

II Congreso Internacional EAN 2020

Río Negro. Un análisis metodológico de las estadísticas en turismo

Autores: Eduardo Pantano, María Cristina Villa, Miguel Attaguile, Mariana Savarese, Carlos Maggi.

Universidad Nacional de Río Negro. Sede Andina. Escuela de Economía, Administración y Turismo.

Introducción

La provincia de Río Negro integra la Región Patagónica Argentina y con sus 203.013 k2, posee una diversidad de paisajes que van de la cordillera al mar, mostrando las distintas culturas y los diferentes desarrollos territoriales en su amplia superficie. Si bien la base económica de la provincia es la actividad primaria como la agrícola-ganadera, la extracción de gas y petróleo, y la pesca, el turismo se consolida en la provincia como un sector económico con gran aporte de divisas.

San Carlos de Bariloche es el centro de la actividad turística de la provincia, siendo “la puerta de entrada a la Patagonia” fundamentalmente para el turismo extranjero, otras ciudades que reciben un gran flujo de turistas son El Bolsón y Las Grutas. Sin embargo se observan grandes desigualdades en términos de infraestructura y capacitación en recursos humanos en las distintas ciudades turísticas de la provincia.

Uno de los problemas que se observa para el desarrollo pleno del sector es la falta de un sistema unificado de estadísticas turísticas, que posibiliten la planificación estratégica del mismo en la provincia, y que proporcione datos certeros a quienes desean invertir en las distintas ciudades. Otro de los obstáculos que se advirtió es que la mayoría de los municipios de la provincia poseen oficinas de turismo unipersonales, que por lo general no poseen tiempo o conocimientos para realizar estadísticas turísticas.

Se tomó Bariloche como caso testigo por contar desde hace años con una metodología para la toma de estadísticas ya afianzada y cuenta con el personal capacitado para que en un futuro pueda prestar asistencia técnica a los demás municipios.

Como resultado se espera que los municipios adopten la metodología descrita en el presente trabajo para comenzar a unificar los criterios estadísticos en turismo, y que la provincia pueda detener una información confiable y pertinente.

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, a través del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC) varios programas de obtención de estadísticas provinciales, 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)¹.

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 Cándor.

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

¹ Computer Assisted Telephone Interview

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, como es el caso de AirB&B.

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 (Encuesta de viajes y turismo en hogares)

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 relevan 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:

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

Los establecimientos se clasifican por zona, según su ubicación

1	Centro
2	Avenida Bustillo (desde el monolito hasta el km 9)
3	Avenida Pioneros (toda la avenida más alrededores)
4	Circuito chico (Av. Bustillo desde el km 9, más ruta 82 y 258 y Villa los Coihues)
5	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 Clave del establecimiento Encuestador

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 pernosta.

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 secretas 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 refieren."

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.

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 ¹
Tarifa mostrador de U. de comercialización más representativa	

¹ 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 (cortesía)	
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 ¹
Personal asalariado: <i>Comprende a los que trabajaron por un sueldo o jornal para este establecimiento. Excluye al personal perteneciente a agencias de trabajo temporario.</i>		
Propietarios, empleadores o socios, personal no asalariado (familiares, otros): <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>		
Personal temporario, eventual, extra: <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>		
Personal de agencia		
TOTAL		

¹ 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):	
Total	100%

*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

ENCUESTA DE COYUNTURA HOTELERA: EL BOLSON

AÑO						CCO. ESTABLECIMIENTO			
SEMANARIO						TIPO			
FECHA	DESDE	DD	MM	AA		CCO. ENCUESTADOR			
	HASTA	DD	MM	AA		CCO. SUPERVISOR			
FECHA ENCUESTA		DD	MM	AA		FECHA SUPERVISIÓN	DD	MM	AA
CARGACION PROVINCIAL						CARGACION MUNICIPAL			

CONCEPTO			LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIÉ	SAB	DOM
HOTELES/HOST		INSTALADAS							
HOSTELS	PLAZAS	DISPONIBLES							
ALBERGUES		Ocupadas							
HOTELES		INSTALADAS							
HOSTERIAS	HABITACIONES	DISPONIBLES							
HOSTELS		Ocupadas							
CABAÑAS	UNIDADES DE	INSTALADAS							
BUNGALOWS	ALOJAMIENTO	DISPONIBLES							
DAT/GAT		Ocupadas							
		INSTALADOS							
CAMPINGS	FOGONES	DISPONIBLES							
		Ocupados							

RESIDENCIA		LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIÉ	SAB	DOM
	ARGENTINOS							
ENTRADA DE	CHILE							
VIAJEROS SEGÚN	BRASIL							
RESIDENCIA	OTROS PAISES LIMITROFES							
	RESTO DEL MUNDO							
	ARGENTINOS							
PERNOCTACIONES	CHILE							
SEGÚN	BRASIL							
RESIDENCIA	OTROS PAISES LIMITROFES							
	RESTO DEL MUNDO							

PERSONAL OCUPADO EL ÚLTIMO DÍA HABIL DE LA SEMANA (EXCLUYE SERV. DE ASESORAMIENTO LEGAL, MÉDICO, CONTABLE, VIGILANCIA PERO INCLUYE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO), INCLUSIVE CON LICENCIA

	CANTIDAD
PERSONAL ASALARIADO (FEL. DE PCA. CON LA EMPRESA)	
PERSONAL POR AGENCIA DE EMPLEOS	
PERSONAL TEMPORARIO (A TIEMPO PARCIAL O TOTAL) Y EVENTUAL (COBRANDO POR FACTURA)	
PROPIETARIOS, EMPLEADORES, SOCIOS FAMILIARES NO ASALARIADOS	
	TOTAL

ESTRUCTURA DE INGRESOS (SOLO LA ÚLTIMA SEMANA DEL MES EN CURSO)

CONCEPTO	% DEL TOTAL
HOSPEDAJE	
RESTAURANTE/BAR	
DE HABITACION (C/SEGLA/FRIGOBAR)	
GINNASIOS/PASADINA	
ESPACIOS/SERVICIOS PARA EVENTOS	
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración Propia

EMPADRONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS: ENCUESTA DE COYUNTURA HOTELERA - EL BOLSON

AÑO				COD. ESTABLECIMIENTO			
FECHA DESDE	DD	MM	AA	COD. ENCUUESTADOR			
CALIFICACION PROVINCIAL				COD. SUPERVISOR			
CALIFICACION MUNICIPAL				FECHA SUPERVISION	DD	MM	AA
GENERALES							
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						
CONTACTO							
NOMBRE PERSONA DE CONTACTO							
TELEFONO DE CONTACTO							
EMAIL DE CONTACTO							
CARGO EN LA EMPRESA							
INFRAESTRUCTURA							
HOTELES/PARA HOTELES							
CANT. HABITACIONES INSTALADAS							
CANT. DE PLAZAS INSTALADAS							
CANT. DE UNIDADES DE ALOJAMIENTO (CABAÑAS/BUNGALOWS)							
CAMPINGS							
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 1 EROS AUXILIOS			SI/NO		
GUARDAVIDAS	SI/NO	MATAFUEGOS			SI/NO		
SEPARACION DE RESIDUOS	SI/NO	TELEFONO			SI/NO		
COMPOSTERA	SI/NO	WIFI			SI/NO		
TODOS LOS FOGONES DISPONEN DE:							
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						
CASAS PARTICULARES							
CANT. DE HABITACIONES INSTALADAS							
TODAS LAS HABITACIONES DISPONEN DE:							
BAÑO PRIVADO	TODOS/ALGUNOS						
FRIGOBAR/HELADERA INDIVIDUAL	TODOS/ALGUNOS						
KITCHENETTE	TODOS/ALGUNOS						
SERVICIOS DISPONIBLES CON CARGO Y/O INCLUIDOS EN LA TARIFA BASICA (MARCAR SI-NO)							
GENERALES	C/CARGO	INCL	EN TODAS LAS HABITACIONES	C/CARGO	INCL		
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							
SALUNA							
SPA							
GIMNASIO C/APARATOS			ESTRUCTURA DE INGRESOS EN EL ULTIMO AÑO				
VESTUARIOS POR SEXO			CONCEPTO		% DEL TOTAL		
VESTUARIOS PARA DISCAPACITADOS			HOSPEDAJE				
TRANSFER CHECK IN-OUT			RESTAURANT/BAR				
PERSONAL BILINGUE			SERVICIOS DE HABITACION (C. SEGA AV/FRIGOBAR)				
LAVANDERIA/PLANCHADO			GIMNASIO/SPA/SALUNA				
EXCURSIONES			SERVICIOS TURISTICOS (EXC./ALQ. ROPA/TRANSFER)				
ALQUILER DE ROPA DE NIEVE/ACCESORIOS			ESPACIO Y SERVICIOS PARA EVENTOS				
PLAY-ROOM			OTROS (ACLARAR)				
ANIMADORAS INFANTILES			TOTAL		100 %		
SALON PARA EVENTOS SOCIALES							
COSTA DE RIO/LAGO							

Fuente: Elaboración Propia