibilidad pública: presentación y debate de los temas sustantivos de la segunda reunión de la Conferencia Estadística de las Américas de la CEPAL”*. CEPAL/Chile.

**Eiglier, P. y Eric Langeard** (1990): *“Servucción”*. Ed.Mc Graw Hill.

**EUROSTAT** (2013): **“Methodological manual for tourism statistics”** – 2013, v.2.1. - Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2013 ISBN 978-92-79-34764-1 ISSN 2315-0815 doi:10.2785/50002- Cat. No: KS-GQ-13-007-EN-NTheme: Industry, trade and services Collection: Manuals and

guidelines.

**Figuerola Palomo, Manuel** (1990). *“Teoría económica del turismo”*. Ed. Alianza Universidad, Madrid.

**Flipo, J.P.** (2000). *“Gestión de empresas de servicios”*. Edicions Gestión, Barcelona.

**Frame Davison (2011)** *“La Nueva Dirección de Proyectos: Herramientas para una era de cambios rápido”*. Granica

**Getz, Donald** (1992). “Tourism Planning and Destination Life Cycle”. *Annals of Tourism Research*” Vol. 19, pp. 752-770.

**Gordon, Ian y Goodall, Brian** (1992). *“Resort Cycles and Development Processes, a Built Environment”*, Vol. 18, nº 1, pp. 41-56.

**Gonzales Awe, M.; Dirazar, N.; Tagliani, P.; Truchi, L, y Villegas, M,** (2011). *“Producto Geográfico Bruto Provincia de Río Negro. 2004-2008.”* Dirección General de Estadísticas y Censos de la Provincia de Río Negro.

**Instituto de Estudios Fiscales (IEF).** (2006). *“Los Registros Administrativos y el desarrollo de las Estadísticas de Turismo: el caso particular de las fuentes tributarias”*. Madrid/España.

**Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE).** (2007). *“Dimensiones de la calidad según OCDE y Eurostat”*. Serie Estudios, N° 4. Santiago de Chile/Chile.

**Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).** (2006). *“Proceso Estándar para el Aprovechamiento de Registros Administrativos”*. México.

**Instituto Nacional de Estadística e Informática.** (2004). *“Plan Estadístico Nacional 2004”*. Lima/Perú.

**Lundtorp, Svend y Stephen Wanhill** (2001). “The Resort Lifecycle Theory. Generating Processes and Estimation”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, nº 1, pp. 947-964.

**Massieu, A. (2008).** *“Developing Tourism Statistics at the Sub-National Level: the Measurement of Flows of Trips and Vistors”*. Conferencia Internacional de Turismo. Málaga octubre 2008.

**Oliva, Miguel; Oliver, Rodrigo.** (2004). *“Aplicación de las encuestas de consumo turístico en la estimación de la cuenta satélite de turismo en la Argentina”*. Aportes y Transferencias, año 8 Vol. 1, 55-74.

**Organización Mundial del Turismo** (2019): “*Notas metodológicas de la base de datos de estadísticas de turismo, Edición 2019*”, OMT, Madrid, DOI : <https://doi.org/10.18111/9789284420476>

**Organización Mundial de Turismo** (2010). “*Recomendaciones internacionales para la estadística del turismo. Edición 2008*”. OMT-Naciones Unidas. EE.UU.

**Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.** (2003). “*Quality framework and guideline for OECD statistical activities*”. Francia.

**Otzen, T. y Manterola, C.** (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. International Journal of Morphology. vol.35 N°1, Temuco.

**Pantano, Eduardo** (1997). “*Turismo, un enfoque económico y otras cuestiones*”. Editorial LADEVI, Buenos Aires.

**Phillips, Adrian** (1998): “*Economic Values of Protected Areas*”. Guidelines for Protected Area Managers. World Commission of Protected Areas, Cardiff University.

**Salvi, Rosella; Zaghini, Massimo** (2009) “*La domanda turistica in Italia, Nuove opportunità per la statistica ufficiale: una sperimentazione che parte dalla Provincia di Rimini.*” Provincia di Rimini, Italy - ONT\_2009-08-31\_02142.pdf <https://migrationdataportal.org/themes/migration-data-sources>

**Shaw, G. y A.M. Williams** (1994). “*Critical Issues in Tourism. A Geographical Perspective.*”. Oxford: Blackwell Publishers.

**Vicente, Miguel Angel, Juan Carlos Ayala, et al** (1994). “*Enfoques y estrategias para el desarrollo del turismo. Tecnologías de gestión para los sectores público y privado*” Ed. Universidad Nacional de la Patagonia.

**UN - Dpto de Asuntos Económicos y Sociales- División Estadística.** (2010). “*Recomendaciones Internacionales para estadísticas de Turismo, 2008. Estudios de Métodos Serie M N° 83/Rev 1.*” Madrid/New York: Organización de las Naciones Unidas y Organización Mundial del Turismo.

**Whitehead, J.C.** (2000): “*A practitioner's primer on contingent valuation*”. East Carolina University.