

# Complejidades en la medición del gasto turístico de la demanda turística

una mirada desde el segmento de  
Turismo de Reuniones en Argentina

Tesis

Lic. en Turismo

2022

Autora

Magalí Urricelqui

magali.urrichelqui@gmail.com

Directora

Mg. Victoria Dowbley

Tesis

# Complejidades en la medición del gasto turístico de la demanda turística

una mirada desde el segmento de  
Turismo de Reuniones en Argentina

Autora: Magalí Urricelqui

Directora: Mg. Victoria Dowbley

Licenciatura en Turismo  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Nacional de La Plata

Email: [magali.urrichelqui@gmail.com](mailto:magali.urrichelqui@gmail.com)

Legajo: 81024/6

Fecha de Entrega: 11 de octubre de 2022

## Resumen

La medición del gasto turístico por el lado de la demanda resulta útil para conocer la potencialidad que el turismo tiene en las economías de una nación, provincia o localidad permitiendo, por un lado, facilitar la definición de políticas de estímulo al desarrollo de esta actividad y evaluar su efectividad, y por otro, que el sector privado pueda mejorar la toma de decisiones de inversión y de gestión de sus negocios (OETR, 2021). Sin embargo, su cuantificación y medición estadística conlleva ciertos desafíos particulares que revisten gran interés para su estudio.

En este sentido, el presente trabajo de tesis se enfoca en la medición del gasto turístico desde la perspectiva de la demanda del turismo de reuniones, enmarcado en las metodologías de medición propuestas por la Organización Mundial del Turismo (OMT), como referente mundial en la temática, y aportes del sector público y privado, tanto a nivel internacional como nacional, respecto a mediciones del turismo en general y en la temática de interés en particular. Tiene como objetivo identificar las limitaciones que tiene la medición del gasto turístico de la demanda en el segmento del turismo de reuniones en Argentina.

A partir de ello, primeramente, se realiza una revisión de conceptos vinculados a estadísticas del turismo y su operacionalización, específicamente desde el lado de la demanda en materia de medición del gasto turístico, y también de las metodologías existentes para el relevamiento de la información y estimación del gasto desde esta perspectiva. Luego, se analizan definiciones y términos relacionados al turismo de reuniones, así como las experiencias de Australia, Canadá, Dinamarca, Estados Unidos, Inglaterra y México. A su vez, se presenta una comparación entre las metodologías utilizadas para el relevamiento de datos y cálculo en dichos países.

En tercer lugar, se analiza el caso del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina (OETR) que desde el año 2010, de forma anual, lleva adelante un Calendario de Reuniones y un Estudio de Demanda para estimar el impacto económico del sector turismo de reuniones en Argentina. Asimismo, se estudian alcances y limitaciones que presenta su metodología respecto a la medición del gasto turístico, siguiendo la línea de trabajo propuesta por Singerman (2021), replicando y extendiendo el ejercicio de análisis, utilizando una base de datos más actual (de 2019) y el software Excel, obteniendo de esta manera un nuevo análisis.

Por último, partiendo del análisis realizado y los resultados obtenidos, se presentan tres aportes: una modificación en la encuesta, a partir de lo que propone Singerman (2021), con el propósito de reducir inconsistencias en la variable de gasto que declaran los visitantes asistentes a reuniones; un análisis sobre la factibilidad de implementar un marco de referencia en precios respecto a servicios específicos que consume el visitante para subsanar la pérdida de precisión que ocasiona la imputación de datos faltantes, propuesto por Singerman (2021); y por último, como más relevante, una propuesta de estimación del gasto turístico segmentado por categoría de alojamiento.

Finalmente, se espera contribuir al desarrollo de metodologías que mejoren la precisión de las estimaciones del gasto turístico de la demanda respecto al segmento de reuniones, y aportar al enriquecimiento del debate y conocimiento académico en relación con estos campos de estudio.

Palabras clave: Gasto turístico, Turismo de reuniones, Estadísticas de turismo, Demanda turística, Medición del turismo, Recolección de datos

## Agradecimientos

*Gracias infinitas a toda mi familia por su apoyo incondicional, en especial a mis padres, por habernos dado las alas para que mis hermanos y yo podamos perseguir todo lo que nos propongamos y por acompañarnos en todas las decisiones que tomamos.*

*A mis amigas, las de la infancia y las que me dio la vida, las de siempre. Son mi sostén de risas y la familia que elijo, como se dice por ahí.*

*A Vicky, mi directora, por su empuje, compromiso y predisposición. Por quien tengo gran admiración y quien se ha convertido en mi mentora durante los años compartidos en el Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (OETR), así como en otros proyectos.*

*Al OETR, donde comencé mi camino profesional, y a todo el equipo que ha formado parte de él, con el que compartí experiencias y 6 años de aprendizaje, por darme la posibilidad de expandir mis conocimientos y brindarme herramientas para mi desarrollo profesional. Un especial agradecimiento por haberme facilitado los datos e información para la realización de esta tesis.*

*A grandes amistades que me dio este lugar y que me han marcado en momentos decisivos de mi vida, especialmente a Belén y Nati, de quienes he aprendido mucho y también adopté como mentoras. Por su calidez y calidad humana, su ayuda y sus consejos que me han iluminado en momentos clave en los que he tenido que tomar decisiones.*

*A Francisco, quien con su amor me ha acompañado cada día durante este último tiempo, siendo mi gran sostén y apoyo para poder cerrar esta etapa, haciendo que todo sea más fácil.*

*A la Facultad de Ciencias Económicas y al Instituto de Investigaciones en Turismo, especialmente a los profesores y personas que forman parte, por haberme enseñado tanto.*

*A todas las demás personas, que de alguna u otra manera me acompañaron en esta etapa.*

*Nada de esto habría sido posible sin su compañía. Este trabajo es el resultado de incontables momentos que tuvieron que ver más con el amor, que con lo académico.*

*A todos y a cada uno, todo mi cariño.*

**¡GRACIAS!**

**Magalí Urricelqui**

## Índice

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>Fundamentación</b>	9
<b>Objetivos</b>	13
<b>Proceso y aspectos metodológicos</b>	13
<b>CAPÍTULO 1: Estadísticas de Turismo</b> .....	16
<b>1.1. Importancia de las estadísticas para el turismo</b>	16
1.1.1. Aspectos generales .....	16
1.1.2. Evolución de las estadísticas en turismo .....	17
<b>1.2. Conceptos básicos para la medición del turismo</b>	19
1.2.1. Definición de turismo .....	20
1.2.2. Entorno habitual de una persona .....	20
1.2.3. Unidades estadísticas básicas del turismo .....	23
1.2.4. Formas y categorías básicas del turismo.....	29
1.2.5. Unidades estadísticas y variables para la demanda turística .....	30
1.2.6. Gasto turístico .....	33
<b>1.3. Metodologías de estimación del gasto turístico desde el enfoque de la demanda</b> 36	
1.3.1. Operacionalización de la medición del gasto turístico.....	40
1.3.2. Estimación del gasto promedio diario .....	43
<b>CAPÍTULO 2: Turismo de Reuniones</b> .....	47
<b>2.1. Conceptos relacionados al Turismo de Reuniones</b>	47
<b>2.2. Experiencias internacionales sobre la medición del turismo de reuniones</b>	49
<b>2.3. El sector turismo de reuniones y su importancia económica</b>	51
<b>CAPÍTULO 3: Turismo de Reuniones en Argentina</b> .....	54
<b>3.1. El Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (OETR)</b>	54
3.1.1. Calendario de Reuniones del OETR.....	58
3.1.2. Estudio de Demanda del OETR.....	60
<b>3.2. Dificultades al momento de estimar el gasto turístico</b>	65
<b>3.3. Propuesta de mejora para la estimación del gasto turístico</b>	80
<b>CONCLUSIONES</b> .....	89
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	92
<b>ANEXOS</b> .....	97
<b>Instrumento de Medición del OETR</b>	97
<b>Aplicación Móvil para encuestas: OETR App</b>	99

## Índice de Tablas

Tabla 1 Evolución de las estadísticas en turismo .....	18
Tabla 2 Entorno habitual y viajes turísticos.....	22
Tabla 3 Caracterización de los viajeros .....	26
Tabla 4 Alternativas para el cálculo del gasto promedio diario.....	44
Tabla 5 Reconstrucción de los cálculos del gasto promedio diario .....	45
Tabla 6 Características de las experiencias internacionales .....	51
Tabla 7 Tamaño de grupo declarado por los asistentes turistas a reuniones de la agrupación C&C. Medidas descriptivas. Año 2019.....	67
Tabla 8 Turistas asistentes a reuniones de la agrupación C&C según el tamaño de grupo declarado. Tabla de frecuencias. Año 2019.....	68
Tabla 9 Noches declaradas por los asistentes turistas a reuniones de la agrupación C&C. Medidas descriptivas. Año 2019. ....	70
Tabla 10 Turistas asistentes a reuniones de la agrupación C&C según cantidad de noches declaradas. Tabla de frecuencias. Año 2019.....	70
Tabla 11 Gasto diario per cápita de los asistentes turistas a reuniones de la agrupación C&C. Medidas descriptivas. Año 2019. ....	72
Tabla 12 Gasto diario per cápita en alojamiento de los asistentes turistas a reuniones de la agrupación C&C. Medidas descriptivas. Año 2019.....	77
Tabla 13 Gasto promedio diario per cápita en alojamiento de los turistas asistentes a reuniones de C&C y frecuencias según tipo de alojamiento declarado. Año 2019. ....	77
Tabla 14 Gasto diario per cápita en alimentación de los asistentes turistas a reuniones de la agrupación C&C. Medidas descriptivas. Año 2019.....	80

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Clasificación de viajeros considerados en las estadísticas de turismo .....	24
Ilustración 2 Clasificación general de los viajeros.....	27
Ilustración 3 Propuesta de Aperturas del Gasto Turístico Total .....	36
Ilustración 4 Relación entre el Sector Reuniones y el Sector Turístico .....	52
Ilustración 5 La importancia económica del sector reuniones .....	53
Ilustración 6 Clasificación de los asistentes según la metodología del OETR .....	59
Ilustración 7 Instrumento de medición del OETR (Página 1) .....	62
Ilustración 8 Instrumento de medición del OETR (Página 2) .....	62
Ilustración 9 Turistas asistentes a reuniones de la agrupación C&C según el tamaño de grupo declarado. Distribución de frecuencias absolutas. Año 2019. ....	69
Ilustración 10 Turistas asistentes a reuniones de la agrupación C&C según cantidad de noches declaradas. Distribución de frecuencias absolutas y relativas. Año 2019. ....	71
Ilustración 11 Gasto diario per cápita de los turistas asistentes a reuniones de la agrupación C&C según tamaño de grupo. Diagrama de caja. Año 2019.....	74
Ilustración 12 Gasto diario per cápita de los turistas nacionales asistentes a reuniones de la agrupación C&C según cantidad de noches. Diagrama de caja. Año 2019.....	75
Ilustración 13 Gasto diario per cápita de los turistas extranjeros asistentes a reuniones de la agrupación C&C según cantidad de noches. Diagrama de caja. Año 2019.....	76
Ilustración 14 Gasto diario per cápita en alojamiento de los turistas asistentes a reuniones de la agrupación C&C según tipo de alojamiento. Diagrama de caja. Año 2019.....	78
Ilustración 15 Gasto diario per cápita en alojamiento de los turistas nacionales asistentes a reuniones de C&C según categoría de alojamiento. Diagrama de caja. Año 2019.....	79
Ilustración 16 Gasto diario per cápita en alojamiento de los turistas extranjeros asistentes a reuniones de C&C según categoría de alojamiento. Diagrama de caja. Año 2019.....	79
Ilustración 17 Pregunta del Grupo de Viaje del formulario del Estudio de Demanda del OETR	82
Ilustración 18 Pregunta del Gasto del formulario en papel del Estudio de Demanda del OETR	83
Ilustración 19 Pregunta sobre Alojamiento del formulario del Estudio de Demanda del OETR.	85

## INTRODUCCIÓN

El turismo, desde hace ya varias décadas, es considerado un fenómeno socioeconómico que viene atrayendo una creciente atención desde muchos ámbitos (Martínez Roget, 2009), y además es visto como una oportunidad para diversificar las actividades económicas de muchas regiones. Esto ha generado que tanto el sector público como el privado se interesen cada vez más en conocer la importancia que tiene la actividad en la economía de una nación, región o localidad, al verla como una alternativa viable para favorecer su desarrollo.

El turismo se ha convertido en un multiplicador de fuentes de riquezas, y si bien es considerada una actividad que causa un gran impacto positivo sobre las economías de diversas naciones, muchas veces se desconoce la magnitud real que ejerce sobre ellas (Granados Hernández, 2006). Para poder conocer su potencialidad, es necesario medir cuantitativamente los impactos que genera y así poder tomar decisiones pertinentes relacionadas a la actividad. Aquí radica la importancia de poder contar con análisis estadísticos fiables, tanto para que el sector público pueda definir sus políticas turísticas y demás planes de acción, como para que otros usuarios pertenecientes al sector privado, académico y otros sectores de la sociedad tales como profesionales, empresarios, inversionistas, investigadores, entidades educativas, etc., puedan contar con datos y análisis de información para planes de comercialización, inversiones en el sector, diseño de estrategias, identificación de nuevos productos turísticos, desarrollo de recursos humanos, análisis de mercados, toma de decisiones para sus negocios, etc.

A pesar de que son muchos los países que ya cuentan con un sistema nacional de estadísticas de turismo y vienen implementando la cuenta satélite<sup>1</sup>, entre los que se destacan Australia, Canadá, Dinamarca, México<sup>2</sup> y recientemente también Argentina<sup>3</sup>, el impacto económico que genera esta actividad es prácticamente desconocido en muchos otros países y sobre todo en los niveles inferiores (provincias y/o localidades), relacionado principalmente a las dificultades que conlleva cuantificarlo. A su vez, dado que existen y se utiliza una gran variedad de metodologías para estimar el gasto turístico de la demanda turística, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2010), el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC, s.f.) y el Consejo Federal de Turismo (CFT, 2015a, 2015b), también varían ampliamente en la calidad, la exactitud y qué aspectos del turismo son incluidos, lo cual condiciona la manera en que se dimensiona el impacto económico turístico.

Específicamente, si bien la OMT proporciona un marco metodológico a nivel global para la elaboración de estadísticas de turismo, el cual recibe actualizaciones periódicas, los sondeos que suelen realizarse en diferentes países, y particularmente en provincias, departamentos o municipios de nuestro país, varían además en gran medida en torno a su objeto, unidades bajo estudio, alcance, periodicidad, representatividad estadística de sus resultados y otras cuestiones metodológicas, según lo identificado y relevado en el marco del *Proyecto de Fortalecimiento de la*

---

<sup>1</sup> La Cuenta Satélite de Turismo (CST) es un marco estadístico estándar y la principal herramienta para la medición económica del turismo. Ha sido desarrollado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat) y la División de Estadística de las Naciones Unidas.

<sup>2</sup> En el caso de Australia, el organismo encargado de llevar a cabo la cuenta satélite nacional es el Australian Bureau of Statistics, en Canadá el Statistics Canada, en Dinamarca el Centre for Regional and Tourism Research (CRT), y en México el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

<sup>3</sup> En Argentina, la Cuenta Satélite de Turismo nacional es llevada adelante por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación (MINTURyDEP) y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), la cual fue presentada en el mes de abril de 2022 en el marco del Sistema de Información Turística de la Argentina (SINTA).

*Generación de Estadísticas de Turismo en las Provincias del Consejo Federal de Turismo* (CFT, 2015a, 2015b). Estas diferencias que se presentan en los distintos relevamientos dificultan la comparabilidad de sus resultados, y, en muchos casos, producto de los sesgos que se introducen de manera implícita, dan lugar a estimaciones que no se corresponden con la realidad. Esto evidencia la importancia que tiene contar con un marco estadístico estándar para llevar adelante las mediciones en turismo.

En el caso de Argentina, se produce información estadística sistemática sobre la actividad turística a partir de diferentes operativos estadísticos -ETI, EVyTH y EOH<sup>4</sup> que se realizan de forma periódica, cuyo marco metodológico de referencia son las *Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo de la OMT 2008*. Dichas recomendaciones se centran en las actividades realizadas por los visitantes y en su medición a través de indicadores tanto monetarios como no monetarios, teniendo como objetivo brindar un marco común de referencia para que pueda ser utilizado por los países al elaborar estadísticas de turismo (OMT, 2010).

Puntualmente, yendo al caso del segmento del turismo de reuniones en el país, se cuenta con un sistema estadístico federal unificado a partir del cual se mide el impacto económico que generan los visitantes que viajan por motivo de una reunión o evento<sup>5</sup>, representado por el Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina (OETR).

En este ámbito de estudio, se entiende como *reunión* a un encuentro de 10 o más participantes por un mínimo de cuatro horas en un espacio contratado, la cual debe llevarse a cabo en el país de referencia y se consideran los congresos, convenciones, conferencias, exhibiciones, ferias, eventos de incentivos, reuniones corporativas y otras que cumplan con los criterios anteriormente definidos, pero se excluyen actividades sociales, campañas políticas, actividades educativas, recreativas y de entretenimiento (OMT, 2014). Por su parte, el OETR, a efectos prácticos y bajo la órbita del turismo, considera *reunión* al evento que se corresponde con los mencionados en la definición de la OMT, que cuenta con una duración mínima de media jornada (4hs.) y con asistentes no residentes del destino donde se realiza, es decir, visitantes (turistas y/o excursionistas).

La metodología del OETR también se apoya en las *Recomendaciones Internacionales* que brinda la OMT, pero a la hora de realizar las mediciones del gasto turístico desde el enfoque de la demanda, se presentan dificultades que radican en el trabajo operativo de campo. Estas dificultades tienen que ver tanto con el armado y la organización de los equipos de encuestadores para las entrevistas presenciales por parte de los destinos referentes, como con el desconocimiento de los informantes respecto a los gastos que realizará, sobre todo cuando no son interceptados hacia el final de su estadía sino en su inicio o durante la misma, o mismo su incapacidad para recordar los gastos que realizaron, así como las distintas monedas en las que los informantes declaran sus gastos, y los diferentes momentos temporales en que se realizan los gastos (por ejemplo, pagos de tickets aéreos y/o de alojamiento con meses de antelación al viaje).

---

<sup>4</sup> ETI: Encuesta de Turismo Internacional

EVyTH: Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares

EOH: Encuesta de Ocupación Hotelera

<sup>5</sup> Si bien el término "reunión" es el adecuado para referirse a este segmento, y el término "evento" tiene una connotación genérica, con el objetivo de evitar repeticiones, para este trabajo ambos términos se usarán de manera indistinta.

A partir de ello y de las consideraciones expuestas, el interrogante que surge es cómo poder sortear ciertas dificultades y mejorar las estimaciones del gasto turístico, partiendo de este caso de estudio. Con esta finalidad, se analizan por un lado nociones vinculadas a las estadísticas en turismo, y por otro, conceptos relacionados al turismo de reuniones. Específicamente, a partir de estos marcos de referencia, se indaga en cómo se operacionalizan los conceptos de grupo de viaje, entorno habitual y gasto turístico<sup>6</sup>. También se realiza una revisión sobre lo que proponen otras metodologías respecto al cálculo del gasto turístico desde el enfoque de la demanda turística y sus diferencias, y además experiencias internacionales sobre la medición del turismo de reuniones, es decir cómo lo miden otros países. Por último, a partir del análisis del estudio de demanda del OETR y de las dificultades identificadas tanto en el trabajo operativo de campo como al momento de realizar la estimación del gasto turístico de la demanda referido al segmento de reuniones en Argentina, se proponen algunas mejoras.

El modo en el que se estructura este trabajo es el siguiente. En primer lugar, se realizó una revisión de conceptos vinculados a estadísticas del turismo y su operacionalización, específicamente desde el lado de la demanda en materia de medición del gasto turístico, y también de las metodologías existentes para el relevamiento de la información y estimación del gasto desde esta perspectiva (Capítulo 1). Luego se presentan definiciones y términos relacionados al turismo de reuniones, así como las experiencias de Australia, Canadá, Dinamarca, Estados Unidos, Inglaterra y México. A su vez, se realizó una comparación entre las metodologías utilizadas para el relevamiento de datos y cálculo en dichos países (Capítulo 2). En tercer lugar, se expone el caso del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina (OETR) que desde el año 2010, de forma anual, lleva adelante un Calendario de Reuniones y un Estudio de Demanda para estimar el impacto económico del sector turismo de reuniones en Argentina. Siguiendo la línea de trabajo propuesta por Singerman (2021), se realiza un nuevo análisis respecto a la medición del gasto turístico utilizando una base de datos más actual (de 2019) y software Excel, surgiendo finalmente de este análisis otra propuesta de mejora vinculada a este aspecto (Capítulo 3). En último lugar, se exponen las consideraciones finales.

## Fundamentación

El turismo es una actividad muy amplia y se relaciona con muchas otras actividades. Al mismo tiempo coexisten varias definiciones y mucha metodología escrita sobre cómo cuantificarlo (Sancho, 2001; OMT, 1999, 2010; INDEC, s.f.; CFT, 2015a, 2015b). Si bien se lo intenta abordar con el enfoque de demanda y con las ramas características, conlleva ciertos desafíos particulares para su medición estadística, como ya se ha mencionado anteriormente.

Con el análisis del impacto económico del turismo es que precisamente se obtienen las estimaciones tangibles de las interdependencias económicas entre ramas de actividades, así como un mayor conocimiento de la importancia y el rol del turismo en la economía (Martínez Roget, 2009). El autor considera que conocer los impactos económicos que genera esta actividad es una tarea indispensable para la planificación tanto de un país como de una región y las propuestas para su desarrollo económico, por ello la sociedad también debe conocer la importancia relativa del turismo en la actividad económica. Asimismo, es necesario para poder tener un control de la comercialización y la toma de decisiones por parte de las empresas.

---

<sup>6</sup> Los conceptos mencionados surgen de las definiciones brindadas por la OMT.

Específicamente, a nivel local, la medición del impacto económico del turismo es un mecanismo de asistencia imprescindible para las empresas, los gobiernos, los trabajadores y la sociedad en general, dado que permite adoptar decisiones eficaces, efectivas y sostenibles relacionadas con su desarrollo económico, tal como lo menciona Martínez Roget (2009). Sin embargo, en estos niveles subnacionales suele ser algo prácticamente desconocido, debido a las dificultades que conlleva su cuantificación.

En pocas palabras, la importancia de medir el turismo de manera cuantitativa reside en poder conocer de qué forma se estructura esta actividad económica en un determinado país para poder tomar decisiones que sean oportunas con relación a la misma (Frechtling, 2011).

En este sentido, siguiendo el lineamiento de la OMT (2010), es fundamental contar con estadísticas más fiables y abundantes para que los responsables en la formulación de políticas tomen decisiones eficaces. Sólo es posible realizar diferentes tipos de análisis del turismo si se dispone de datos suficientes y adecuados que permitan generar estadísticas fidedignas. Esta es una condición esencial para evaluar los diferentes aspectos del turismo, así como para apoyar y mejorar la formulación de políticas y la toma de decisiones.

Específicamente, en el turismo de reuniones (así como en el resto de los segmentos turísticos), la medición del gasto turístico de la demanda resulta útil para conocer la potencialidad que este sector tiene en las economías de una nación, provincia o localidad permitiendo, entre otras cosas, facilitar por un lado la definición de políticas de estímulo al desarrollo de esta actividad y para evaluar su efectividad, y por el otro para que el sector privado pueda mejorar la toma de decisiones de inversión y de gestión de sus negocios (OETR, 2021).

En este sentido, de acuerdo con los trabajos analizados, se observa que el turismo de reuniones generalmente es abordado tanto por los organismos públicos como por el sector académico desde una perspectiva económica en términos de beneficios, aunque en los últimos años también se lo está analizando de una manera más profunda, como campo de estudio disciplinar (Getz, 2007, 2008; Getz & Page, 2016). Aun así, la literatura y los escritos académicos existentes a la fecha sobre este segmento tan específico son algo escasos, especialmente en materia de medición del gasto. Al mismo tiempo, el debate en torno al método óptimo para observar y evaluar diferentes aspectos de los eventos sigue siendo de actualidad (Černá Silovská y Kolařík, 2019). Por esto mismo, resulta interesante indagar sobre las metodologías existentes para estimarlo, las técnicas estadísticas empleadas y su complementariedad con otros métodos estadísticos, para así poder mejorar la estimación del gasto por parte de los turistas.

En particular, el estudio de esta temática se encuentra relacionada, por un lado, con las cátedras “Economía del Turismo I (enfoque microeconómico)” y “Estadística aplicada al Turismo” de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas-Universidad Nacional de La Plata, y por otro, con los conocimientos y la experiencia profesional adquiridos durante mis años de trabajo en el Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina (OETR). Esto último cobra relevancia teniendo en cuenta que el Observatorio, de base asociativa, cuenta con una metodología propia para abordar el desafío de la medición del gasto turístico y se encuentra en funcionamiento operativo desde 2010 gracias al trabajo colaborativo de los referentes técnicos, contando con representación del sector público (el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación - MINTURyDEP), el sector privado (la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos,

Eventos y de Burós de Convenciones - AOCA), y el sector académico (la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires).

En este sentido, lo que motivó esta tesis ha sido la experiencia personal al haber tomado contacto directo con los temas que aquí se abordan y con el operativo estadístico anual llevado a cabo por el OETR durante mi práctica laboral, concretamente, al observar las dificultades que surgían cuando se les realizaba seguimiento a los equipos técnicos de los destinos referentes y al momento de analizar los datos recolectados en el operativo como evidencia empírica. Esto llevó a realizarme preguntas sobre cómo se operativizan los conceptos de entorno habitual, grupo de viaje, gasto turístico y sus implicancias en el cálculo así como en el análisis posterior de la información.

De esta manera, primeramente y a partir de un proceso que comenzó antes de la elaboración del plan de tesis por interés de la autora, tanto la experiencia adquirida como los artículos académicos publicados por Getz<sup>7</sup> -quien analiza al sector de turismo de eventos como disciplina académica- y los trabajos de Granados Hernández (2006) y Martínez Roget (2009)<sup>8</sup> -que abordan esta temática desde el turismo en general-, sirvieron en una primera instancia como punto de partida y aproximación inicial dado que incluyen aspectos que sirven de enlace y de referencia para el presente trabajo. Asimismo, la Tesis de Maestría que estudia el caso del OETR, titulada *Medición del impacto económico en el turismo de reuniones: El caso del Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina* (Singerman, 2021), constituye un antecedente importante para este trabajo.

Por otra parte, la existencia de bibliografía no académica es considerable y ha sido de mucha utilidad para poder tener un entendimiento más acabado sobre el tema y conformar el marco teórico. En este sentido se han encontrado informes de consultoras, organizaciones privadas y organismos públicos que intentan medir el impacto económico que genera el sector en términos de resultados (Business Events Council of Australia, 2015; Meeting Professionals International Foundation, 2014; Events Industry Council, 2018; Li et al., 2013; Consejo de Promoción Turística de México, 2016; VisitDenmark, 2012; OETR, 2020).

En el caso particular de la Tesis de Maestría de Singerman (2021), se destaca por el análisis de la base de microdatos del estudio de demanda que lleva adelante el OETR. No obstante, por fuera de este caso de estudio no se han encontrado otras investigaciones académicas que traten de manera específica el análisis del microdato relacionado a la medición del gasto turístico de la demanda en el sector del turismo de reuniones y los métodos para estimarlo.

Según Getz & Page (2016), el turismo de eventos se expandió dramáticamente como tema de investigación en la década de 1980. Si bien entre la década de los '60 y los '70 se registran estudios pioneros de evaluaciones de impactos económicos, la mayoría fueron de un solo evento y en particular de festivales. A principios de los '80 es que surgen los primeros artículos de investigación sobre el impacto económico de eventos deportivos y exposiciones, este último un tipo de evento perteneciente al segmento MICE<sup>9</sup>, sobre el cual se abocará este estudio.

---

<sup>7</sup> Tales como *Progress and prospects for event tourism research* (2016), *Event tourism: Definition, evolution, and research* (2008), y también su libro *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events* (2007).

<sup>8</sup> Titulados *Propuesta de Sistema de Información Turística para el Departamento de Cundinamarca, Colombia* y *La medición del impacto económico del turismo*, respectivamente.

<sup>9</sup> Significado de MICE: Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions.

Desde entonces, varios investigadores académicos han manifestado la falta de consistencia utilizada en los estudios de impacto de eventos (Uysal & Gitelson, 1994; Dwyer, Forsyth & Spurr, 2005; Sherwood, 2007). Y en este sentido, tal como señalan Getz & Page (2016), “algo fundamental para la evaluación del impacto de los eventos es el análisis detallado del gasto de los visitantes” (p. 616).

Asimismo, la importancia del Turismo de Reuniones ha sido reconocida por la OMT en las diferentes publicaciones que ha realizado, pero sobre todo en las referidas específicamente al sector<sup>10</sup>. Sin embargo, en un reporte que publicó en 2014, menciona el desarrollo de una extensión de la Cuenta Satélite del Turismo para la evaluación de la importancia económica del sector de las Reuniones (OMT, 2014), lo cual refleja la falta de un marco metodológico consensuado para medir el impacto económico de este tipo de turismo.

Dado que estas actividades implican para los turistas una serie de gastos que impactan directamente a un conjunto muy amplio de sectores y presentan además efectos de arrastre sobre una multitud de ramas de actividad (Martínez Roget, 2009), es necesario un marco conceptual claro para el análisis del turismo, así como de información estadística y de herramientas analíticas (Hernández, 2006, como se citó en Padrón Ávila, 2020).

En función de ello, la importancia del presente trabajo se fundamenta en la necesidad de entender esas complejidades en la medición del gasto turístico de la demanda, desde el momento en que los diferentes conceptos se operacionalizan hasta que se realizan las estimaciones del gasto turístico para llegar al resultado final.

En este sentido, entonces, la tesis a desarrollar presenta un abordaje centrado en la medición del gasto turístico de la demanda desde el segmento del turismo de reuniones en la Argentina, tomando como base el trabajo de Singerman (2021), extendiendo el ejercicio con una base de microdatos más actualizada y realizando nuevas propuestas de mejora desde un enfoque operativo (no teórico), con el objetivo de disminuir la discrecionalidad del analista al momento de realizar la primera limpieza de la base de datos así como los cálculos posteriores, y además poder obtener las respuestas más fidedignas posibles.

Si bien se podría abordar el estudio del segmento del turismo de reuniones desde el enfoque de la oferta y de la demanda, con el propósito de acotar el tema de investigación, este trabajo se concentrará específicamente en el estudio de gasto turístico desde el enfoque de la demanda.

La necesidad y el interés particular en estudiar este tema radican, por un lado, en los desafíos que conlleva la medición del gasto turístico de la demanda de un segmento específico de turismo, como lo es el turismo de reuniones, y particularmente en la operacionalización de los conceptos “entorno habitual”, “grupo de viaje” y “gasto turístico” (surgidos de las definiciones brindadas por la OMT) al momento de aplicarlos a los turistas de reuniones. Y, por otro lado, en profundizar conocimientos y comprender estas complejidades en materia de medición estadística en el sector turístico, y en particular del turismo de reuniones.

De esta manera, se pretende realizar un aporte al proceso de medición del gasto turístico de la demanda en el segmento del turismo de reuniones, planteando la relevancia que cobran en este sentido las definiciones conceptuales, así como la rigurosidad metodológica que se debe emplear al medir, operacionalizar esos

---

<sup>10</sup> *Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry* (2006), *Global Meetings Initiative* (2008) y *el Informe Global sobre la Industria de Reuniones* (2014).

conceptos y ejecutar el operativo de campo, necesarias para la elaboración de información estadística rigurosa y comparable. Desde este enfoque, la tesis se concentra en el uso de metodologías cuantitativas.

De este modo, por sus consecuencias aplicables, se espera que la información que resulte de este estudio pueda ser útil mediante dos grandes ejes: por una parte, enriquecer el conocimiento académico en la medición del gasto turístico de la demanda y en el campo disciplinar del turismo de reuniones; y por la otra contribuir a una mejora en la estimación del impacto económico de la demanda turística del segmento de reuniones en Argentina.

## Objetivos

A los fines de alcanzar resultados concretos, y partiendo de los interrogantes de investigación, se describen a continuación el objetivo de carácter general del tema de investigación y los objetivos específicos que se desprenden de él.

### Objetivo General

Identificar los alcances y limitaciones que tiene la medición del gasto turístico de la demanda en el segmento del turismo de reuniones en Argentina, abordando específicamente el caso del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina (OETR) y empleando su base de microdatos del año 2019.

### Objetivos Específicos

1. Estudiar la operacionalización de los conceptos de entorno habitual, grupo de viaje y gasto turístico para el caso del OETR, así como sus alcances y limitaciones.
2. Indagar sobre las diferentes metodologías existentes para calcular el gasto turístico de la demanda.
3. Identificar las dificultades que surgen al momento de realizar la estimación del gasto turístico de la demanda, tomando de referencia el caso del OETR.
4. Proponer una solución operativa para disminuir la discrecionalidad del analista en el tratamiento de los datos recolectados con el fin de mejorar la estimación del gasto turístico desde el enfoque de la demanda de turismo de reuniones y que sea aplicable al OETR.

## Proceso y aspectos metodológicos

Para alcanzar los objetivos propuestos, el trabajo de investigación contempló diferentes etapas.

Previamente, mediante una fase exploratoria, se realizó un acercamiento aún más profundo con los temas de interés de la investigación, configurando de esta forma el marco conceptual y teórico que permitió definir el horizonte del estudio. Fue una etapa de revisión tanto bibliográfica como documental sobre los fundamentos teóricos en los que se sustenta este trabajo, el cual culminó en la propuesta de tesis presentada.

A partir de esta fase previa, primeramente se revisaron conceptos y definiciones estadísticas de turismo propuestas por la Organización Mundial de Turismo (OMT), específicamente entorno habitual, grupo de viaje y gasto turístico. Se analizó también la propuesta de medición de indicadores de impacto económico de la OMT y las

metodologías existentes para calcular el gasto turístico de la demanda. Luego, se estudiaron conceptos relativos al turismo de reuniones, así como antecedentes y experiencias internacionales en la medición del impacto económico de este sector, y también su importancia.

Finalizada esa etapa y conformado el marco teórico de esta investigación, en segundo lugar se procedió a analizar la documentación así como las bases de datos disponibles del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (OETR). Luego, se extendió el ejercicio presentado en la tesis de Singerman (2021) con una base de datos más actualizada.

Respecto a ello, se trabajó con la base correspondiente al Estudio de Demanda del año 2019, dada su mayor robustez y representatividad de los datos recabados durante ese año frente a los datos que se pudieron haber obtenidos en el año 2020 y el 2021, los cuales han sido prácticamente nulos producto de las medidas adoptadas durante la emergencia sanitaria como consecuencia de la pandemia de COVID-19.

En este sentido, es necesario aclarar que la base de datos con la cual se trabajó es el resultado del operativo anual de encuesta de demanda turística que lleva adelante el OETR desde el año 2010, el cual involucra diferentes etapas que conforman el proceso estadístico para la generación de información estadística.

Este estudio de demanda se rige en base a ciertos **aspectos metodológicos de relevamiento y medición**. Por ello, a continuación y a nivel general, se presentan sus **especificaciones técnicas**, de acuerdo con OETR (2018) y Singerman (2021). No obstante, más adelante se los aborda con mayor detalle.

- La **unidad de análisis** está representada por el asistente visitante y su grupo de viaje. En el caso particular de las encuestas de perfil de demanda para el sector del turismo de reuniones, el universo teórico está siempre compuesto por el **asistente visitante y su grupo de viaje**.
- La **unidad de relevamiento** está representada por el asistente visitante (quien responde por todo el grupo).
- El **instrumento de medición** se trata de un formulario estructurado en una aplicación para dispositivo móvil (celular o tablet). Anteriormente se realizaba por medio de un formulario impreso pero ya no se encuentra disponible como instrumento de medición<sup>11</sup>.
- El **método de instrumentación** utilizado es la **entrevista**. Actualmente el OETR realiza el relevamiento de la encuesta de demanda mediante entrevistas por intercepción.
- Las **principales variables relevadas** son: Lugar de residencia, Tamaño de grupo de viaje, Estadía, Tipo de alojamiento utilizado, Forma de organización o modalidad del viaje, Medio de transporte, Calificación de los servicios del destino, Motivo principal de viaje, Compras realizadas, Actividades realizadas, Gasto turístico de todo el grupo de viaje por ítem de gasto.
- El **tipo de muestreo** es **no probabilístico**, ya que sólo es posible contar con el marco muestral completo una vez que ha finalizado el año calendario y se han registrado los eventos realizados durante el año y la cantidad de asistentes que tuvieron.

---

<sup>11</sup> En la sección Anexos se pueden visualizar en detalle ambos instrumentos de medición.

En una tercera fase, la base de microdatos de 2019 se procesó con el programa de software *Excel*, replicando y extendiendo el análisis realizado en Singerman (2021), mediante el cual se identificaron y se analizaron, de manera empírica, las dificultades que surgen al momento de realizar la estimación del gasto turístico de la demanda.

Por último, a partir de las dificultades e inconsistencias identificadas, se proponen ciertas mejoras metodológicas para la estimación del gasto turístico del turismo de reuniones desde el enfoque de la demanda.

## CAPÍTULO 1: Estadísticas de Turismo

En este capítulo se aborda una serie de conceptos y aspectos teóricos, tanto generales como específicos, vinculados a las estadísticas en turismo y al segmento turístico bajo estudio, así como la forma en que se relacionan. Específicamente, en este apartado se recorre el campo de las estadísticas turísticas, yendo desde lo general hacia la temática particular con relación al objeto de estudio, el gasto turístico, para luego pasar al terreno del turismo de reuniones y así poder establecer relaciones entre ambos temas.

### 1.1. Importancia de las estadísticas para el turismo

#### 1.1.1. Aspectos generales

Siguiendo la línea de abordaje respecto a los apartados anteriores, para poder medir entonces la contribución económica de la demanda turística de la industria de reuniones, se requiere de la existencia de cifras e indicadores de naturaleza estadística.

Actualmente, la Estadística es utilizada en diversas áreas y es uno de los principales puntos de partida para gestionar cualquier actividad, por lo que se la conoce como la ciencia que trata de la recopilación, organización, análisis, presentación e interpretación de datos con el fin de tomar decisiones más efectivas y pertinentes (Muñoz, 2004; Barreto Villanueva, 2012). Y para poder realizar una valoración inteligente de los acontecimientos actuales, es cada vez más frecuente que se necesite asimilar e interpretar un volumen considerable de datos (Newbold, Carlson & Thorne, 2008).

La elaboración de estadísticas de turismo, así como las de cualquier otro sector, está regida por una serie de definiciones metodológicas que establecen qué se debe medir y cómo debe hacerse. Se debe partir de un mismo concepto que recorte específicamente lo que se está midiendo, para que de esta manera se pueda llegar a resultados comparables que refieran al mismo fenómeno (CFT, 2015a). Por ejemplo, conceptos como visitante, entorno habitual, grupo de viaje, gasto turístico se deben hacer operativos para poder realizar mediciones, por lo cual lo mencionado cobra especial relevancia, dado que se convierten en definiciones metodológicas claves. Respecto a esto, entonces, la implicancia de la metodología es total, ya que en su defecto los resultados a los que se llegue no se estarán refiriendo al mismo acontecimiento.

Dado que muchas veces, por diferentes motivos, es necesario realizar comparaciones de resultados entre países, generalmente las metodologías utilizadas se discuten y adoptan a nivel global, conformando de esta manera el marco de referencia para la elaboración nacional de las estadísticas de cierto sector. En este caso el turismo no se encuentra exento: tal como se hizo referencia anteriormente, la OMT proporciona un marco metodológico internacional, el cual es actualizado periódicamente, para la generación y compilación de estadísticas de turismo.

Estos esfuerzos de la OMT por poder llevar a cabo la medición del impacto y comportamiento de la actividad turística han sido posibles mediante la creación del *Programa de Estadísticas y Cuenta Satélite de Turismo* (CST, por sus siglas). Así mismo, en conjunto con Naciones Unidas, por medio de dicho programa se lanzaron en el año 2010 dos publicaciones denominadas *Recomendaciones Internacionales*

para *Estadísticas de Turismo y Cuenta Satélite de Turismo: recomendaciones sobre el marco conceptual*, con el objetivo de estandarizar los métodos en que los países elaboran su CST y demás estadísticas relacionadas con el turismo.

Según la OMT (2010), las estadísticas de turismo tienen como principal objetivo distinguir a los visitantes de otros subconjuntos de viajeros. Específicamente, buscan medir el alcance, distribución y naturaleza de los desplazamientos de personas residentes y no residentes, determinar cómo éstos influyen en la demanda de productos turísticos, y proveer información sobre cómo estos productos responden a las necesidades socioeconómicas de los demandantes (Secretaría Nacional de Turismo de Bolivia, 1997).

Permiten obtener una percepción global del fenómeno turístico, sus implicancias para el desarrollo estratégico y su efecto en la economía. Asimismo, proporcionan una de las herramientas básicas para el análisis de la actividad turística y sus relaciones con la economía como una unidad, tanto en términos de consumo como de producción, y ayudan a mostrar los efectos del turismo en la economía.

Además, son útiles en la organización y evaluación de campañas promocionales para atraer visitantes, en el estudio de las tendencias del turismo y sus variaciones estacionales, así como en la formulación de planes y políticas para el desarrollo. Más concretamente, son necesarias para la elaboración de estrategias de marketing, el fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales, la evaluación de la eficacia y eficiencia de las decisiones administrativas, y la medición del turismo en la economía nacional (OMT, 2010).

### 1.1.2. Evolución de las estadísticas en turismo

A lo largo de los años, la OMT ha trabajado en el mejoramiento de las estadísticas internacionales y nacionales del turismo de manera activa, logrando la difusión de documentos técnicos sobre la metodología en la recolección de estadísticas en turismo. En conjunto con la División de Estadística de Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales, trabajan en la compatibilización y armonización de los conceptos y clasificaciones existentes a nivel global.

De estos esfuerzos es que ha surgido la preparación de las recomendaciones internacionales para estadísticas del turismo, para ayudar a los países a establecer los fundamentos prácticos y metodológicos de las estadísticas turísticas de manera integral, aumentando a su vez la coherencia de este tipo de estadísticas con otras estadísticas oficiales y velando por el desarrollo de las cuentas satélite de turismo.

En base a los trabajos de Granados Hernández (2006), Agüi López, J.L. (1994), y documentos de la OMT (2000, 2001, 2003, 2010, 2016a, 2016b), de los cuales se obtuvo información más actualizada, se elaboró la Tabla 1. Se presenta una cronología de los principales hitos que han acontecido en busca de generar una terminología común en los conceptos y definiciones estadísticas aplicadas al turismo, con el objetivo de lograr, a nivel mundial, una medición constante y uniforme.

Tabla 1 Evolución de las estadísticas en turismo

AÑO	ORGANISMO / EVENTO	ACCIÓN
1937	Consejo de la Sociedad de Naciones	Primera definición de “turista internacional”: Aquel que viaje durante veinticuatro horas o más por cualquier otro país que el de su residencia habitual.
1947	Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT)	Creación de la UIOOT, la cual tenía la naturaleza jurídica de ONG.
1950	Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) (Dublín)	Se propone una ligera modificación a la definición de “Turismo Internacional”: los estudiantes y jóvenes residentes en el extranjero se incluyeron en la definición de turista.
1953	Comisión de Estadística de las Naciones Unidas	Definición del concepto “visitante internacional”.
1963	Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Turismo y los Viajes Internacionales (Roma)	Recomendación sobre definición de los términos: “visitante”, “turista” y “excursionista”.
1968	Comisión de Estadística de las Naciones Unidas	Aprobación de los términos: “visitante”, “turista” y “excursionista”.
1975	Organización Mundial del Turismo (OMT)	Se crea la OMT en sustitución de la UIOOT, la cual surge como la principal organización internacional en el campo de los viajes y del turismo.
1978	Comisión de Estadística de las Naciones Unidas	Publicación y difusión de las directrices provisionales sobre estadísticas de turismo internacional. Además encarga a la OMT proseguir con el campo de estudio de las estadísticas turísticas.
1981	Organización Mundial del Turismo (OMT)	Se publicó el <i>Technical Handbook on the Collection and Presentation of Domestic and International Tourism Statistics</i> , el cual incluye definiciones, ampliaciones y diferenciaciones de los términos definidos anteriormente.
1991	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)	Publicación del <i>Manual sobre Cuentas Económicas del Turismo</i> , donde se examinaron varios problemas relacionados con la medición del turismo y sus conexiones con las cuentas nacionales.
1991	Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo (Ottawa)	Se propusieron una serie de definiciones estadísticas del turismo nacional e internacional, así como una clasificación de las actividades turísticas, ambas relacionadas con otras normas y recomendaciones estadísticas internacionales.
1993	Organización Mundial del Turismo (OMT)	Presentación del <i>Informe sobre Estadísticas de Turismo</i> .
1993	Comisión de Estadística de las Naciones Unidas	Aprobación y adopción del <i>Informe sobre Estadísticas de Turismo</i> . Adopción de la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (CIUAT)

1994	Organización Mundial del Turismo (OMT)	Publicación de las <i>Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo</i> (1993), las cuales representan el primer conjunto internacional de recomendaciones concebido para determinar los fundamentos de un sistema de estadísticas de turismo en términos de conceptos, definiciones, clasificaciones e indicadores. Se adopta una terminología común para las estadísticas de turismo por parte de los gobiernos y de los profesionales del turismo.
2000	Organización Mundial del Turismo (OMT)	Publicación del documento <i>Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual</i> . Adopta la forma de un sistema básico de conceptos, definiciones, clasificaciones, tablas y agregados vinculados a las tablas normalizadas del Sistema de Cuentas Nacionales (1993). Este sistema ha sido desarrollado para medir los impactos económicos del turismo en una economía nacional y con carácter anual.
2008	Organización Mundial del Turismo (OMT)	Publicación de las <i>Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo, 2008</i> (RIET). Como resultado de un proceso de revisión y recopilación de aportes y valiosas contribuciones se llevó a cabo una actualización de las recomendaciones sobre estadísticas del turismo.
2016	Organización Mundial del Turismo (OMT)	Publicación de la <i>Guía de Compilación</i> , la cual tiene por objeto servir de apoyo básico a la aplicación de las RIET 2008.

Fuente: Elaboración propia en base a Agüi López, J.L. (1994), Granados Hernández (2006) y OMT (2000, 2001, 2003, 2010, 2016a, 2016b).

## 1.2. Conceptos básicos para la medición del turismo

Tal como se mencionó, a partir de la Conferencia celebrada en Ottawa (Canadá), en el año 1991, se puso de manifiesto la necesidad de realizar una revisión y actualización de los conceptos y métodos que se tenían hasta ese momento con relación a la recolección de datos e información, su análisis estadístico y su difusión a nivel mundial, de acuerdo con Sancho (2001) y Granados Hernández (2006).

En línea con estos autores, parte de las conclusiones obtenidas en dicha conferencia fueron justamente la necesidad de disponer, a nivel internacional, de una terminología común, de consensuar conceptos turísticos y la determinación de metodologías adecuadas que permitieran reunir la información de manera ordenada, consolidarla y compararla en ámbitos tanto cronológicos como geográficos. En 1993, como resultado del plan de acción establecido, la OMT presentó el *Informe sobre Estadísticas de Turismo* el cual fue aprobado por las Naciones Unidas, y posteriormente se publicaron las *Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo*, documento en el cual se reúnen los principales conceptos a considerar en las mediciones de la actividad turística.

A continuación, las definiciones que se presentan se encuentran en el documento *Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo*, las cuales fueron revisadas y complementadas con otros documentos publicados por la OMT y la información que hay disponible en su sitio web ([www.unwto.org/es](http://www.unwto.org/es)).

### 1.2.1. Definición de turismo

La OMT (2000), como principal organismo internacional y rector de la actividad turística, considera que el *turismo* comprende:

las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. (p. 7)

Esta definición plantea un concepto único, pero a su vez amplio que concretiza las características más importantes del turismo y abarca todo el conjunto de viajes a nivel mundial, incluyendo no sólo el mercado vacacional sino un campo más extenso de la movilidad de la población, en concordancia con Granados Hernández (2006). Asimismo, este concepto engloba el turismo entre países y dentro del mismo país, siendo por esta razón muy útil en distintos ámbitos geográficos.

A partir de este concepto y para comprender con mayor profundidad sus alcances, en línea con Sancho (2001) y Granados Hernández (2006), se pueden analizar varios aspectos:

- La definición considera a todas las actividades, puramente turísticas como no turísticas, que realiza una persona durante sus viajes y estancias. Por lo tanto, una **actividad turística** está determinada por el uso que demanda un visitante por el producto o servicio ofrecido y no en función de su naturaleza.
- Se incorpora, adquiriendo un papel central, el concepto de **entorno habitual**, considerado en líneas generales como el lugar geográfico de vida y trabajo de las personas. No coincide estrictamente con el concepto de residencia habitual, ya que este se relaciona con los hogares, mientras que el entorno habitual está ligado a las personas (Sancho, 2001), por ello no se los debe confundir. Más adelante, en el apartado a continuación se explica con mayor detalle las particularidades que involucra este concepto.
- Se especifica un **período de tiempo**, considerando que un desplazamiento hacia un destino es turístico cuando la estancia no es superior a un año, en su defecto, el destino formaría parte del entorno habitual de esa persona y, por ende, para fines estadísticos, no se la debe considerar como visitante sino ya como residente.
- Comprende a todas las personas que se desplazan por cualquier **motivo** fuera de su entorno habitual, excepto el de ejercer una actividad remunerada en el destino visitado.

### 1.2.2. Entorno habitual de una persona

Como se observa en el apartado anterior, el elemento básico y concepto clave para definir el turismo es el entorno habitual, debido a que, en lo esencial, un viaje se caracterizará como turístico o no turístico en función de si implica o no una salida del entorno habitual.

La OMT (2010) define al *entorno habitual* de una persona como la zona geográfica en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales, entre ellas residencia, trabajo, estudio y ocio, así como otras posibles actividades corrientes (por ejemplo, prácticas deportivas y religiosas).

Por lo tanto, el entorno habitual no es necesariamente (o solamente) una zona geográficamente contigua. Por ejemplo, si una persona reside en una ciudad y trabaja en otra ciudad ubicada a una considerable distancia, su entorno habitual estará compuesto por dos zonas geográficamente separadas.

El objetivo primordial de la introducción de este concepto a la definición de turismo presentada anteriormente, fue el de evitar que se consideren como visitantes a las personas que hacen desplazamientos cotidianos o periódicos entre su lugar de residencia habitual y su lugar de trabajo o estudio, o que visitan con frecuencia ciertos lugares en su vida cotidiana, por ejemplo, hogares de familiares o amigos, centros comerciales, lugares religiosos, centros de salud y otras instalaciones que puedan encontrarse a una distancia considerable o en una zona administrativa diferente, pero que se visitan con regularidad y frecuencia.

A partir de esto, existen entonces dos criterios clave para definir cuándo una persona sale de su entorno habitual: **distancia** y **frecuencia**. Por lo cual, el entorno habitual de una persona está conformado por:

- los lugares situados cerca del lugar de residencia, aunque los visite raramente;
- los lugares visitados frecuentemente (de forma rutinaria), aunque estos lugares estén situados a una distancia considerable de su lugar de residencia.

Como puede observarse, para el caso de la distancia el criterio adoptado afectará por igual a todos los habitantes de una misma localidad, mientras que, en el caso de la frecuencia, un lugar alejado podrá ser parte del entorno habitual para una persona (que lo visita usualmente) pero no para otra, aunque el lugar de residencia sea el mismo.

Dadas las diferencias significativas que existen entre los países y dentro de ellos -en términos de densidad demográfica, medios de transporte, hábitos culturales, proximidad a las fronteras nacionales o administrativas y otros factores-, la OMT (2016a) no ha realizado una recomendación en torno a una definición estadística y operacional (medible) única a nivel mundial del entorno habitual de una persona.

No obstante, sobre la base de la definición nominal, la definición operacional del entorno habitual de una persona debe ser flexible, y en este sentido, la OMT (2010, 2016a) recomienda que cada país determine el significado preciso de lo que se considera habitual y frecuente en el contexto de sus estadísticas de turismo. Para ello, menciona que la delimitación del entorno habitual debería comprender los siguientes criterios:

- a) La **frecuencia** del viaje (salvo en el caso de visitas a casas vacacionales);
- b) La **duración** del viaje (una duración mínima de ausencia del lugar de residencia habitual);
- c) El **cruce de fronteras** administrativas o nacionales (un cambio de localidad o de unidad territorial administrativa mínima), y/o;
- d) La **distancia** desde el lugar de residencia habitual (una distancia mínima recorrida para considerar a una persona como visitante).

Ningún criterio predomina por sí solo. Sin embargo, según la OMT (2016a), la frecuencia y la duración son esenciales y recomienda que los dos criterios restantes se apliquen a la definición del entorno habitual, siempre que sea posible. A su vez, sugiere que cada país, a la hora de difundir los resultados, indique de manera clara los criterios que se utilizaron.

En concreto y más específicamente, el entorno habitual de una persona incluye entonces el lugar de residencia habitual del hogar al que pertenece, su lugar de trabajo o estudio, y cualquier otro lugar que visite con regularidad y frecuencia, aun cuando

dicho lugar esté lejos de su lugar de residencia habitual o en otra localidad, salvo en el caso de las viviendas de vacaciones (OMT, 2010).

Por otra parte, al analizarlo y combinar los criterios de distancia y frecuencia, el resultado que se obtiene se resume en la Tabla 2: sólo aquellos desplazamientos que se realicen a una distancia considerable y/o supongan el cruce de una frontera y cuya periodicidad no sea habitual serán considerados viajes turísticos y, por tanto, objeto de la estadística de turismo (CFT, 2015a)<sup>12</sup>.

**Tabla 2 Entorno habitual y viajes turísticos**

	Frecuencia alta	Frecuencia baja
<b>Corta distancia y/o no cruza frontera/s</b>	Entorno habitual	Entorno habitual
<b>Larga distancia y/o cruza frontera/s</b>	Entorno habitual	Viaje turístico

Fuente: Elaboración propia en base a CFT (2015a).

El cruce de las fronteras para el caso de los desplazamientos internacionales pone de manifiesto la dimensión de distancia mínima, sin importar la distancia recorrida<sup>13</sup>. Sin embargo, al momento de adoptar un criterio de distancia mínima respecto al turismo en el interior de un país, existen diversas posturas las cuales se basan en las particularidades de cada país, que los lleva a adoptar un radio en kilómetros, el cruce de fronteras entre unidades subnacionales o una combinación de ambas<sup>14</sup>. Por ejemplo, el criterio de distancia que se adopte en un país de grandes dimensiones, como Argentina (con distancias más largas), perdería sentido en países con territorios más pequeños, tales como España o Portugal, dado que sus distancias son más cortas.

Tal como se puede observar a partir de lo expuesto, los criterios de distancia y frecuencia para delimitar el entorno habitual son claves para las estadísticas turísticas, dado que tienen la capacidad de modificar el flujo de visitantes a considerar (al determinar quién es y quién no un visitante) y, con ello, los perfiles de los visitantes, el volumen del gasto turístico, etc.

De acuerdo con lo analizado, se evidencia que las pautas internacionales no proponen un criterio determinado para especificar las condiciones que debería cumplir este entorno habitual: cuán geográficamente grande o pequeño debería ser y/o cuán frecuentes las visitas a un destino para que éste pase a ser parte del entorno habitual, aunque el criterio de frecuencia semanal es el que se impone en este último caso. Y en este sentido, en concordancia con la OMT (2010) y el CFT (2015a), el desafío entonces queda en manos de las decisiones metodológicas que adopten los organismos que se encargan de elaborar estadísticas de turismo.

<sup>12</sup> En este punto es necesario mencionar una excepción. Una segunda vivienda turística (casa de veraneo o quinta de descanso), independientemente de la distancia, constituye un destino turístico, aunque su uso sea en cierta medida frecuente. Es decir, no formaría parte del entorno habitual.

<sup>13</sup> No obstante, el tránsito vecinal fronterizo (TVF) que se produce en las fronteras terrestres internacionales, es decir, los movimientos de las personas que viven cerca de las fronteras y las traspasan con frecuencia por diversos motivos (visitas a familiares/amigos, trabajo, compras, etc.), supone un problema de particular relevancia. La medición y consideración de estos movimientos como turísticos puede distorsionar en forma grave las estadísticas de turismo y conllevar dificultades teóricas y prácticas.

<sup>14</sup> En el año 2003, especialistas de España y Canadá, a pedido de la OMT, relevaron en treinta países los criterios de frecuencia y distancia que adoptaron al hacer operativo el concepto de entorno habitual. En el caso de la frecuencia, aunque en ese entonces la mayoría se abstenía de utilizar un criterio claro; quienes lo hacían el criterio más común era el semanal. Para el caso de la distancia, dos tercios de los países fijaban explícitamente algún tipo de definición, siendo el punto de corte más utilizado el cruce de fronteras administrativas, sin embargo, en varios casos se utilizaba el criterio de distancia o bien una combinación entre ambos. Incluso, un país, tomaba como criterio una determinada duración temporal de viaje.

A nivel nacional, como ejemplo relevante se puede mencionar el criterio aplicado en la *Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH)*, que viene llevando adelante el INDEC, en el cual el entorno habitual se operacionaliza de acuerdo con:

- i. el criterio de frecuencia semanal y,
- ii. el criterio de distancia, considerando dos magnitudes distintas como punto de corte: 40km. para los residentes de la región del Gran Buenos Aires (Ciudad Autónoma de Buenos Aires y los partidos que forman parte del Conurbano bonaerense) y 20km. para los residentes del interior del país.

En este sentido, el OETR respeta el criterio del INDEC para así poder garantizar la comparabilidad de los resultados.

A modo de resumen, se ha visto y llegado a la conclusión entonces que la definición del entorno habitual de las personas es realmente un problema fundamental para la medición estadística del fenómeno turístico. El concepto de entorno habitual y su aplicación operativa por medio de una serie de preguntas consecutivas en un formulario estructurado presentan desafíos significativos para la medición de la actividad turística, que pueden repercutir principalmente en el cálculo del gasto turístico. Si el concepto de entorno habitual no es tratado de forma adecuada, se puede correr el riesgo de que se subestime o sobreestime el impacto del turismo.

### 1.2.3. Unidades estadísticas básicas del turismo

Las unidades estadísticas básicas de turismo se refieren a aquellos elementos que son objeto de actividades turísticas, susceptibles de ser analizados y considerados en las mediciones del fenómeno turístico. De acuerdo con Sancho (2001) y la OMT (2010), se han determinado como principales las siguientes unidades:

- **Individuo:** puede ser seleccionado de forma aleatoria o por una determinada cuota de participación dependiendo de las necesidades del estudio.
- **Hogar:** es una unidad muestral que se utiliza en ciertos estudios de la demanda, donde se entrevista a un interlocutor o algún miembro de la familia extraído aleatoriamente.
- **Grupo turístico:** grupo de personas que realizan en forma conjunta alguna o todas las partes del viaje turístico. En función de las características de cada grupo, se los debe diferenciar entre “grupo de viaje” y “grupo de viajeros” (o lo que en Argentina se conoce como contingente).

A modo amplio, según Alegre et al. (2003), el *viaje* es el que realiza un individuo o grupo cada vez que deja su lugar de residencia habitual por uno o más motivos, recorre una determinada distancia para visitar un destino o más, haciendo uso de uno o varios medios de transporte, y vuelve a su residencia.

En este sentido, las unidades básicas de la experiencia turística son los viajeros relacionados con la propia actividad turística, es decir, los visitantes. En sus definiciones conceptuales, la OMT (2000) presenta de manera clara los conceptos básicos sobre los viajeros, diferenciando a los visitantes de otro tipo de viajeros. Estos conceptos, que se presentarán a continuación, son aceptados internacionalmente por todos los países y organismos que trabajan con las estadísticas turísticas.

La definición general del *viajero* es toda persona que se desplaza entre dos o más países o entre dos o más lugares dentro de su país de residencia habitual (OMT, 2000).

Como ya se mencionó, se distinguen dos tipos de viajeros, los cuales presentan una marcada diferenciación: “visitantes” y “otros viajeros”. Todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo se denominan visitantes. Por lo tanto, el término “visitante” es el concepto básico para el conjunto de estadísticas de turismo. Estas distinciones son fundamentales para la recopilación de datos sobre los movimientos de los viajeros y visitantes, y para la credibilidad de las estadísticas de turismo.

Los **visitantes** se clasifican en visitantes internacionales o visitantes internos dependiendo de si el viaje ha sido realizado fuera o dentro del propio país, y a su vez se dividen en dos categorías: “**turistas**” (visitantes que pernoctan) y “**excursionistas**” (visitantes del día, que no pernoctan).

**Ilustración 1 Clasificación de viajeros considerados en las estadísticas de turismo**



Fuente: Elaboración propia en base a OMT (2000).

### Visitantes: turistas y excursionistas

De acuerdo con las pautas aceptadas internacionalmente para la medición del turismo, el concepto básico para la elaboración de estadísticas de la demanda turística es el del “visitante” (CFT, 2015b), y para poder determinar si una persona reúne o no las características de un visitante, se realizan una secuencia de preguntas. Definir correctamente lo que es un “**visitante**” implica poder distinguirlo de otros viajeros que no son visitantes (y que, por tanto, no tienen que ver con el turismo) y de otras personas residentes en el destino que pueden realizar actividades típicamente turísticas (visitar atractivos naturales, asistir a eventos artísticos o culturales e incluso, alojarse en hoteles).

Entonces, a efectos estadísticos, el término *visitante* comprende a toda persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado (OMT, 2010).

Asimismo, la OMT (2000) ha definido tres criterios fundamentales para distinguir a los visitantes de otros viajeros que no deben ser considerados para las estadísticas de turismo, los cuales se presentan a continuación:

1. Un **visitante** se desplaza o viaja a un **lugar distinto al de su entorno habitual**, que excluirá los desplazamientos cotidianos o regulares entre el domicilio y el lugar donde trabaja o estudia, es decir, el entorno habitual es la zona geográfica donde se ubica su residencia habitual y, además de ésta, las zonas geográficas en las que se desenvuelve cotidianamente (ya sea por trabajo, estudio u otras actividades usuales);
2. La **estancia** en el lugar visitado no debería ser **superior a 12 meses consecutivos**. Superado este límite el visitante adquiriría la condición de residente en dicho lugar (desde el punto de vista estadístico, ya que un viaje con una duración superior a un año supondría un movimiento migratorio, no un viaje turístico).
3. El **motivo principal** de la visita debería ser **distinto al de ejercer una actividad remunerada** por una entidad residente en el lugar visitado, lo que excluye los movimientos migratorios de carácter laboral.

Concretamente, un “viajero” entonces será considerado como “visitante” y su desplazamiento como un “viaje turístico” solo si cumple estas tres condiciones. En esta definición, el concepto de “entorno habitual” también vuelve a tomar relevancia, en el sentido que es necesario distinguir operativamente quién traspasa y quién no su entorno habitual.

Con relación al punto 3., el *motivo principal de un viaje* se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar (OMT, 2010). Ayuda a determinar si el viaje en cuestión puede considerarse un viaje turístico y si el viajero puede considerarse un visitante. Por ejemplo, en la medida en que sea secundario al viaje, un visitante podría obtener algunos ingresos durante su estancia (por ejemplo, los jóvenes mochileros). No obstante, si el motivo principal del viaje es realizar un trabajo a cambio de una remuneración, entonces el viaje no puede considerarse un viaje turístico y el viajero no puede considerarse un visitante, sino “otro viajero”. En el caso de los grupos de viaje cuyos integrantes pueden tener motivos diferentes, el motivo principal del viaje debería ser el motivo fundamental por el que se ha decidido realizar el viaje.

A partir de estas cuestiones, la OMT determinó una **clasificación en función al motivo principal del viaje para los visitantes**, con el fin de ser utilizada como estándar en las recolecciones de información, para caracterizar los perfiles del gasto turístico, identificar segmentos clave de la demanda turística y posteriormente para ser aprovechada con fines de planificación, mercadotecnia, promoción y comercialización. Estas divisiones del motivo de la visita son:

1. Motivos personales
  - 1.1. Vacaciones, recreo y ocio
  - 1.2. Visitas a familiares y amigos
  - 1.3. Educación y formación
  - 1.4. Salud y atención médica
  - 1.5. Religión/peregrinaciones
  - 1.6. Compras
  - 1.7. Tránsito
  - 1.8. Otros motivos
2. Negocios y motivos profesionales

Las diferencias entre visitantes y otros viajeros que no tienen relación con la actividad turística, se encuentran resumidas en la Tabla 3 que se presenta a continuación:

Tabla 3 Caracterización de los viajeros

Características	Visitantes	Otros viajeros
<i>Ámbito geográfico del desplazamiento</i>	Fuera del entorno habitual: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Cierta distancia mínima de recorrido.</li> <li>● Cierta duración mínima de ausencia.</li> <li>● Cierta cambio de localidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Dentro de la unidad territorial de residencia.</li> <li>● Fuera de la unidad territorial de residencia.</li> <li>● Desplazamientos fronterizos por trabajo o estudios.</li> </ul>
<i>Ámbito temporal del desplazamiento</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Menos de un año.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Más de un año.</li> <li>● Cotidianos.</li> </ul>
<i>Motivo</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ocio.</li> <li>● Tratamiento médico.</li> <li>● Religioso.</li> <li>● Familiar.</li> <li>● Deportivo.</li> <li>● Negocio o trabajo sin remunerar en el lugar visitado.</li> <li>● Retorno al país para visitas temporales.</li> <li>● Movimientos de empleados de cuerpos internacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Movimientos migratorios laborales.</li> <li>● Actividad laboral remunerada en el lugar visitado.</li> <li>● Movimientos de diplomáticos y militares.</li> <li>● Movimientos de refugiados y nómadas.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia en base a Alegre et al. (2003), citado en Granados Hernández (2006).

Para efectos de las estadísticas de turismo, la expresión “**visitante internacional**” designa a todo viajero no residente que realiza un viaje turístico fuera de su entorno habitual por un período inferior a un año, con un motivo distinto al de ser empleado por una entidad residente en el país visitado (OMT, 2010).

Por su parte, la expresión “**visitante interno**” comprende a toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país, pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado (OMT, 2000).

Como se mencionó anteriormente, los visitantes se clasifican en dos grandes categorías: “turistas” (visitantes que pernoctan) y “excursionistas” (visitantes del día).

La diferencia, como se observa, radica en el hecho que el “**turista**” permanece como mínimo una noche en un medio de alojamiento en el país, región o lugar visitado.

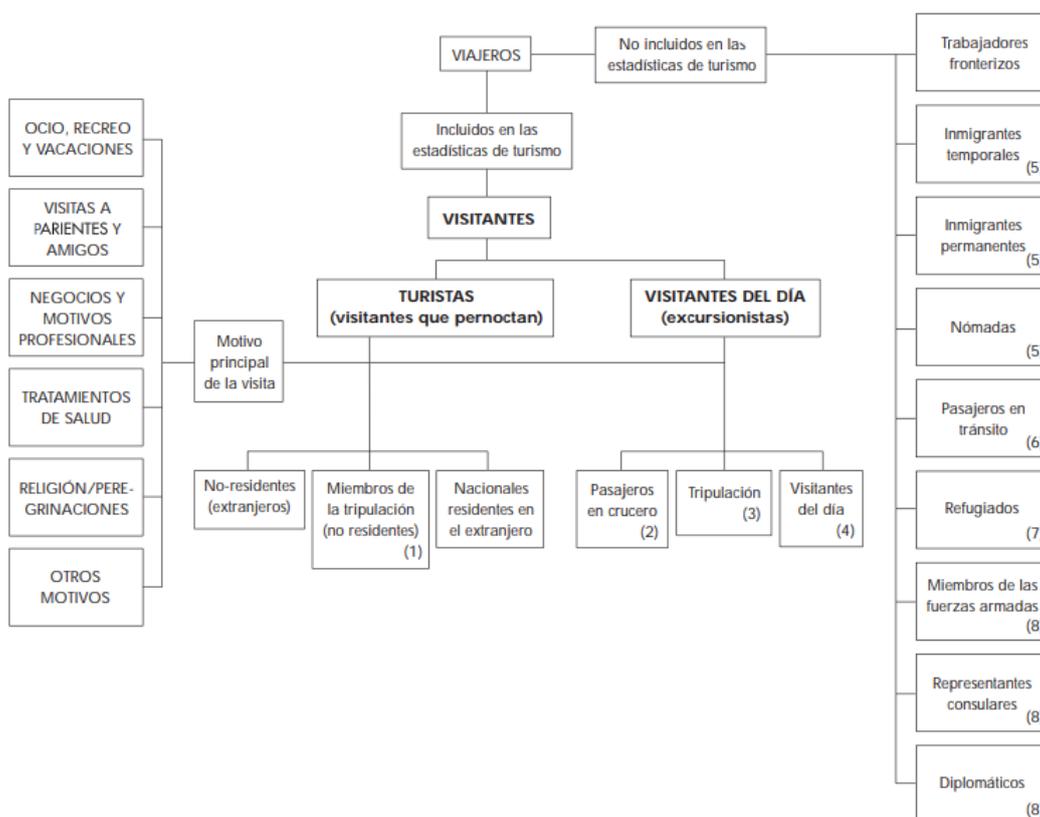
El “**excursionista**” no pernocta en el lugar visitado, pero no por esto debe quedar excluido de las estadísticas de turismo, por el contrario, dado al gran crecimiento de las excursiones dentro de la oferta turística de muchos países y regiones, se ha recomendado que este tipo de visitante sea considerado en las mediciones para poder conocer la importancia que tiene sobre la actividad turística de determinado lugar. Las excursiones (o visitas del día) deben cumplir con los parámetros del concepto del turismo, para no confundirse con otros tipos de desplazamientos que presentan carácter rutinario.

En relación con estas clasificaciones, y para fines estadísticos, se puede presentar la siguiente **tipología de visitantes** (OMT, 2000):

- Visitante internacional (viaje realizado fuera de su país de residencia habitual)
  - Turista (visitante que pernocta)
  - Excursionista - Visitante del día (visitante que no pernocta)
- Visitante Interno (viaje realizado dentro de su país de residencia habitual)
  - Turista (visitante que pernocta)
  - Excursionista - Visitante del día (visitante que no pernocta)

La Ilustración 2 resume las tipologías básicas de los viajeros, según las referencias y recomendaciones de la OMT, con una pequeña referencia a los casos especiales y su determinación en las estadísticas.

**Ilustración 2 Clasificación general de los viajeros**



1. Tripulación de barcos o aviones extranjeros en reparación o que hacen escala en el país y que utilizan los medios de alojamiento del país.
2. Personas que llegan a un país a bordo de un buque de crucero (tal como lo define la Organización Marítima Internacional, OMI, 1965) y que están alojados a bordo, aunque desembarquen para realizar visitas de uno o más días de duración.
3. Tripulación que no es residente del país visitado y permanece en él durante el día.
4. Visitantes que llegan y salen el mismo día por motivos de ocio, recreo y vacaciones; visitas a parientes y amigos; negocios y motivos profesionales; tratamientos de salud; religión / peregrinaciones u otros motivos, incluido el tránsito de los visitantes del día que van y vuelven a sus países de destino.
5. Según ha sido definido por la Naciones Unidas en las Recomendaciones sobre Estadísticas de Migraciones Internacionales, 1980.
6. Que no abandonan el área de tránsito del aeropuerto o del puerto, incluido el traslado entre aeropuertos y puertos.
7. Según ha sido definido por el Alto Comisionado para los Refugiados, 1967.
8. Cuando se desplazan de sus países de origen hacia países donde están en funciones e inversamente (incluidos los sirvientes y las personas a cargo que acompañan al titular o se reúnen con él).

Fuente: OMT (1994), citado en Sancho (1998).

## Grupo de viaje

Los visitantes, como elemento principal del análisis del turismo, no siempre viajan solos. Muchas veces lo hacen en un *grupo de viaje*, el cual la OMT (2010) lo define “como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo”.

Un **grupo de viaje** típico incluye a los miembros de una familia que viajan juntos, amigos u otras personas que de alguna manera guardan algún vínculo entre sí. Si bien, la mayoría o todos los gastos del grupo de viaje -transporte, alojamiento, alimentación- se comparten, los gastos no pueden atribuirse a miembros particulares del grupo de viaje (OMT, 2016a).

Un grupo de viaje no es un “hogar”, en el sentido que se da al término en las estadísticas de los hogares. Sin embargo, en muchos casos un grupo de viaje va a estar integrado por los miembros de un hogar (por ejemplo, una pareja o una familia que viaje junta). En las estadísticas de turismo, el gasto turístico no se asigna en general al grupo de viaje, sino de manera individual a cada persona durante el viaje. De esta manera, una vez establecidos los gastos del grupo de viaje, se asigna a cada miembro del grupo de viaje el gasto que le corresponde, y ese gasto individual es el que se tomará en cuenta en las estimaciones del gasto turístico total.

En el caso de los gastos compartidos, el gasto de cada miembro del grupo de viaje se calculará en base a un promedio, ya sea como un promedio simple (el mismo para todos los productos) o en dependencia de los productos consumidos (con fórmulas más complejas). Esas estimaciones se suman después a las cifras correspondientes al gasto individual a fin de establecer el gasto de cada persona (OMT, 2010).

En concordancia con la OMT (2016a), la importancia de reunir información sobre el tamaño de un grupo de viaje radica en que influye directamente en el gasto promedio diario per cápita de sus miembros. Lo cual, también es importante para la planificación respecto de los destinos (por ejemplo, al momento de determinar los tamaños de las habitaciones de un hotel). También es importante reunir información sobre la composición de un grupo de viaje, sobre todo para poder identificar aquellos casos que pueden constituir un mercado especial con necesidades e intereses específicos (por ejemplo, familias con niños que pueden requerir de niñeras y actividades infantiles).

En el caso de los grupos de viaje, el motivo principal del viaje deberá ser el que resulta crucial para la decisión del grupo de viaje como móvil para hacer el viaje, esto es, el motivo sin el cual el grupo no habría realizado el viaje.

Como sea que se defina el motivo central, cada miembro del grupo de viaje, si se le preguntara, podría dar una razón diferente por la cual realiza el viaje. Esa información también podría ser muy valiosa a efectos de un análisis de comercialización. Por ejemplo, en el caso de un visitante que llega a un destino para asistir a una conferencia y está acompañado de su familia, el motivo principal del grupo de viaje es asistir a una conferencia, aun cuando los acompañantes no asistan a la misma, sino que han ido para explorar las atracciones del destino.

Otro tipo de unidad turística es el **grupo de viajeros**, integrado por visitantes individuales o grupos de viaje que viajan juntos en un tour organizado para ellos por un tercero (generalmente, una empresa especializada). Por ejemplo, las personas que realizan el mismo paquete turístico o jóvenes que viajan a un campamento de verano. Cada integrante de esos grupos comparte los gastos correspondientes a un conjunto de servicios preestablecidos, que suelen incluir los gastos de transporte y alojamiento, pero mantiene el control total y personal de los demás gastos. La parte de los gastos

comunes que corresponde a cada miembro se define absolutamente y suele equivaler a la suma abonada por cada persona para sumarse al grupo de viajeros. Si bien no todos los viajes combinados requieren que los viajeros se unan a un grupo, algunos paquetes diseñados a petición del interesado permiten que las personas viajen solas (o como parte de grupos de viaje).

Para identificar a un grupo de viaje o a un grupo de viajeros, se recomiendan los siguientes criterios:

- Si hay (como mínimo) una persona en el grupo que no abona una suma identificable por el viaje o durante él, se trata de un “**grupo de viaje**” porque al menos algunos de los gastos son compartidos.
- Si todas las personas que integran el grupo abonan una suma identificable - aunque no necesariamente igual-, se trata de un “**grupo de viajeros**” o “contingente”;

Si bien, en lo cotidiano la palabra “viaje” puede emplearse en relación con un visitante, con un grupo de viaje o grupo de viajeros, no es así en las estadísticas de turismo. Un viaje realizado por un grupo de viajeros o un grupo de viaje integrado por n personas se considera n viajes. Las personas de que se trate pueden ser adultos (hombres y/o mujeres) o niños. La pertenencia a un grupo de viaje o a un grupo de viajeros es un atributo de un visitante.

#### 1.2.4. Formas y categorías básicas del turismo

Teniendo en cuenta el lugar de origen del visitante (residente o no residente) en función del lugar donde se realiza la actividad turística (dentro o fuera del país), el turismo puede clasificarse de las siguientes formas (Sancho, 2001):

1. **Turismo doméstico o interno:** es el realizado por los residentes de un país, únicamente dentro de ese mismo territorio.
2. **Turismo emisor o de salida:** es el realizado por los residentes de un país, que viajan fuera del territorio de ese país de referencia.
3. **Turismo receptor o de entrada:** es el realizado por los no residentes de otro país, que viajan dentro del país de referencia.

Estas tres formas básicas de turismo pueden combinarse de diversas maneras produciendo las siguientes categorías de turismo (OMT, 2010):

- a) **Turismo interior:** es el realizado dentro de las fronteras de un determinado país ya sea por los residentes y no residentes en el país de referencia. Incluye el turismo interno y el turismo receptor.
- b) **Turismo nacional:** es el realizado por los residentes de un país dentro o fuera del país de referencia. Incluye el turismo interno y el turismo emisor.
- c) **Turismo internacional:** es aquel que el desplazamiento implica cruzar alguna frontera de un país por parte del visitante, es decir, el realizado por parte de residentes fuera del país de referencia y no residentes en el país de referencia. Incluye el turismo emisor y el turismo receptor.

Las formas de turismo descriptas anteriormente representan agrupaciones importantes para la medición y el análisis de la actividad turística desde el punto de vista económico y comercial.

En este sentido, el **turismo receptor** produce una entrada de riqueza nueva procedente del exterior (divisas), mientras que el turismo emisor producirá una pérdida de riqueza, pues los nacionales se gastarán fuera de la región renta o patrimonio que

han adquirido en el suyo. En el **turismo interno** no hay entrada ni salida de divisas, pero origina notables beneficios económicos como la redistribución de la renta.

De esta manera, por un lado, se pueden conocer y analizar los flujos monetarios de cada uno de ellos, y por otro, son necesarios para establecer políticas comerciales, promocionales y de programación en materia turística.

### 1.2.5. Unidades estadísticas y variables para la demanda turística

#### ¿Cómo se mide la demanda?

El **estudio de la demanda en el turismo**, como en cualquier otra actividad económica, es esencial para el conocimiento y desarrollo del sector. Las variables que la analizan son aquellas que miden el consumo de bienes o servicios turísticos por parte de los visitantes, ya sean turistas o excursionistas.

En otras palabras, de acuerdo con INDEC (s.f.), los productos turísticos son bienes de consumo y, como tales, se demandan para satisfacer la necesidad del consumidor final, es decir, no son bienes para producir otros bienes. En tal sentido **la medición de la demanda** se realiza a partir de la valoración económica de los bienes y servicios que los viajeros consumen durante su desplazamiento.

Si bien es casi imposible conocer con exactitud la magnitud real de los bienes y servicios turísticos demandados, por las particularidades de la actividad que ya se han mencionado, para medir estos consumos se tienen en cuenta ciertas variables y por lo general se puede lograr una cuantificación por medio de indicadores en dos campos:

- **En unidades físicas** (no monetarias): el volumen o flujo turístico, que puede medirse por medio de diferentes variables, las cuales se determinan en función del estudio a llevar a cabo. Pueden ser usadas principalmente las siguientes:
  - Número de viajeros (turistas y excursionistas) que viajan a determinado destino, y las características que nos permiten distinguir los diferentes segmentos:
    - Origen
    - Motivo del viaje
    - Modalidad de organización
    - Destino
    - Tipo de transporte
    - Alojamiento utilizado
  - Número de viajes: no debe confundirse el número de viajes con la cantidad de viajeros que los realizan, es decir, un mismo turista puede desplazarse por más de un destino, esto es, el número de viajeros multiplicado por la frecuencia de viajes en un determinado período de tiempo.
  - Número de estancias y su duración.
  - Número de pernoctaciones: representa la cantidad de noches que los turistas permanecen alojados en el lugar de destino. Esta variable, asociada con el tipo de alojamiento utilizado, es la unidad de medida más representativa a los efectos del cálculo del gasto turístico.
- **En unidades monetarias**: el gasto turístico, presentando diferentes niveles de desagregación:
  - Gasto turístico total: es la suma del valor monetario del conjunto de bienes y servicios que cada uno de los turistas ha adquirido y/o utilizado durante su permanencia en el lugar visitado. Este concepto proporciona

valiosa información macroeconómica, utilizada también en los flujos de la Balanza de Pagos. Y, además, resulta útil analizar estos consumos a los efectos de formular políticas y estrategias turísticas, desagregándolos de manera tal que aporten información de los diferentes segmentos de la demanda, épocas del año en que se realizan los viajes, destinos turísticos, etc.

- Gasto por turista: resulta del cociente entre el gasto total y el número de turistas. Es una medida aproximada de lo que cada turista gasta en promedio en un viaje.
- Gasto promedio por pernoctación: resulta del cociente entre el gasto total y el número de pernoctaciones totales. Es la medida aproximada del gasto que cada turista realiza en el lugar visitado por día.

Más adelante, en el siguiente apartado, se ampliarán los conceptos que engloba este indicador de la demanda turística.

A continuación, se presentan las operaciones estadísticas para el sector turístico que realiza el INDEC en el país.

### *¿Qué mediciones se realizan en Argentina?*

En Argentina, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) con el apoyo técnico y financiero del actual Ministerio de Turismo y Deporte de la Nación (MINTURyDEP) viene realizando diferentes encuestas orientadas a medir la oferta y la demanda de bienes turísticos, siguiendo las recomendaciones de la OMT. A continuación, se presentan brevemente cuáles son los operativos estadísticos que se llevan adelante y las implicancias de cada uno.

#### **Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)**

La Encuesta de Ocupación Hotelera está orientada a medir el impacto del turismo internacional y del turismo interno sobre el sector hotelero y parahotelero nacional. El operativo se inició en el año 2004 en 17 localidades, durante el 2005 se realizó en 39 localidades que permitieron cubrir las diferentes regiones turísticas del país. Actualmente la muestra está ampliada a 49 localidades (Sistema de Información Turística de la Argentina [SINTA], 2022).

Tiene como objetivo elaborar una serie de indicadores para conocer la evolución de la actividad, la mano de obra empleada en el sector, la oferta y utilización de su infraestructura y además proporciona el número de turistas residentes y no residentes que se hospedaron en establecimientos del sector, según procedencia y estadía promedio. Brinda mensualmente los siguientes datos para cada localidad:

- Cantidad de establecimientos hoteleros y parahoteleros.
- Cantidad de habitaciones o unidades disponibles.
- Cantidad y porcentaje de habitaciones o unidades ocupadas.
- Cantidad de plazas disponibles.
- Cantidad y porcentaje de plazas ocupadas.
- Personal ocupado en establecimientos hoteleros y parahoteleros.
- Duración de la estadía promedio.

#### **Encuesta de Turismo Internacional (ETI)**

La Encuesta de Turismo Internacional tiene como objetivo medir el flujo y el gasto de los viajeros no residentes mientras permanecen en Argentina (turismo receptivo) y de

los viajeros residentes en Argentina mientras permanecen en el exterior (turismo emisor).

Se realiza de manera continua desde el año 2004 y en la actualidad se releva diariamente en el Aeropuerto Internacional de Ezeiza, en el Aeropuerto Jorge Newbery y en el Puerto de Buenos Aires. También se releva en el Aeropuerto Internacional de Córdoba, Aeropuerto Internacional de Mendoza y en el paso terrestre Cristo Redentor.

Se cuenta con información de turistas residentes y no residentes, pernoctes, gasto, tipo de alojamiento, motivo del viaje, entre otras variables. Específicamente, produce resultados trimestrales sobre el turismo receptivo y emisor, para las siguientes variables:

- Cantidad de turistas por principal motivo del viaje.
- Cantidad de turistas por principal tipo de alojamiento utilizado.
- Cantidad de turistas por forma de organización del viaje.
- Pernoctaciones por tipo de alojamiento.
- Gasto turístico total.
- Gasto turístico por viajero.
- Turistas, permanencia promedio y gasto por pernoctación, según destino (para los turistas residentes en Argentina) y según origen (para los turistas residentes en el exterior).
- Pernoctaciones por destino turístico.

### **Encuesta de viajes y turismo de los hogares (EVyTH)**

La Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares tiene como objetivo medir la evolución de los viajes realizados por los hogares argentinos, es decir, el turismo interno y turismo emisor del país, sus características y aspectos sociodemográficos que permitan caracterizar a los turistas residentes. Dicho operativo brinda información continua del turismo nacional de la Argentina, tanto de los viajes turísticos de los residentes dentro de nuestro territorio nacional como los realizados en el exterior.

Esta encuesta se ha implementado a partir del año 2006, y actualmente cuenta con una muestra probabilística de 5.000 hogares para estimaciones mensuales. Tiene las siguientes unidades de análisis:

- Los hogares
  - Características de la primera o única vivienda del hogar: calidad constructiva, provisión de agua y servicios de saneamiento, cantidad de ambientes, etc.
  - Características de la segunda vivienda: régimen de tenencia, distancia con respecto a la vivienda principal, frecuencia de visita a la segunda vivienda.
  - Equipamiento del hogar: automóvil, teléfono fijo y móvil, PC, acceso a Internet, equipos de uso turístico tales como carpas, casas rodantes, equipos de pesca, buceo, esquí, embarcaciones, etc.
- Los miembros del hogar
  - Características sociodemográficas de los miembros del hogar: edad, sexo, relación de parentesco, estado conyugal, nivel de educación, características ocupacionales, ingreso total mensual del hogar.
- Los viajes realizados
  - Características de los viajes realizados por los miembros del hogar: cantidad de pernoctaciones, motivos de viaje, viajes a la segunda vivienda y a otros destinos, cantidad de viajes, frecuencia, medio de transporte, modalidad de organización, gasto, entre otras.
- Las excursiones

- Excursiones o viajes de un día: cantidad, lugares visitados, composición del grupo, gasto.

A partir de esta encuesta, se busca obtener información muy desagregada del comportamiento turístico de los hogares de nuestro país y dimensionar en términos económicos el peso del turismo interno en el conjunto del consumo de bienes y servicios turísticos en la Argentina.

### Otras encuestas

Además, en el país se realizan otros estudios enfocados en medir la oferta y la demanda de bienes turísticos, pero abordando segmentos o mercados turísticos específicos, entre ellos:

- Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (OETR): es un sistema de monitoreo permanente que desde el año 2010 mide los principales indicadores del segmento turístico caracterizado por las personas que viajan hacia o dentro del país con el objetivo principal de participar en reuniones tales como Congresos, Convenciones, Ferias, Exposiciones o Eventos Deportivos Internacionales. Esto ha permitido contar con resultados de forma periódica y tener Anuarios publicados desde el año 2016. Particularmente, se desarrolla con más detalle en el Capítulo 2.
- Observatorio Económico de Turismo del Vino (OETVino): Tiene por objetivo producir información estadística sobre la evolución, el desempeño y el impacto económico del Turismo del Vino en nuestro país, permitiendo mejorar la toma y el monitoreo de decisiones, con base en una metodología única. Son objeto de estudio tanto el clúster de turismo del vino de los diferentes destinos que conforman la red del Observatorio como los visitantes que se desplazan a esos destinos a realizar actividades enoturísticas. Lleva adelante dos tipos de encuestas:
  - El estudio de oferta que busca identificar las unidades económicas, la distribución y concentración de la oferta, los puestos de trabajo ocupados y el grado de competitividad.
  - El estudio de demanda que busca conocer el volumen y flujo de enoturistas, la cantidad de visitas a bodegas, el perfil y comportamiento de los enoturistas, sus hábitos de consumo, sus expectativas y su nivel de satisfacción.
- Observatorio Económico de Turismo LGBTQ+ (OET LGBTQ+): Tiene por objetivo producir información estadística sobre la evolución, el desempeño y el impacto económico del Turismo LGBTQ+ en Argentina, que permita mejorar la toma y el monitoreo de decisiones, con base en una metodología única. Son objeto de estudio tanto la oferta turística de los destinos nacionales abiertos y diversos, como los visitantes del segmento LGBTQ+ que visitan esos destinos.

#### 1.2.6. Gasto turístico

Tal como se observó anteriormente, además de la medición tradicional de las características y actividades de los visitantes por medio de indicadores físicos (no monetarios), los cuales intentan conocer el volumen de turistas, viajes, pernoctaciones, etc., en los últimos años ha cobrado mayor importancia la necesidad de conocer el consumo efectuado por el turista en el destino. Esta medición de la contribución del turismo a la economía requiere la utilización de variables monetarias, abarcando el gasto turístico, y es una de las variables principales en los estudios de la demanda turística, ya que permite una mejor planificación económica de la actividad y de los mismos destinos turísticos.

El *gasto turístico*, de acuerdo con la OMT (2010), se define como la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos realizados por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros<sup>15</sup>.

Entre los bienes y servicios individuales que forman parte del gasto turístico, se encuentran aquellos que se adquieren para satisfacer las necesidades y deseos de las personas, tales como alimentación, alojamiento, salud, indumentaria, transporte, esparcimiento, educación, y otros bienes y servicios diversos, efectuados con motivo de la realización de los viajes o visitas de un día (CFT, 2015b).

Dentro de los **gastos** realizados **durante el viaje**, se incluyen los que sean para consumir durante el mismo, para regalar y para utilizar una vez de regreso del viaje. No obstante, deben excluirse del gasto turístico aquellos bienes y servicios adquiridos durante el viaje, destinados a la actividad económica y no al consumo del hogar<sup>16</sup>.

Entre los **gastos** que se realizan **antes del viaje**, sólo se incluyen aquellos destinados a la obtención de bienes y servicios que se utilizan y agotan durante el mismo<sup>17</sup>. A su vez, hay algunos **gastos** que se efectúan **luego de realizar el viaje**, en el lugar de residencia del hogar, que deben registrarse como gasto turístico<sup>18</sup>. Por el contrario, no deben considerarse como gasto turístico aquellos que se realizan en bienes y servicios en el lugar de residencia que, si bien pueden ser utilizados durante un viaje, su utilización se extiende más allá del mismo<sup>19</sup>.

Por otra parte, en función del lugar donde se produce el **gasto turístico**, según Alegre et al. (2003), se pueden considerar las siguientes variables:

- **Gasto realizado en la localidad o país de origen:** sucede comúnmente en el caso de los paquetes turísticos o viajes combinados que son contratados y abonados directamente en el lugar de origen, por lo tanto, gran parte del gasto turístico se habrá realizado en el origen.
- **Gasto realizado en el lugar de destino:** todos los consumos que se hacen directamente en el lugar o lugares visitados. Presupone una entrada importante de capitales al destino y una redistribución de la renta para el territorio.
- **Gasto total:** es el efectuado por un visitante durante su desplazamiento y estancia turística en el lugar de destino, así como el realizado en el país de origen antes de la partida.

---

<sup>15</sup> Este concepto excluye la adquisición de ciertas partidas, como las transferencias sociales en especie que benefician a los visitantes, la imputación de servicios de alojamiento en viviendas de vacaciones que pertenecen a los visitantes, y servicios de intermediación financiera medidos indirectamente.

<sup>16</sup> Por ejemplo: tomando el caso de un "tour de compras" que tiene como fin revender vestimenta en una zona ubicada fuera del entorno habitual, sólo se deben registrar los gastos en transporte, y eventualmente alojamiento, comida, etc., pero no los gastos en los productos que destinará a la actividad económica de reventa. Tampoco deben incluirse como gastos del viaje la adquisición de activos financieros, propiedades inmuebles, automóviles y similares, dado que en estos casos no se trata de gastos de consumo.

<sup>17</sup> Tales como: paquetes turísticos, pago anticipado de alojamiento, pago anticipado de entradas para realizar diferentes actividades, pago de trámite de visado o permisos temporarios, seguro de salud o de pérdida de equipaje para el viaje, traslados desde el domicilio hacia el aeropuerto y/o terminal de transporte (ómnibus, tren, etc.), combustible, alimentos y bebidas para consumir durante el viaje, cremas y filtros solares, etc.

<sup>18</sup> Se trata de bienes y servicios que están directamente relacionados con el viaje, como ser los traslados en taxi o remis desde el aeropuerto, terminal de transporte (ómnibus, tren, etc.) hacia el domicilio, o el revelado fotográfico.

<sup>19</sup> Por ejemplo: cámaras de fotos, filmadoras, valijas, ropa, etc.; el costo de trámites para obtener el DNI, pasaporte, registro internacional, etc.; reparaciones y acondicionamiento del vehículo para el viaje, etc.

## Desagregación del gasto turístico

El desglose del gasto turístico en diferentes ítems es recomendable para poder relacionar la demanda de los visitantes con la oferta en la economía. Para ello, se debe recopilar información vinculada tanto con el valor total del gasto turístico como sobre los componentes de ese total.

De esta manera, los **componentes del gasto turístico** se pueden clasificar en varias categorías de acuerdo con su naturaleza (OMT, 2010; Sancho, 2001)<sup>20</sup>:

- i. **Viajes, vacaciones y circuitos combinados:** Integrado básicamente por los conocidos “paquetes turísticos”, comprende dos o más productos distintos que son adquiridos por el visitante como una única entidad. Para el cálculo del consumo turístico es necesario el “desempaquetado” del paquete turístico, es decir, determinar qué parte de dicho consumo se realiza dentro del país.
- ii. **Alojamiento:** Comprende el alojamiento en establecimientos públicos o privados, en transportes públicos, alquiler de caravanas o yates.
- iii. **Alimentos y bebidas:** Integrado por los gastos en comidas y bebidas en bares, cafés y restaurantes.
- iv. **Transporte local:** Comprende los costes de los desplazamientos que realiza el visitante en el entorno del destino del viaje (dentro de la localidad, alrededores, excursiones).
- v. **Transporte nacional/internacional:** Comprende los costes de viaje incluyendo el desplazamiento del visitante desde su residencia a la terminal de transporte, y el transporte hasta el lugar de alojamiento en el destino.
- vi. **Ocio, cultura y actividades deportivas:** Se corresponde con las tasas de acceso a museos, parques y otras atracciones turísticas de carácter cultural o deportivo, coste de las entradas a lugares de ocio tales como discotecas o salas de fiestas, etc.
- vii. **Compras:** Recoge todos los gastos exclusivamente en bienes (no en servicios), realizados durante el viaje y no clasificados en los apartados anteriores.
- viii. **Otros:** Recoge todos los gastos exclusivamente en servicios (no en bienes), realizados durante el viaje y no clasificados en los apartados anteriores.

En los casos en que las encuestas desglosen los datos sobre los gastos en bienes y servicios adquiridos, la OMT (2010) recomienda que esta información se cruce con las características relevantes de los visitantes o del grupo de viaje y/o del viaje (motivo del viaje, lugar de estancia, organización del viaje, duración de la estancia, etc.). Aunque esto podría imponer requisitos estrictos en términos del tamaño y diseño de la muestra, es fundamental utilizar plenamente la información recopilada.

A partir de la desagregación del gasto turístico recomendada internacionalmente y las utilizadas en las encuestas nacionales, el documento *Descripción, análisis y propuestas metodológicas para las encuestas de perfil del visitante* presenta una propuesta de desglose para ser aplicada a nivel nacional que se muestra a continuación, de acuerdo con CFT (2015b). Es flexible, dado que permite decidir entre niveles alternativos de apertura, de acuerdo con la posibilidad de recopilación de datos con que se cuente y en función de los objetivos del estudio. De este modo se identifica una diferenciación básica entre paquete turístico, transporte al destino y otros gastos. Luego, el transporte en destino y en particular el ítem otros gastos dejan abierta la posibilidad de desagregar la indagación.

---

<sup>20</sup> Cabe mencionar que tanto la ETI como la EVyTH se nutren de esta clasificación y la profundizan, constituyendo un insumo esencial a la hora de plantear la construcción de la Cuenta Satélite de Turismo.

Es importante resaltar que los gastos que se corresponden con los servicios contenidos dentro del paquete turístico contratado se relevan únicamente en ese ítem, a fin de evitar una doble contabilización del gasto. Por este motivo, es importante conocer qué servicios turísticos fueron incluidos dentro del paquete, ya que dicha información constituye el insumo esencial para luego despaquetizarlo (es decir, desagregar el monto total del paquete e imputar a los diferentes productos), una vez obtenidos los datos.

**Ilustración 3 Propuesta de Aperturas del Gasto Turístico Total**



Fuente: CFT (2015b).

### 1.3. Metodologías de estimación del gasto turístico desde el enfoque de la demanda

Para la medición del gasto turístico receptor, algunas de las metodologías de estimación existentes, y a disposición de los países, para calcular el gasto en efectivo del consumo final del visitante, son las que se mencionan a continuación (OMT, 1999):

1. Encuestas al visitante
2. Encuestas a establecimientos turísticos
3. Datos del Banco Central
4. Modelos de gasto

Cada una de ellas está basada en supuestos particulares, requiere diseños de muestra específicos u otros medios de obtención de datos, y produce resultados con restricciones diferentes.

A continuación, se analizan algunas metodologías que han sido utilizadas para estimar el gasto en efectivo de consumo final del visitante en distintos países en diferentes épocas (OMT, 1999), indicando sus ventajas e inconvenientes particulares.

### **1. Encuestas al visitante**

Debido a que el turismo es una actividad concebida desde el lado de la demanda, el método directo de toma de datos del gasto es a partir de los visitantes mientras se encuentran en el país, ciudad, región o en otros lugares que están visitando. La mejor forma de llevarlo a cabo es a través de estudios por muestreo, de los visitantes, en los lugares apropiados.

La toma directa de datos nuevos o primarios tiene varias ventajas:

- a) se obtienen datos directamente del visitante;
- b) permite recabar datos del gasto a un nivel de detalle pormenorizado;
- c) permite asociar al gasto las características del visitante (ejemplo: características demográficas) y del viaje (ejemplo: duración de la estancia, motivo del viaje).

Sin embargo, también existen ciertos inconvenientes para recabar este tipo de datos, que resulten de interés, directamente de los visitantes:

- a) en gran parte de los países es difícil identificar los puntos de toma para la encuesta, que proporcionarán las estimaciones válidas para los visitantes del turismo interno, y para los visitantes del turismo receptor y emisor en países en los que no existen trámites fronterizos;
- b) requiere formación y experiencia considerable en la realización de encuestas por muestreo a los visitantes para obtener datos válidos;
- c) puede resultar costoso reunir datos válidos y apropiados;
- d) algunos visitantes pueden no estar de acuerdo o negarse en facilitar datos del gasto mientras se encuentran viajando.

Existen cinco métodos para realizar la toma de datos a través de muestras de visitantes en, y dentro de, un país:

- i. Encuestas por diario (o método del diario)
- ii. Encuestas en establecimientos de alojamiento
- iii. Encuestas en puntos de entrada/salida en frontera
- iv. Encuestas a bordo de vehículos de transporte
- v. Encuestas en lugares populares para el visitante

Para el caso de la temática bajo estudio, el método adoptado por el OETR para realizar el relevamiento de los datos se relaciona con el último punto de toma, el de las encuestas en lugares populares para el visitante, específicamente en el contexto de un evento o reunión.

## 2. Encuestas a establecimientos turísticos

Nuevamente, teniendo en cuenta que el turismo se define en términos del lado de la demanda, la toma de datos de gasto del visitante desde la oferta se trata de un método indirecto. Este método supone obtener información del gasto turístico a partir de los proveedores de productos a visitantes, pero presenta dificultades que involucran algunas cuestiones:

- a) dado que los visitantes pueden adquirir una amplia gama de bienes, los empresarios deben determinar qué incluir en la encuesta con el fin de garantizar que no se excluya algún gasto importante del visitante, y
- b) dado que los empresarios que proveen a los visitantes también venden parte de sus productos a los no visitantes (es decir, a residentes locales), se debe pensar y definir cómo medir la proporción de sus ingresos atribuible a la demanda del visitante.

Si bien, un país puede determinar qué establecimientos se encuestarían bajo este método mediante la contribución de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), es probable que unas pocas actividades productivas tengan destinadas las ventas de todos sus diferentes productos a los visitantes y se califiquen como tal.

Estos establecimientos podrán señalar los gastos del visitante en determinados productos afines, pero pueden existir muchos más productos que los visitantes adquieren. Además, puede que no exista manera de distinguir los modos de turismo que dan lugar a estos gastos (es decir, los visitantes del turismo receptor frente a los del turismo interno), o las características de los viajes de los visitantes o de los residentes. En este sentido, este tipo de encuestas no están exentas de dificultades operativas.

## 3. Datos del Banco Central

El sistema de intercambio de divisas puede proporcionar una base para calcular los gastos brutos de los visitantes que componen el turismo internacional receptor y emisor en muchos países. Este método de estimar el gasto del visitante internacional está basado en un sistema de información administrativa en el que los bancos, centros de intercambio de divisas, y otros establecimientos como hoteles y agencias de viajes, informan al banco o reserva central de todas las operaciones en moneda extranjera. A partir de esta información, el banco central recopila los datos y cifras sobre la compra y venta de divisas por parte de los visitantes del turismo internacional.

El hecho de que un país en particular pueda adoptar este método, así como su grado de efectividad para fundamentar las estimaciones del gasto, depende del sistema administrativo que tenga cada país y de las prácticas de mantenimiento del registro. Éstas difieren entre los países, y la discusión se limita a los problemas generales introducidos.

Para que este método resulte operativo de modo efectivo, el sistema debe:

- a) diferenciar las operaciones en divisas generadas por visitantes no residentes del resto de operaciones;
- b) considerar todas las operaciones llevadas a cabo por visitantes no residentes;
- c) garantizar que las operaciones se registran de forma clara, se identifican y transmiten al banco central o a otra autoridad de recopilación.

Aunque este método se utiliza actualmente en algunos países, no siempre se cumplen todos estos requerimientos. Por ejemplo, los visitantes podrían llegar o partir del país transportando con ellos moneda nacional, los residentes que intercambien divisas se

podrían registrar como visitantes, las operaciones podrían tener lugar en oficinas desautorizadas, las operaciones se podrían llevar a cabo en el mercado negro (donde el tipo oficial de cambio es diferente al del valor de mercado), los propietarios de empresas residentes pueden acumular la divisa que ellos perciben de los visitantes para utilizarla cuando viajen al extranjero, etc.

La medida en que éstas y otras actividades tienen lugar e impiden la estimación del gasto por medio de esta metodología, varía de país a país. Cuando esta estimación de lugar a resultados poco precisos, suponiendo que la subestimación es relativamente consistente en el tiempo, los datos pueden ser útiles para controlar las variaciones a lo largo de un periodo de tiempo.

Si bien este método es utilizado más comúnmente para estimar el gasto de los visitantes del turismo internacional receptor, también puede ser utilizado para estimar el gasto de los residentes que viajan al extranjero. Sin embargo, las estimaciones del gasto de los visitantes del turismo emisor a partir de un sistema de control de divisas puede no resultar tan fiable como aquellas de los visitantes del turismo receptor. Dado que los residentes que viajan al extranjero compran divisas en los países de destino, se entiende que las agencias de cambio de esos países conocen el proceso de documentación, pero se puede complicar para garantizar que las operaciones por parte de los visitantes se identifican como tales y se documentan de forma independiente a las otras operaciones.

A pesar de estas dificultades, este método presenta algunas ventajas:

- a) puede proporcionar una estimación relativamente fiable del gasto del visitante del turismo internacional en términos brutos, siempre y cuando se establezcan los controles para los tres requerimientos definidos anteriormente;
- b) proporciona frecuentemente una serie mensual de las variaciones del gasto del visitante del turismo internacional;
- c) es una fuente relativamente poco costosa, ya que utiliza datos disponibles del proceso administrativo;
- d) los resultados se conocen generalmente uno o dos meses después de que finalicen las operaciones, permitiendo controlar de manera inmediata las variaciones del gasto turístico.

#### **4. Modelos de gasto**

Debido a las problemáticas que conlleva la estimación precisa del gasto del visitante a través de las encuestas mencionadas anteriormente, se han elaborado modelos económicos para simular este gasto. Ellos tienen en cuenta fundamentalmente las dificultades que tienen los visitantes de recordar los gastos, y sustituyen determinados datos secundarios de los establecimientos turísticos por las respuestas de las encuestas.

Existen en uso, en distintos países (OMT, 1999), dos métodos básicos que pueden facilitar estimaciones aceptables del gasto turístico:

- a) El modelo de la proporción de gasto: Se basa en el supuesto de que ciertos datos relativos al gasto están ya disponibles y son relativamente válidos. A esto se suma una superestructura de las relaciones del gasto del viaje que se fortalece con un total de todo el gasto del viaje en un país u otra área.
- b) El modelo del factor de coste del gasto: Es un híbrido de las encuestas a hogares y las encuestas a establecimientos. Supone que los visitantes pueden recordar con precisión algunos detalles de sus viajes pasados, tales como: cuándo se realizó el viaje, dónde tuvieron lugar las pernoctaciones, medios de transporte utilizados, etc.

Estos ejemplos ilustran dos de los tipos de metodologías más populares utilizadas para desarrollar modelos de gasto turístico, algunas de las cuales son muy complejas. Aunque un modelo apropiado, en un país o área particular, depende de la disponibilidad de los datos y de la experiencia de los investigadores, este es un área donde nuevos trabajos de desarrollo pueden proporcionar modelos estandarizados. Para ello, son necesarios economistas expertos y especialistas informáticos para garantizar que el modelo sea válido y fiable.

Las ventajas generales de los modelos de gasto son:

- a) cuando los datos necesarios están disponibles, puede resultar un método relativamente barato para obtener estimaciones de gasto;
- b) no requiere que los visitantes recuerden detalles de sus gastos, únicamente ciertas características destacables del viaje;
- c) pueden relacionar los gastos con las características del visitante y los lugares visitados;
- d) pueden ser utilizados para estimar los gastos del visitante del turismo interno, emisor y receptor.

Las desventajas comprenden:

- a) exigen que cantidades considerables de datos estén disponibles y sean fiables para facilitar las estimaciones necesarias;
- b) los investigadores deben tener un conocimiento fundado y detallado del área en estudio;
- c) en la mayoría de los casos, exigen programación informática de las relaciones en el modelo para obtener resultados robustos.

En cuanto a la bibliografía reconocida internacionalmente que se ha revisado, referida a los documentos publicados por la OMT junto a otros autores y organizaciones a nivel mundial (OMT, 1999, 2010, 2016a; Sancho, 2001) y las metodologías que propone, las cuales fueron recién presentadas, si bien existen una serie de recomendaciones para medir el gasto turístico, no se ha encontrado una propuesta que desarrolle la fórmula de cálculo del gasto que tenga validez internacional. Sin embargo, en los apartados a continuación, se presenta a modo de antecedente una posible manera de operacionalizar la medición del gasto turístico y una propuesta para la estimación del gasto en donde se desarrolla una fórmula para su cálculo.

### 1.3.1. Operacionalización de la medición del gasto turístico

En consonancia con los métodos señalados anteriormente, específicamente con el de encuestas a visitantes, se detalla a continuación la propuesta desarrollada por el *Proyecto de Fortalecimiento de la Generación de Estadísticas de Turismo en las Provincias* del Consejo Federal de Turismo en conjunto con el Ministerio de Turismo (CFT, 2015b), la cual presenta una posible forma de operacionalizar la medición del gasto turístico en encuestas de perfil del visitante.

A modo de evitar la duplicación de los gastos, la estrategia radica en relevar solamente los gastos del viaje relacionados a la localidad de referencia, pero excediendo el alcance de las mediciones habituales, que generalmente se limitan al gasto en ese destino (lo cual puede ser adecuado desde el punto de vista de una localidad) sin considerar el gasto efectuado en la localidad donde residen los visitantes (para quienes residen en la misma provincia), el gasto en transporte, y, en muchos casos, el gasto realizado en visitas por el día a otras localidades mientras se encuentran alojados en la localidad de referencia.

El **gasto en la localidad de residencia** en consumos relacionados directamente con el viaje<sup>21</sup> se indaga solo para los visitantes residentes en otras localidades de la provincia (dado que no tiene sentido cuando este gasto se realiza fuera del territorio provincial) en los casos siguientes:

- excursionistas "puros", es decir, aquellos que viajan desde su localidad de residencia a la localidad de referencia únicamente por el día;
- turistas que tienen como único destino la localidad de referencia;
- turistas que llegan desde su lugar de residencia pero que luego pernoctarán en otra localidad (en este caso, sólo se indaga por los gastos realizados antes del viaje), y;
- turistas que no llegan desde su localidad pero que desde la localidad de referencia regresarán a ella (aquí se pide que estimen los gastos que realizarán después del viaje)<sup>22</sup>.

Es decir, además de los no residentes en la provincia, en aquellos turistas de la localidad de referencia que no provienen ni regresan desde allí a su localidad de residencia, y en aquellos que son excursionistas de la localidad de referencia pero que están alojados en otra localidad, no se indaga sobre este gasto.

Respecto al gasto en **transporte desde y hacia la localidad de referencia** se releva únicamente el gasto relacionado al traslado entre el lugar en que los visitantes durmieron antes de llegar allí y en el que dormirán luego de dejar dicha localidad, sin importar si esos lugares son la localidad de referencia o forman parte de otra etapa del viaje. En el caso de los excursionistas "puros" se releva el medio de transporte de ida y vuelta<sup>23</sup> y el gasto en ambos tramos de manera conjunta. En el caso de los turistas se indaga por separado el medio de transporte y el gasto en el trayecto de ida o llegada y en el de regreso o salida de la localidad.

Para el caso de viajes de destino únicos de residentes en la provincia, todo el gasto debe ser considerado. Por el contrario, en viajes con más de un destino y/o de residentes fuera de la provincia, se deberían establecer criterios para determinar qué proporción del gasto corresponde considerarse desde el enfoque provincial, tanto para evitar la duplicación como para evitar considerar gastos que deben ser computados en otros territorios provinciales<sup>24</sup>.

Para estimar correctamente el gasto es esencial indagar por la contratación de un **paquete turístico** para realizar el viaje, dado que esta variable es fundamental para reconstruir el gasto turístico. Considerando que un paquete turístico está conformado por servicios combinados que se comercializan en conjunto, no es posible conocer el precio de cada uno de los servicios en forma individual. Si bien, los paquetes son comercializados generalmente por agencias de viaje, en ocasiones pueden ser ofrecidos por otros actores, como sindicatos, mutuales, centros de jubilados, etc.

---

<sup>21</sup> Tal como alimentación y bebidas, transporte hacia terminales o aeropuerto, alquiler de vehículos, impresión de fotografías al regreso, etc. Se excluye la contratación de servicios a través de internet o por medio de agencias de viaje "físicas" de la localidad de origen, ya sea transporte, paquetes y cualquier producto turístico (alojamiento, excursiones, alquiler de vehículo, etc.) cuyo consumo sea realizado en el destino.

<sup>22</sup> En todos los casos, se indaga por el gasto total en la localidad de residencia, sin desagregar por tipo de producto.

<sup>23</sup> En el caso de los excursionistas alojados en otra localidad, también se releva el gasto dado que además podría querer realizarse una estimación desde el enfoque de la localidad, aunque no deberá ser considerado en un análisis de perspectiva provincial (ya que este tipo de gastos son relevados en la localidad que estos visitantes están alojados).

<sup>24</sup> Para el caso de los gastos en vehículos propios o alquilados, en combustibles y peajes desde o hacia localidades ubicadas en otras provincias, se solicita que se informe sólo los gastos realizados dentro de la provincia. Por otro lado, en el caso de utilizar transporte público (ómnibus, avión, ferrocarril) se indica responder sólo por el tramo sobre el que se indaga.

Teniendo en cuenta lo anterior, es necesario conocer el costo del paquete turístico, así como los servicios que este incluyó y dónde fue contratado<sup>25</sup>. Además, es importante indagar, en aquellos viajes multidestino, cuántas noches de alojamiento incluyó en total y cuántas noches incluyó en la localidad de referencia, ya que será crucial para estimar cuánto del gasto en paquete turístico es imputable al gasto realizado en dicha localidad, descontando el gasto en transporte desde y hacia el destino<sup>26</sup>. En otras palabras, se puede decir entonces que se torna relevante y también necesario indagar directamente por todo el recorrido del viaje.

Es importante mencionar que las preguntas de la encuesta en cuestión, que hagan referencia a otros conceptos del gasto turístico, deben dejar en claro que no deben contemplarse los gastos en los servicios incluidos en el paquete, ya que en su defecto el monto del gasto se estaría registrando por duplicado. De este modo, para evitar que se generen confusiones, en el formulario se debe **indagar de manera diferenciada el gasto en otros conceptos según hayan utilizado o no un paquete turístico**.

En este sentido, el OETR releva los datos del gasto de forma desglosada en diferentes ítems. No obstante, en el formulario actual de la encuesta no se encuentra contemplada una pregunta relacionada al gasto del paquete turístico contratado y sus componentes. Anteriormente, en la pregunta del gasto, se indagaba sobre este ítem pero como tenía una baja tasa de respuesta no se podía estimar el gasto a partir de ahí y finalmente se decidió sacar la pregunta del formulario.

En este sentido, para ambos casos, el documento *Descripción, análisis y propuestas metodológicas para las encuestas de perfil del visitante* (CFT, 2015b) presenta **tres estrategias** diferentes para relevar el gasto en otros conceptos, comprendidos como "**gastos durante la estadía en la localidad**" (que incluyen también los gastos realizados en otros lugares visitados mientras los visitantes pernoctan en dicha localidad, no sólo los gastos realizados en ella). Estas tres alternativas se relacionan con el momento de la estadía en la localidad en que se realiza la encuesta.

- **Alternativa 1:** La encuesta se realiza en cualquier momento de la estadía en el destino, pero el grupo de viaje debe haber arribado allí como mínimo una noche o 24 horas antes.
- **Alternativa 2:** La encuesta se realiza a excursionistas o a turistas sólo cuando el grupo de viaje arribó allí hace menos de 24 horas.
- **Alternativa 3:** La encuesta se realiza al momento en que el grupo de viaje abandona la localidad de referencia.

La alternativa 3, realizar la encuesta **al momento de finalizar la estadía** de los visitantes en el destino, es lo **más recomendable** debido a que en ese momento estarán en mejor situación para brindar la información requerida con mayor precisión, sobre todo la referida al gasto. En ese caso, se indagará por los **gastos realizados durante toda la estadía** en el destino.

---

<sup>25</sup> Esto es necesario si se pretende despaquetizar dicho monto, es decir, estimar cuánto corresponde a cada uno de los productos o servicios incluidos y también para determinar si el margen de agencia de viaje debe computarse o no en la provincia.

<sup>26</sup> Por ejemplo, si un visitante realizó un viaje que incluyó dos localidades y contrató un paquete que costó \$100.000 e incluyó transporte (estimado en \$20.000), el resto (\$80.000) debe distribuirse entre las dos localidades. Si el paquete incluyó en total 10 noches de las cuales 7 correspondieron a la localidad de referencia y 3 a otra localidad, se puede suponer que el 70% del gasto del paquete, excluyendo el transporte, es aplicable a la localidad de referencia (ya que a ella le corresponden 7 de las 10 noches), lo que implica un monto de \$56.000 (70% de los \$80.000).

Sin embargo, no siempre se cuenta con dicha posibilidad. Ante estos casos, la solución es indagar por el gasto realizado durante el día anterior<sup>27</sup> (alternativa 1) o, en el caso de los turistas que arribaron hace menos de 24 horas al destino, por el gasto que llevan realizado al momento y que piensan realizar en un lapso de 24 horas, o, en el caso de los excursionistas, en el tiempo que permanezcan en el destino (alternativa 2). No obstante, en estas alternativas se sugiere que el gasto en alojamiento, de crucial importancia, sea relevado tomando de referencia toda la estadía (no el día sobre el que se indaga el gasto), ya que, generalmente, es un dato que los encuestados pueden dar sin mayores problemas (a diferencia de cuánto gastarán en alimentación, excursiones, etc.). De manera similar, el gasto en alquiler de vehículo también se indaga por separado (cuando el retiro del vehículo se realice en la localidad de referencia).

De esta forma, a partir de la encuesta se podrá estimar el gasto turístico provincial total (arrojado por la agregación de los resultados de las distintas localidades), relacionado a la estadía en la localidad de referencia, desagregado en:

- Paquete Turístico (que deberá ser despaquetizado en los distintos productos).
- Margen de agencias de viaje (estimado bajo ciertos supuestos para paquete y alojamiento, pero también para transporte, y servicios recreativos y culturales).
- Transporte (según medio utilizado) desde lugar de residencia / etapa anterior (donde pernoctaron) hacia la localidad y desde la localidad hacia el lugar de residencia / etapa siguiente (donde pernoctarán). Luego, dependiendo si el trayecto es desde/hacia lugar de residencia o no y de donde se ubique esa localidad, se podrá estimar cuánto computar como gasto en transporte en la provincia.
- Alojamiento (según tipo de hospedaje utilizado).
- Alquiler de vehículo.
- Combustible (para movilidad en destino).
- Transporte en destino (taxis, remises, buses, etc. para movilizarse tanto dentro de la localidad de referencia como para visitas a otras localidades).
- Alimentación.
- Excursiones/Recreación/Espectáculos.
- Compra de artesanías o productos regionales.
- Otros productos (bienes).
- Otros servicios.

Por último, se debería incluir una pregunta destinada a conocer si los gastos del viaje fueron afrontados exclusivamente con recursos propios de los visitantes o no (es decir, si fueron financiados por empresas, instituciones u otros hogares).

### 1.3.2. Estimación del gasto promedio diario

El gasto promedio diario es un indicador característico de las encuestas de demanda, y su relevancia se debe al tipo de información que aporta para caracterizar el perfil de los visitantes y analizar su evolución en el tiempo, y también por constituir un insumo esencial para poder estimar el volumen total del gasto de los turistas (o de los visitantes, si se considera a los excursionistas) en cierto destino (ya sea localidad, zona o provincia). Este último suele obtenerse a partir del siguiente cálculo:

---

<sup>27</sup> Este método implica que el gasto total de la estadía será estimado multiplicando el gasto del día de referencia por la cantidad de noches de estadía. Es probable que esto arroje ciertos resultados ilógicos a nivel de microdato o de cada caso en particular, pero esto no implica un sesgo dado que, por las propias leyes estadísticas, este efecto se compensa (en algunos casos va a arrojar un gasto más alto que el real, en otros un gasto más bajo) en el agregado.

$$\text{Gasto Total} = \text{Cantidad de Turistas} \times \text{Estadía promedio} \times \text{Gasto promedio diario}$$

Las encuestas de perfil suelen realizarse a individuos que forman parte de grupos de viaje (encuestando sólo a un integrante del grupo), y se indaga por el tamaño del grupo, duración de la estadía y el gasto total (o diario) para todo el grupo, entre otras cuestiones, procediendo luego a su individualización. Esto implica dividir el monto total del gasto del grupo por la cantidad de integrantes que lo componen, obteniendo como resultado el gasto por turista, es decir:

$$\text{Gasto por turista} = \frac{\text{Gasto Total del grupo de viaje}}{\text{Tamaño del grupo de viaje}}$$

El gasto promedio diario puede estimarse en base a esta información, y si bien existen diversas formas o alternativas de llegar a un resultado, el *Proyecto de Fortalecimiento de la Generación de Estadísticas de Turismo en las Provincias del Consejo Federal de Turismo* (CFT, 2015b) promueve y recomienda usar solo una de ellas. Vale aclarar que en el marco de este proyecto, se reconoce que los organismos oficiales de turismo provinciales y locales no utilizan generalmente la fórmula sugerida, por eso es que esto forma parte de dicho programa. Para clarificar esta cuestión, se desarrolla a continuación un ejemplo de manera detallada:

**Tabla 4 Alternativas para el cálculo del gasto promedio diario**

<i>Situación ficticia: Se ha encuestado a 3 turistas, que respondieron información sobre el tamaño del grupo de viaje, la estadía y el gasto total del grupo</i>						
	Grupo de viaje	Estadía	Total de pernoctes	Gasto Total del Grupo	Gasto por turista	Gasto diario por turista
	A	B	AxB	C	C/A	(C/A) / B
<b>Caso 1</b>	2	3	6	60.000	30.000	10.000
<b>Caso 2</b>	4	5	20	30.000	7.500	1.500
<b>Caso 3</b>	3	10	30	120.000	40.000	4.000
<b>Prom. simple</b>		6				5.167
<b>Suma</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>56</b>	<b>210.000</b>	<b>77.500</b>	

Fuente: Elaboración propia en base a CFT (2015b).

A partir de los datos presentados en la Tabla 4, se presentan tres alternativas o formas para obtener un resultado del gasto promedio diario.

- **Método de cálculo 1:** Cada caso vale uno. La estadía y el gasto promedio diario se estiman como un promedio simple de los montos registrados en cada caso.
  - Estadía promedio  $(3+5+10) / 3 = 6$  días
  - Gasto promedio diario  $(10.000+1.500+4.000) / 3 = \$5.167$
- **Método de cálculo 2:** Cada caso vale uno para la estadía promedio (como en el ejemplo anterior), pero en el caso del gasto diario se consideran los pernoctes (es decir, se realiza un promedio ponderado: el gasto diario se multiplica por su estadía y luego se divide por la suma de las estadías<sup>28</sup>).
  - Estadía promedio  $(3+5+10) / 3 = 6$  días
  - Gasto promedio diario  $(3 \times 10.000 + 5 \times 1.500 + 10 \times 4.000) / (3+5+10) = \$4.306$

<sup>28</sup> El gasto total por turista se obtiene mediante el siguiente cálculo:

$$\text{Gasto Total por turista} = \text{Gasto promedio diario} \times \text{Estadía}$$

- **Método de cálculo 3:** Se toman en cuenta los integrantes de cada grupo y su estadía. La estadía promedio surge de dividir la suma de los pernóctes totales (estadía por cantidad de integrantes) de todos los grupos por la suma de los integrantes de cada grupo. Para el caso del gasto promedio diario, se debe dividir la suma de los gastos totales de los grupos por la suma de los pernóctes totales de los grupos.
  - Estadía promedio  $56/9 = 6,2$  días
  - Gasto promedio diario  $210.000/56 = \$3.750$

Como se puede observar en este ejemplo hipotético, los métodos de cálculo devuelven resultados algo diferentes para el caso de la estadía promedio y muy distinto para el caso del gasto promedio diario.

Ahora bien, para saber cuál de los tres métodos es el adecuado, una manera de identificarlos es usando los distintos valores estimados de estadía y gasto diario para obtener los totales, multiplicándolos por la cantidad de turistas (dato que en este caso es conocido, pero en muchos casos, proviene de otras fuentes, relacionadas a alojamiento, medios de transporte, etc.).

De la Tabla 4, se obtiene que la suma de los integrantes de los tres grupos de los cuales eran parte los encuestados da un total de 9 turistas entre los que se contabilizan 56 pernóctes y un gasto total de \$210.000. Al hacer la reconstrucción de cada uno de los casos, en la Tabla 5 se obtienen los siguientes totales, los cuales se comparan con el total real.

**Tabla 5 Reconstrucción de los cálculos del gasto promedio diario**

Forma de cálculo	Total de turistas	Estadía promedio	Gasto promedio diario	Estimación de pernóctes totales		Estimación de gasto total	
	Personas	Noches	\$	Noches	Dif. % con total real (56 noches)	\$	Dif. % con total real (\$210.000)
	A	B	C	AxB		AxBxC	
<b>Método 1</b>	9	6,0	5.167	54	-3,6%	279.000	32,9%
<b>Método 2</b>	9	6,0	4.306	54	-3,6%	232.500	10,7%
<b>Método 3</b>	9	6,2	3.750	56	0,0%	210.000	0,0%

Fuente: Elaboración propia en base a CFT (2015b)

Como se puede observar, únicamente en base al **método 3** se obtienen **resultados que permiten reconstruir el total de forma exacta**. Las dos primeras maneras subestiman la cantidad total de noches -en igual dimensión, dado que la fórmula era la misma- (54 noches frente a 56 noches reales), mientras que el gasto total de los turistas en la primera forma es aproximadamente un 33% superior al gasto real (\$279.000 versus \$210.000), y en el segundo método la estimación arroja un 10,7% mayor al real (\$232.500 contra \$210.000).

A partir de este análisis, entonces, sería más adecuado, de acuerdo con el enfoque que sostiene el CFT junto con el Ministerio de Turismo, el método de cálculo que obtiene los resultados a partir de promedios ponderados (es decir, de la razón entre cantidades acumuladas), que contempla el tamaño del grupo de viaje, la duración de la estadía y el gasto total del grupo.

Por otra parte, considerando las diferencias mencionadas en el ejemplo anterior al contemplar una u otra fórmula de cálculo, y partiendo de una base de datos robusta,

los resultados que se obtengan no significan que se registrará esa tendencia en todos los casos y que es esperable la misma brecha, de acuerdo con el CFT (2015b).

En este sentido, desde el *Proyecto de Fortalecimiento de la Generación de Estadísticas de Turismo en las Provincias del Consejo Federal de Turismo* también se realizó una simulación sobre la base de datos de la EVyTH, que presenta gran robustez y con resultados contra los cuales contrastar las estimaciones obtenidas, lo cual permitió extraer algunas conclusiones que se mencionan a continuación:

1. El cálculo de la estadía promedio no arrojó resultados tan diferentes entre las tres formas de cálculo, por eso se espera que el uso de los métodos de estimación menos apropiados (1 y 2) no conlleven resultados muy alejados (por encima o por debajo) del valor más adecuado (es decir, a los que se llega por el método 3).
2. Se registraría un error de magnitud al usar los métodos de cálculo inadecuados del gasto promedio diario. Si bien no es imposible que suceda, resultaría muy difícil encontrar un caso real en el que la estimación mediante el método 2 y, sobre todo, mediante el 1, den valores inferiores a los correctos; generalmente, el valor alcanzado será en principio más elevado que el real.

Esto tiene que ver con que el gasto turístico responde a lógicas de escala: al mantener constantes las mismas variables (medio de transporte, tipo de alojamiento, motivo de viaje, etc.) la tendencia es que el gasto promedio diario por turista disminuya a medida que se incrementa la cantidad de integrantes del grupo de viaje y la estadía. Si bien la relación no es lineal (es decir, no se verifica en todos los casos), presenta una alta probabilidad de ocurrencia. Asimismo, esta relación no afecta de la misma manera a todos los rubros, lo que significa que estas variables afectan la estructura relativa del gasto turístico (es decir, qué parte corresponde con alojamiento, alimentación, etc.).

A modo de resumen, entonces, los métodos de cálculo 1 y 2 para el gasto promedio diario no serían adecuados porque sus fórmulas no contemplan estas variables y la cuestión de gasto de escala asociada a ellas. La forma 1 porque no contempla el tamaño del grupo de viaje ni la extensión de la estadía. En la forma 2 se corrige en parte, ya que considera la duración de la estadía<sup>29</sup>, pero sigue sin tomar en cuenta el tamaño del grupo de viaje. Para llegar a **resultados apropiados**, entonces, la única manera es contemplando, en el cálculo, no solo el **nivel de gasto diario** del encuestado, sino la **duración de su estadía y el tamaño del grupo de viaje** del que formaba parte.

---

<sup>29</sup> Para bajarlo a un ejemplo concreto, a la hora de calcular el gasto diario mediante el método 1, valdrían lo mismo (dado que se realiza un promedio simple) un turista extranjero que viajó sólo y estuvo una noche en el destino, alojado en un hotel de alta categoría y utilizando servicios de alta gama, que un encuestado residente en la misma provincia, que viajó a otra localidad junto a su familia (cuatro integrantes en total), con quienes se alojó en un camping económico durante 30 noches, intentando gastar lo menos posible en alimentación y casi sin gastar dinero en otros rubros. Para la forma de cálculo 2, el turista extranjero valdría uno, mientras que el turista proveniente de otra localidad valdría 30.

## CAPÍTULO 2: Turismo de Reuniones

Se presenta un análisis sobre la evolución de los conceptos “Industria de Reuniones” y “reunión” y su vínculo con el turismo. Se mencionan algunos trabajos internacionales sobre esta temática.

### 2.1. Conceptos relacionados al Turismo de Reuniones

Al hablar de turismo de reuniones son varias las apreciaciones que se pueden considerar, pero dado el enfoque de este trabajo, se opta por iniciar este apartado con el organismo rector del turismo: la Organización Mundial del Turismo (OMT), que clasifica los viajes turísticos por el “**motivo principal**” del viaje, característica fundamental para identificar comportamientos del visitante en materia de consumo y gasto. Tal como se abordó en el capítulo anterior, lo define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar (OMT, 2000, 2010), y que a su vez ese motivo principal debe ser con cualquier finalidad principal (negocios, ocio u otro motivo personal) que no sea ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado (OMT, 2016a).

En base a la **clasificación por motivo de viaje** que las Naciones Unidas propuso en sus *Directrices provisionales sobre estadísticas del turismo internacional* en el año 1979, la OMT elaboró una clasificación con el objetivo de caracterizar los perfiles del gasto turístico y medir los segmentos clave de la demanda turística para fines de planificación, mercadotecnia y promoción, la cual ha ido perfeccionando con el paso del tiempo<sup>30</sup>.

1. Motivos personales
  - a. Vacaciones, recreo y ocio
  - b. Visitas a familiares y amigos
  - c. Educación y formación
  - d. Salud y atención médica
  - e. Religión/peregrinaciones
  - f. Compras
  - g. Tránsito
  - h. Otros motivos
2. Negocios y motivos profesionales

En este sentido, la OMT (2010) especifica la categoría “**Negocios y motivos profesionales**” de esta manera:

incluye las actividades realizadas por los trabajadores independientes y los trabajadores asalariados, siempre y cuando no correspondan a una relación explícita o implícita empleador-trabajador con un productor residente en el país o lugar visitados; las actividades realizadas por inversores, empresarios, etcétera. También incluye, por ejemplo, asistir a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones; dar conferencias o conciertos, o participar en espectáculos y obras de teatro; promover, comprar o vender bienes o servicios en nombre de productores no residentes (en el país o lugar visitados); participar en misiones de gobiernos extranjeros en calidad de personal diplomático, militar o de organizaciones internacionales, salvo cuando

---

<sup>30</sup> Esta clasificación se basa en clasificaciones anteriores e incorpora nuevas categorías que han adquirido una creciente importancia desde la publicación de las Recomendaciones sobre estadísticas del turismo 1993 (OMT, 2010).

la estancia en el lugar visitado sea para el desempeño de sus funciones; participar en investigaciones académicas o científicas; programar viajes turísticos, contratar servicios de alojamiento y transporte, trabajar como guías u otras profesiones del turismo para agencias no residentes (en el país o lugar visitados); participar en actividades deportivas profesionales; asistir a cursos de formación en el trabajo formales o informales; formar parte de la tripulación en medios de transporte privados (avión corporativo, yate, ...), etcétera. (p. 28)

Dentro de esta categoría se encuentra la denominada “**industria de reuniones**” que, de acuerdo con el glosario de términos de turismo de la OMT, se divide en “asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones” y “otros motivos profesionales y de negocios”.

En el año 2002 la OMT definió al *turismo de reuniones* como “las actividades realizadas por las personas que viajan a un país con el objetivo principal de participar en una reunión o conferencia, o de acompañar a una persona que participará en la misma” (p. 121).

Otro importante aporte fue realizado en la Conferencia de Iguazú de la OMT, celebrada en el año 2005, en donde ampliaron la definición del segmento:

Sector de reuniones y eventos (también conocido como sector de las reuniones, viajes de incentivos, conferencias y exposiciones o sector de las MICE...), es aquel que abarca las actividades basadas en la organización, promoción, venta y distribución de reuniones y eventos; productos y servicios que incluyen reuniones gubernamentales, de empresas y de asociaciones; viajes de incentivos de empresas, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, exposiciones y ferias. (Maure Agüero, 2007, p. 3)

En este sentido, si bien el acrónimo **MICE** (Meetings, Incentives, Conferencias and Exhibitions) o **RICE** (Reuniones, Incentivos, Congresos y Exhibiciones, por su traducción al idioma español) suelen ser utilizados para referirse al sector, la OMT (2006) en su informe *Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry* menciona que la nomenclatura MICE tiene la desventaja de presentar la industria como una colección de partes en lugar de una forma holística, y desde entonces ha utilizado los términos "industria de las reuniones" e "industria de las reuniones internacionales" de forma intercambiable, englobando la organización, promoción y venta de eventos para reuniones corporativas, asociativas y gubernamentales, incentivos corporativos, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, eventos, visitas técnicas, exposiciones y ferias.

A su vez en dicho informe se menciona que, dado que los actores claves de la industria han sugerido que el nombre del sector sea "**Industria de reuniones**", los consultores **recomiendan que se adopte este término**, ya que el componente clave de cualquier evento empresarial es una reunión de personas. Este título incluye los componentes de la reunión, como convenciones, congresos, conferencias, simposios, seminarios, reuniones generales de la empresa y eventos como ferias públicas o comerciales, exposiciones y eventos de incentivos que incluyen una reunión reservada a través de un organizador de convenciones o ferias comerciales.

De esta manera, el término “industria de las reuniones” es el que eligen la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), Meetings Professionals International (MPI) y Reed Travel Exhibitions, ya que también consideran que el acrónimo MICE no reconoce la naturaleza industrial de esas actividades (OMT, 2016a).

Por otra parte, se pueden identificar una serie de objetivos que caracterizan a una reunión y que se articulan en la literatura, tanto en la investigación académica como en los informes que elabora la misma industria. Los elementos comunes de estas definiciones son que la asistencia a un evento debe tener un propósito común con otros participantes con quienes compartir ideas, socializar y discutir (World Tourism Organization, 2006; en español, la OMT).

En el 2006, la **OMT, ICCA, MPI y Reed Travel Exhibitions**, se embarcaron en la tarea de desarrollar una **metodología estandarizada para la medición de la Industria de Reuniones** dentro de una economía. Esta metodología consistió fundamentalmente en el desarrollo de conceptos y definiciones para enmarcar a la industria y la generación de recomendaciones para cuantificar su relevancia económica a través de la cuenta satélite de turismo (Consejo de Promoción Turística de México, 2016).

De esta manera, en dicho año, la OMT (2006) recomendó la utilización de la **definición de reunión de ICCA**, dado que abarca la mayoría de los elementos clave de todas las definiciones. Esta definición menciona que una *reunión* es un término general que indica la reunión de varias personas en un mismo lugar, para conferenciar o realizar una actividad en particular. Los propósitos clave de las reuniones son motivar a los participantes y hacer negocios. La frecuencia puede ser ad hoc o de acuerdo con un patrón establecido, como por ejemplo reuniones generales anuales, reuniones de comités, etc.

En el año 2014, la OMT presenta el *Informe global sobre la industria de reuniones*, en donde las tres entidades internacionales anteriormente mencionadas (ICCA, MPI, y Reed Travel Exhibitions) junto con la OMT, definen como **reunión** al encuentro de un número de personas en un lugar con el objetivo de organizar o llevar a cabo una actividad concreta. Este término es aplicado a un encuentro de 10 o más participantes por un mínimo de cuatro horas en un espacio contratado. La reunión debe llevarse a cabo en el país de referencia y se consideran los congresos, convenciones, conferencias, exhibiciones, ferias, eventos de incentivos, reuniones corporativas, y otras que cumplan con los criterios anteriormente definidos. Se excluyen actividades sociales, campañas políticas, actividades educativas, recreativas y de entretenimiento.

## 2.2. Experiencias internacionales sobre la medición del turismo de reuniones

Desde entonces, concretamente a partir del año 2006, la OMT y otros organismos internacionales de la Industria de Reuniones, han impulsado a los países interesados para adoptar esta metodología y generar de esta manera información consistente y comparable (Consejo de Promoción Turística de México, 2016). Como consecuencia de ese proceso, se ha podido comprobar la aportación e importancia de la Industria de Reuniones en las economías de los países en donde se ha implementado.

Entre los países que cuentan con antecedentes en la medición del turismo de reuniones se encuentran Australia, Canadá, Dinamarca, Estados Unidos, Inglaterra y México (Business Events Council of Australia, 2015; Consejo de Promoción Turística de México, 2016; Events Industry Council, 2018; Li et al., 2013; Meeting Professionals International Foundation, 2014; Singerman, 2021; VisitDenmark, 2012). A continuación y siguiendo con el informe del Consejo de Promoción Turística de México (2016), se presenta una breve reseña acerca de las experiencias de cada uno de ellos:

- **Canadá.**
  - Fue el pionero en implementar la metodología a través de un patrocinio de MPI Foundation Canada. El estudio, publicado en 2008, cuantificó la relevancia económica de la industria de reuniones a nivel nacional, el cual se actualizó en 2009.
  - En el año 2013 el país generó recomendaciones para medir la contribución económica de la actividad de reuniones a nivel subnacional o provincial; alcanzando a su vez un nivel equivalente al municipal.
- **Estados Unidos.**
  - En 2011, se convirtió en el segundo país en contar con una medición de la industria de reuniones. El Convention Industry Council (CIC) en colaboración con otras asociaciones líderes en la industria de reuniones, divulgó el estudio titulado *The Economic Significance of Meetings to the U.S. (La relevancia económica de las reuniones en los EE. UU.)*. Luego, en 2015, se realizó una actualización.
- **México.**
  - En el año 2011, México se convirtió en el tercer país del mundo en contar con un estudio de estas características, el cual fue realizado a través del Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) de la Secretaría de Turismo, publicando un estudio que implementaba la metodología propuesta por la OMT.
- **Australia.**
  - En el 2011 desarrolló su propia medición a nivel nacional, y además innovó al proponer un mecanismo para medir los efectos intangibles de las reuniones aparte de las cuestiones económicas y turísticas.
- **Dinamarca y Reino Unido.**
  - Se sumaron en 2012 a la breve lista de estudios relacionados con la medición de la actividad de reuniones utilizando la metodología de la OMT.

Por otra parte, en esta sección se realiza una revisión comparativa de estas experiencias tomando como base el trabajo de Singerman (2021, pp 16-17) y actualizando las versiones de los documentos analizados. Mediante la Tabla 6 se presenta un cuadro resumen con las consideraciones específicas de cada una de esas experiencias.

Tabla 6 Características de las experiencias internacionales

PAÍS	AUSTRALIA	CANADÁ	DINAMARCA	ESTADOS UNIDOS	INGLATERRA	MÉXICO
PUBLICACIÓN	The Value of Business Events to Australia	The Economic Contribution of Business Events in Canada	The economic contribution of meeting activity in Denmark	Economic Significance of Meetings to the US Economy	The economic impact of the UK meeting industry	La relevancia económica de las Reuniones en México
INSTITUCIONES QUE FINANCIAN LA PUBLICACIÓN	Business Events Council of Australia (BECA) cofinanciado por el Gobierno de Australia bajo el programa de subvenciones T-QUAL y la industria australiana de eventos empresariales.	Greenfield services inc. - The Conference Board of Canada - Maritz Research - MPI Foundation Canada	Visit Denmark	Events Industry Council, llevado a cabo por Oxford Economics	MPI Foundation	Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), llevado a cabo por la empresa STA Consultores
AÑO DE REFERENCIA	2014	2012	2012	2016	2011	2014
ENFOQUE UTILIZADO	No distinguen en actividades propias del sector turismo y del sector reuniones. Las clasificaciones se dan por tipo de reunión, incluso en el gasto por tipo de bien o servicio. Es decir, no parece seguir el criterio de hacer una extensión de la cuenta satélite de turismo.	Enfoque extendido: Esto significa que analizan el sector "reuniones" como una extensión de la cuenta satélite de turismo. Se distingue entre "bienes e industria de reuniones", "bienes e industria de viajes y turismo" y "otros bienes"	Enfoque extendido: Analizan el sector "reuniones" como una extensión de la cuenta satélite de turismo. Los gastos y actividades se separan en turismo, servicios y productos seleccionados.	Enfoque extendido	Enfoque extendido	Enfoque extendido
CRITERIO DE LA OMT	No totalmente: utilizan un criterio más amplio para considerar qué es una reunión	SI	SI	SI	SI	SI
ESTIMA POR PROVINCIA O REGIÓN GEOGRÁFICA	SI	SI	SI	NO	SI	NO

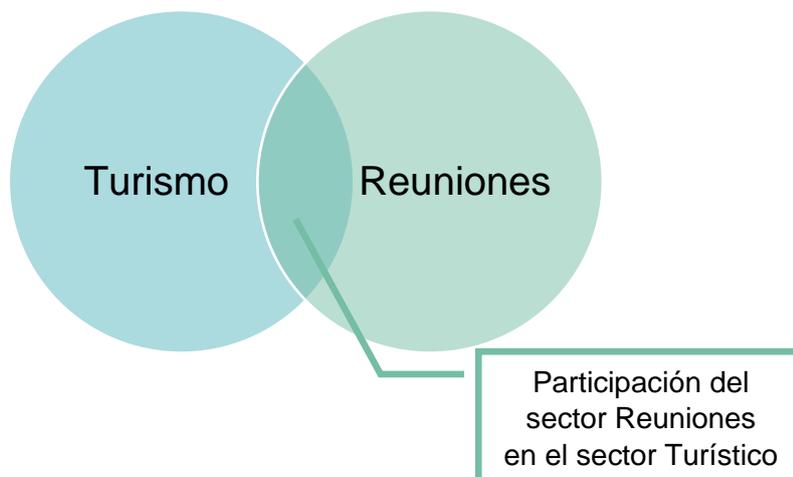
Fuente: Elaboración propia en base a Business Events Council of Australia (2015), Consejo de Promoción Turística de México (2016), Events Industry Council (2018), Li et al. (2013), Meeting Professionals International Foundation (2014), Singerman (2021) y VisitDenmark (2012).

Todos estos países analizan el sector de reuniones en su totalidad, sin distinguir entre asistentes visitantes y no visitantes (asistentes locales), excepto Estados Unidos en su estudio de 2016, en el que sí distingue a los participantes por origen. A excepción de Australia, todos (Canadá, Dinamarca, Inglaterra, Estados Unidos y México) utilizan la definición de "reunión" de la OMT mencionada anteriormente (Business Events Council of Australia, 2015; Meeting Professionals International Foundation, 2014).

### 2.3. El sector turismo de reuniones y su importancia económica

Analizando en detalle la composición del sector de turismo de reuniones, se pueden reconocer actividades propias del sector que no son de interés para el sector turístico, actividades de interés para ambos sectores y actividades que son solo de interés para el sector del turismo (OETR, 2016; Singerman, 2021). Se puede decir, entonces que existe una "intersección" entre el sector de reuniones y el sector turístico que puede ser representada mediante la Ilustración 4.

#### Ilustración 4 Relación entre el Sector Reuniones y el Sector Turístico



Fuente: Events Industry Council (2018), OETR (2016) y Singerman (2021).

En línea con el OETR (2016) y Singerman (2021), respecto al concepto de reuniones presentado en la sección anterior y analizándolo más en profundidad, se entiende que el **sector reuniones** está conformado por un **conjunto de sectores de actividades económicas diferentes**. Se considera que el alcance del sector reuniones incluye a actividades involucradas con la organización, promoción, marketing, venta de congresos, conferencias, convenciones, seminarios, exhibiciones y ferias, actividades de incentivos tanto como paquetes o como conjunto de servicios o servicios específicos, incluyendo la intermediación o la coordinación de reservas para cualquier servicio relacionados con reuniones, la provisión comercial de espacios físicos para la realización de reuniones o alojamiento para los participantes o expositores y todos los servicios auxiliares que son típicos o necesarios para llevar adelante u organizar la reunión tales como personal, equipo técnico, catering, y otros materiales (WTO, 2008).

La OMT también distingue las “**actividades típicas o características**” del sector reuniones de otras actividades económicas de apoyo las cuales conforman un gran abanico. Esta distinción permite el diseño de un marco metodológico para estimar el impacto económico del sector reuniones. Se entiende por “actividades características” del sector reuniones a las relacionadas con la organización y planificación de reuniones, alquiler de lugares destinados al desarrollo de reuniones, exposiciones y ferias, la organización de actividades de incentivos y los burós de convenciones (empresas que proveen servicios de información, reservan servicios o promocionan reuniones en un destino específico).

En las **experiencias analizadas** se calculan los **efectos directos**, estos consisten en el gasto directo y los empleos que están involucrados en la planificación y producción de reuniones, y para los participantes que viajan a las reuniones, así como otros gastos relacionados (Events Industry Council, 2018). Dadas las características de este sector, gran parte de la actividad directa se produce en una variedad de sectores. Por ejemplo, la producción de una reunión involucra con frecuencia a empleados en las instalaciones de un hotel u otro lugar, incluido personal de catering, así como personal técnico/audiovisual y de montaje, y otros proveedores de servicios contratados por terceros (como servicios de producción/entretenimiento, decoración, ponentes y formadores, publicidad y promoción). Todos estos empleados representan empleos directos apoyados por el sector de reuniones. Mientras tanto, el viaje de los

participantes a la reunión y el alojamiento durante el evento respaldan el gasto directo y los empleos en una variedad de proveedores de servicios en el sector de viajes. Si bien este gasto se produce en empresas de una variedad de sectores industriales, todo representa una actividad respaldada por el gasto directo de reuniones y es parte de los impactos directos del sector de reuniones.

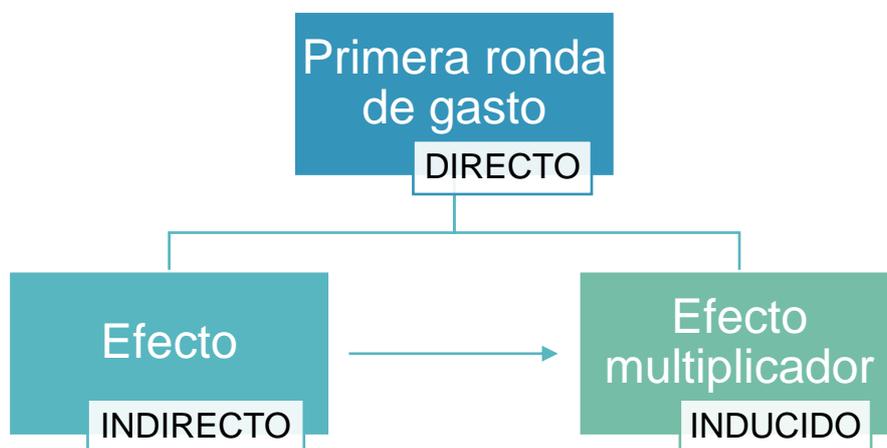
A partir de esto, se puede mencionar que los **efectos directos** se componen entonces por el gasto de los asistentes a las reuniones, el gasto de producción, y otros gastos directos (Consejo de Promoción Turística de México, 2016).

Por otra parte, los **efectos indirectos** corresponden al segundo lugar de la cadena de pagos (también conocidos como impactos en la cadena de suministro), es decir, son los gastos realizados por los proveedores de las industrias directamente relacionadas con reuniones, según el Consejo de Promoción Turística de México (2016) y Events Industry Council (2018). Por ejemplo, las instalaciones en las que se realizan las reuniones requieren insumos como energía e ingredientes alimentarios. Además, muchos lugares de reunión contratan a proveedores de servicios especializados, como marketing, mantenimiento de equipos, limpieza, soporte tecnológico, contabilidad y servicios legales y financieros.

Los **efectos inducidos**, de acuerdo con OETR (2016) y Events Industry Council (2018), corresponden a los pagos que realizan las personas que han obtenido ingresos de forma directa o indirecta por motivo de realizarse la reunión, es decir, cuando los empleados gastan sus sueldos y salarios en la economía en general. Por ejemplo, como los empleados del hotel gastan dinero en alquiler, transporte, alimentos y bebidas y entretenimiento

El **efecto total** del sector reuniones en la economía constituye la suma de los **efectos directos, indirectos e inducidos**, tal como lo muestra la Ilustración 5.

**Ilustración 5 La importancia económica del sector reuniones**



Fuente: OETR (2016) y Events Industry Council (2018).

El alcance de este trabajo se centra específicamente en los efectos directos generados desde el lado de la demanda turística, es decir, en el gasto realizado por los asistentes visitantes a las reuniones, los cuales representan solo una fracción de los efectos directos del sector turismo de reuniones.



## CAPÍTULO 3: Turismo de Reuniones en Argentina

Se expone el caso del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina (OETR) y los dos estudios que lleva adelante: el Calendario de Reuniones y el Estudio de Demanda. Se analizan alcances y limitaciones que presenta su metodología respecto a la medición del gasto turístico, mediante un ejercicio de análisis estadístico básico, y por último se presentan aportes para mejorar la estimación del gasto turístico.

### 3.1. El Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (OETR)

El Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (OETR) de la República Argentina se creó en el año 2010 como un organismo con representantes del sector privado (AOCA), del sector público (Instituto Nacional de Promoción Turística - INPROTUR-) y del sector académico (la Universidad de Buenos Aires -UBA-).

El Observatorio tiene por objeto contar con un **sistema de monitoreo permanente sobre indicadores claves del Turismo de Reuniones en la República Argentina**, que les permite a los actores directamente involucrados a mejorar la toma de decisiones en base a información estadística única y con rigurosidad metodológica unificada a nivel nacional (OETR, 2021a). Para ello, a partir del año 2010, se iniciaron y desarrollaron tareas de recolección, procesamiento y análisis de información estadística sobre la oferta y demanda del Turismo de Reuniones en el país y el impacto económico que representa este sector, a partir de información recabada por los destinos.

Desde sus inicios, de acuerdo con Singerman (2021), la metodología de relevamiento y de cálculo del OETR se fue transformando a medida que se iba obteniendo experiencia gracias a la extensión de los vínculos con referentes técnicos de nuevos destinos, y con los avances técnicos y académicos en materia de medición del gasto turístico. Justamente, el análisis y la mejora en la medición del gasto turístico es lo que entusiasmó e impulsó este trabajo.

A su vez, tal como se ha revisado y mencionado en las secciones anteriores, aparentemente no existe aún un consenso generalizado a nivel global por parte de la OMT ni entre los organismos estadísticos oficiales de los países respecto al método de medición y estimación del gasto turístico como indicador del impacto económico de esta actividad, sino una serie de recomendaciones elaboradas por este organismo internacional. Los diferentes diseños de encuestas que se observan en los servicios de estadística oficiales para estudios de oferta y de demanda, analizados anteriormente, dan cuenta de ello.

El OETR sólo considera aquellas reuniones a las que asisten turistas y excursionistas, y luego busca estimar el gasto turístico de ese subconjunto de reuniones (OETR, 2016).

En este sentido, también es importante destacar que durante el año 2020 y 2021 se llevó adelante un proceso de mejoras metodológicas que involucraron redefiniciones de conceptos y ajustes en la medición de las reuniones que tuvo como resultado la actualización de los documentos del OETR, entre ellos, el *Manual Metodológico* (2021a) y el documento *Taller de Capacitación: Estudio de Oferta y Demanda* (2021b) que se utiliza al momento de entrenar a los referentes, equipos técnicos y encuestadores de los destinos.

En la actualidad, el OETR identifica los tipos de eventos bajo su órbita utilizando las definiciones que se desarrollan a continuación, las cuales surgen de los documentos mencionados anteriormente (2018, 2021a, 2021b):

**Reunión:** Se considera reunión, a los fines prácticos del OETR, a los eventos que cumplen determinados **criterios generales** de selección:

- Contar con una **duración mínima** de media jornada (4hs.)
- Contar con **asistentes no residentes** del destino donde se realiza, es decir, visitantes (turistas y/o excursionistas).
- Corresponderse con alguno de los siguientes tipos de categorías de eventos definidos según su origen, es decir, de acuerdo con la **naturaleza** de la entidad que da origen a los mismos:
  - Asociativa
  - Corporativa
  - Gubernamental
  - Académica
- Pertenecer a un tipo de evento dentro de alguna de las **agrupaciones** del alcance del OETR:
  - Congresos y Convenciones - C&C
  - Ferias y Exposiciones - F&E
  - Eventos Deportivos Internacionales - EDI
  - Eventos de Incentivo - INC

A continuación, se presentan las definiciones acerca de los tipos de categorías según el origen del evento (OETR, 2021a, 2021b):

- **Asociativa:** corresponde a las reuniones organizadas por asociaciones, fundaciones, instituciones, colegios de profesionales, agrupaciones, etc. que tienen como principal característica no tener fines de lucro. No se consideran aquí aquellas entidades que se califiquen como Académicas.
- **Corporativa:** son las reuniones coordinadas y organizadas por entidades que persiguen fines de lucro (empresas, compañías, firmas, sociedades anónimas, etc.). Tampoco entrarán dentro de esta opción las Universidades privadas, que se incluyen dentro de la categoría académica.
- **Gubernamental:** las reuniones se ubican en esta categoría cuando la entidad organizadora es algún organismo o dependencia del Estado, ya sea del poder Ejecutivo, Legislativo o Judicial de cualquier nivel de gobierno.
- **Académica:** reuniones que son organizadas desde el ámbito académico, generalmente por Universidades, ya sea públicas o privadas, o por instituciones terciarias u otros niveles educativos. Dichas reuniones no deben corresponder a la oferta académica de las mencionadas instituciones, correspondiendo de esta forma a reuniones por fuera del calendario formal educativo.

Para cada una de las agrupaciones mencionadas anteriormente, se exponen los conceptos actualizados sobre los diferentes **tipos de eventos** (OETR, 2018, 2021a, 2021b), a saber:

### **Congresos y Convenciones (C&C)**

- **Congreso:** Reunión periódica que nuclea principalmente a miembros de una asociación, organismo o entidad, que también puede convocar a profesionales o estudiantes afines, para debatir cuestiones previamente fijadas. Por lo general, se celebran una vez al año, aunque los de carácter internacional se

suelen organizar cada 24 meses, y su duración oscila entre los dos y los cinco días.

- **Jornada:** Encuentro que, con la modalidad de talleres o conferencias, trata un tema ante un auditorio y cuyos resultados se publican posteriormente. Esta denominación se debe a que cada tema se desarrolla durante un solo día, se realizan las disertaciones, se debate y se arriba a conclusiones en una misma jornada.
- **Encuentro:** Una reunión que posee las características de flexibilidad en la forma y dinámica que puede adquirir según lo determine el organizador, siendo variable su duración y el alcance de su convocatoria acorde a la temática que lo origina. Puede estar organizado por una asociación para fomentar una actividad concreta.
- **Seminario:** es una reunión de carácter educativo donde un número determinado de personas, comparten de manera personal sus experiencias acerca de un tema en particular, bajo la dirección de un experto en la materia. Es una forma de trabajo intelectual, que es propia de los niveles medio y superior, que tiene por finalidad la investigación científica, el trabajo en equipo, la actividad y la participación en grupos pequeños. Por lo tanto, es una técnica de trabajo en grupo reducido, cuya finalidad es lograr que, mediante el trabajo entre profesores y alumnos, estos últimos incursionen en la investigación o en la práctica de alguna disciplina, o el estudio intensivo de un tema en sesiones planificadas.
- **Simposio:** consiste en un conjunto o serie de exposiciones verbales desarrolladas por especialistas en torno a un tema central, núcleo científico o situación problemática. Suele ser unidisciplinario y estar dirigido por un moderador cuyas funciones básicas son: la presentación de los especialistas y el problema que va a discutirse, así como la secuencia y la asignación de tiempos de exposición.
- **Conferencia:** Encuentro convocado por una persona, empresa o entidad para transmitir un mensaje o dar a conocer un tema en particular, generalmente por invitación. Deben ser de corta duración para poder aprovechar al máximo la atención del auditorio y tratar un temario limitado.
- **Foro:** Reunión informal y sin orden del día con participación abierta a todos los asistentes en la que cada uno tiene la oportunidad de desarrollar y exponer libremente un tema general (sin previa preparación); no es necesario redactar conclusiones. Se requiere de un moderador, los participantes disponen de un tiempo determinado. La mayoría de los foros inician con el planteamiento de los objetivos y con la intervención de algún experto que, de manera informal, expone su punto de vista. Una vez hecho esto, el grupo inicia la discusión del tema. Los foros, normalmente, tienen como objetivo, conocer la opinión pública acerca del tema que se está tratando.
- **Asamblea:** reunión ordinaria o extraordinaria de los miembros de una organización; constituye un escalón supremo en la decisión de todos los asuntos de la vida administrativa, política y social de dicha organización. Es presidida por una mesa directiva compuesta por presidente, secretario, vocales y escrutadores para el conteo de votos. Por el otro lado, se encuentra el auditorio, conformado por el resto de los miembros de la organización. Para que una asamblea pueda considerarse legal, se necesita como mínimo el 50% + 1 de los miembros, de lo contrario es considerada informativa.
- **Convención:** Son reuniones de empresas promovidas por compañías privadas que las utilizan para analizar la marcha de la empresa, su filosofía, imagen, resultados o bien para fijar objetivos y determinar qué se va a hacer. Suelen ser convocatorias cerradas y solo participan miembros de la empresa o algún invitado que pueda aportar al objetivo de la reunión. No tienen periodicidad fija y la frecuencia depende de la necesidad de la empresa. Los sectores que más

generan estos eventos son: perfumería, cosméticos, medicamentos, autos, laboratorios, alimentación.

### **Ferias y Exposiciones (F&E)**

- **Ferias:** Son comerciales. En la feria se vende y eventualmente el producto se entrega en el lugar. Predomina la comercialización de los productos y servicios in situ.
- **Exposiciones:** Predominantemente son promocionales e institucionales. Sólo se exhiben y promocionan productos y servicios, pero el proceso completo de venta no se realiza en el momento, independientemente de la magnitud de la muestra. Aquellas donde ocurre sólo su exhibición y promoción. Por ejemplo, queda excluida la exposición de Arquitectura luego del Congreso de Arquitectura.
- **Workshop:** Jornada profesional utilizada como Bolsa o Mercado de Contratación donde se contacta la oferta y la demanda. Busca facilitar el intercambio comercial entre ambas. Los workshops comerciales pertenecen a la agrupación F&E, pero los workshops académicos/científicos pertenecen a la agrupación C&C.

### **Evento Deportivo Internacional (EDI)**

- Eventos que convocan a atletas de diferentes países a participar de un torneo o competencia que se realiza durante al menos una jornada. Son eventos que se realizan de manera regular.

### **Incentivos (INC)**

- Concebido como un premio, el viaje de incentivo es una actividad planificada y diseñada para motivar a las personas a lograr objetivos predeterminados por la empresa.

Además, para cada agrupación se presentan también los siguientes **criterios específicos** (OETR, 2021a, 2021b):

- **Congresos y Convenciones (C&C):** La reunión debe cumplir con una de las siguientes condiciones:
  - Si tiene menos de 50 asistentes, debe tener un mínimo de 15 asistentes visitantes (no residentes).
  - Si tiene entre 50 y 500 asistentes, debe tener un mínimo de 30% de asistentes visitantes (no residentes).
  - Si tiene más de 500 asistentes, debe tener un mínimo de 20% de asistentes visitantes (no residentes).
- **Ferias y Exposiciones (F&E):** La reunión debe cumplir con la siguiente condición:
  - Debe tener un mínimo de 35 expositores (o abarcar 350 m<sup>2</sup>) y un mínimo de 350 asistentes.  
Y, además, con una de las siguientes:
    - Si tiene entre 350 y 500 asistentes, debe tener un mínimo de 30% de asistentes visitantes (no residentes).
    - Si tiene más de 500 asistentes, debe tener un mínimo de 20% de asistentes visitantes (no residentes)
- **Eventos Deportivos Internacionales (EDI):** Para este tipo de reuniones, los criterios son los siguientes:
  - Participación de competidores de al menos 3 países extranjeros.
  - Contar con un 10% de competidores de origen extranjero.

- Dichos eventos pueden ser de rotación nacional o pertenecer a una fecha o edición de un campeonato o torneo internacional que cumpla con los requisitos antepuestos.

### 3.1.1. Calendario de Reuniones del OETR

El OETR lleva adelante el Calendario de Reuniones que contempla el **relevamiento de los eventos y reuniones**, organizados por el sector privado (cámaras, federaciones, asociaciones, empresas) el sector público y el sector académico, que se realizan en los diferentes destinos sede del país y que, por sus características, motivan la visita de no residentes.

Tiene como objetivo conocer las características de las reuniones que se realizan en los diferentes destinos del país y permite obtener datos económicos sobre las mismas. Específicamente, a partir de este análisis se puede conocer lo siguiente:

- **Características de las reuniones**
  - Categoría de la reunión
  - Frecuencia
  - Rotación
  - Tipos de sedes
  - Exposición paralela
  - Medios de promoción
  - Aspectos de sustentabilidad
  - Aspectos de accesibilidad
- **Datos económicos**
  - Inversión
  - Cantidad de empleo requerido
  - Precio promedio de inscripción
  - Paquetes pre y post reunión
  - Ingresos
  - Asistentes, stands, expositores

Como primera instancia se identifican las reuniones que se encuentran bajo la órbita del OETR. El referente técnico de cada destino sede es quien identifica la reunión y establece si responde a los criterios establecido por el OETR para su relevamiento. Luego debe cargar el evento en una base web.

El calendario releva **características generales de la reunión** incluyendo la cantidad estimada de asistentes, diferenciando a los asistentes según su lugar de residencia habitual: **asistentes locales** (es decir, residentes en la ciudad sede), **asistentes nacionales** y **asistentes extranjeros** (o sea, no residentes en la ciudad sede). Estas dos últimas categorías constituyen el total de turistas que se han desplazado para asistir a una reunión y constituyen la población objetivo de la encuesta de demanda.

En este sentido, los **asistentes analizados** bajo la órbita del Observatorio se encuentran **alcanzados por la definición de turismo de la OMT** (2000):

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado (p. 7).

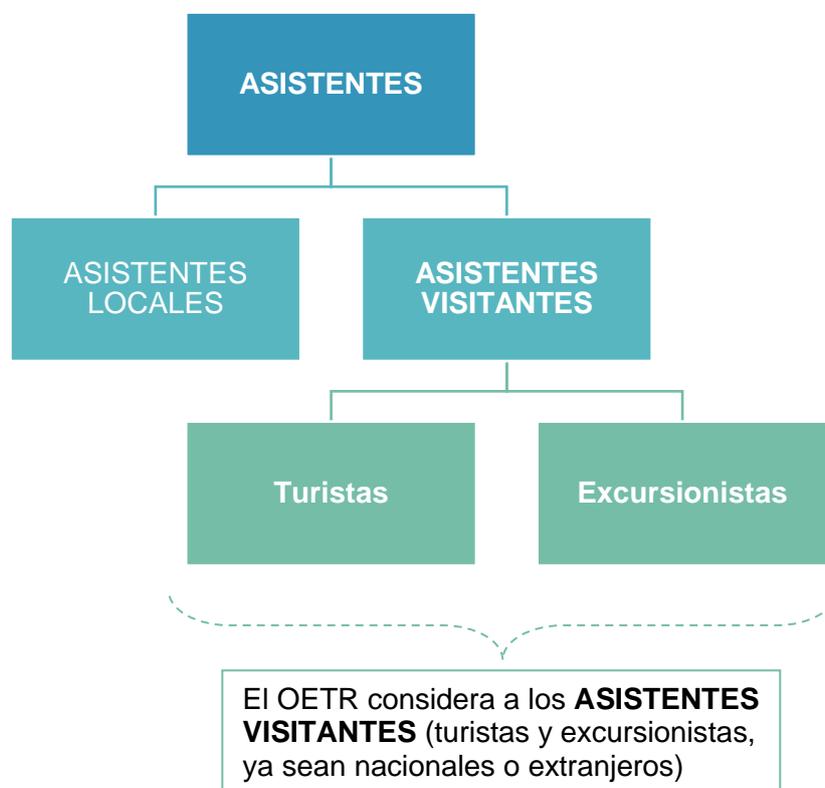
Este concepto establece las condiciones para que una persona sea considerada visitante, por lo tanto, define qué asistentes a las reuniones alcanzadas por el Observatorio entrarían dentro de esta definición (OETR, 2021a).

Los **asistentes a una reunión**, en función de cada una de las agrupaciones, entonces **comprenden**:

- C&C: A los panelistas, oradores y al “público asistente”.
- F&E: A los expositores y al “público asistente”.
- EDI: A los competidores, equipo técnico y al “público asistente”.

Dentro de los asistentes se encuentran los **asistentes locales** y los **asistentes visitantes**, como ya se mencionó. El Observatorio considera para su análisis a las **reuniones que cuenten con asistentes visitantes** (es decir, turistas y excursionistas, ya sean nacionales o extranjeros). A continuación, se presenta la Ilustración 6 que muestra esto que se menciona:

**Ilustración 6 Clasificación de los asistentes según la metodología del OETR**



Fuente: Elaboración propia en base a OETR (2021).

Posteriormente, luego de que el referente técnico haya cargado el evento y completado los datos mínimos requeridos en la base web, los datos ingresados son analizados en gabinete por integrantes del equipo técnico del OETR quienes verifican la pertinencia del evento, su duración y la cantidad de asistentes declarada. En esta instancia se contacta nuevamente al referente técnico para ratificar o rectificar los datos ingresados que podrían generar dudas.

En particular, las **variables más importantes que se relevan y analizan** son:

- Origen del evento
- Agrupación a la que pertenece el evento
- Tipo de evento

- Tema del evento
- Fecha de inicio y Fecha de finalización (otorga la duración)
- Destino Sede
- Sede física del evento
- Asistentes: Cantidad de Asistentes Totales, Asistentes Locales (residentes del destino sede de la reunión), Asistentes Nacionales (residentes de argentina, pero no residentes del destino sede) y Asistentes Extranjeros (residentes en el extranjero).

Una vez que se cuenta con los datos básicos (los principales y más importantes) del evento, se verifica que se encuentra bajo la órbita de estudio del OETR y es confirmada su realización, se puede realizar el estudio de demanda turística entrevistando a los asistentes visitantes.

### 3.1.2. Estudio de Demanda del OETR

El Estudio de Demanda es uno de los componentes del proyecto del OETR y contempla las **encuestas que se realizan a los visitantes** (tanto nacionales como extranjeros) **que asisten a los eventos y reuniones** que se realizan en los diferentes destinos sede del país.

Tiene por objetivo conocer el perfil, comportamiento y consumo de los asistentes visitantes. Específicamente, para cada uno de ellos, es decir, tanto para los nacionales como para los extranjeros, se puede conocer lo siguiente:

- **Perfil:**
  - Lugar de procedencia
  - Tamaño del grupo
  - Preferencias en el consumo
- **Comportamiento:**
  - Medios de información por el cual se enteró de la reunión
  - Medios de transporte utilizado para llegar al destino
  - Frecuencia de visita, voluntad y motivos de retorno al destino sede
  - Estadía de los turistas
- **Consumos:**
  - Tipos de alojamiento utilizado
  - Transporte utilizado
  - Compras realizadas
  - Actividades realizadas
  - Alimentación
  - Gasto total realizado

A continuación, se presentan los **aspectos metodológicos de relevamiento y medición** acerca del estudio de demanda turística que el OETR lleva adelante desde el año 2010, en particular sus **especificaciones técnicas**, según Singerman (2021):

- La **unidad de análisis** está representada por el asistente visitante y su grupo de viaje.

El universo teórico está compuesto por el **asistente visitante y su grupo de viaje**.

Tal como se hizo referencia anteriormente, en la definición de visitante cobra relevancia el criterio y concepto de entorno habitual, dado que es necesario distinguir operativamente quién traspasa y quién no su entorno habitual.

De esta manera, el OETR (2021a, 2021b) hace operativo este concepto utilizando como referencia la definición del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) en la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH), que ya se ha presentado. El entorno habitual comprende la zona cercana al lugar de residencia habitual más todos los lugares visitados frecuentemente, aunque no sean cercanos a su lugar de residencia (Secretaría de Turismo de la Nación, 2006). Por lo tanto, y como **definición operacional** de este concepto, forman parte del **entorno habitual**:

- Los lugares situados dentro de un determinado radio de la ciudad / localidad donde reside la persona. Se consideran 40 Km. para la región del Gran Buenos Aires (la Ciudad de Buenos Aires más los partidos que forman parte del Conurbano Bonaerense) y 20 Km. para el resto del país.
- Los lugares visitados una o más veces a la semana, aunque estén ubicados a una distancia superior a los 20 / 40 Km.

El OETR toma en cuenta estos criterios para definir si una persona debe ser considerada o no como asistente visitante. En este sentido, no se contabilizan como tales los asistentes que se hayan desplazado al destino sede y hayan sido contratados y remunerados por una entidad residente del destino sede visitado para brindar una conferencia, capacitación, simposio, etc. Es decir, la persona que se traslada por motivos laborales (que recibe una contraprestación) no se la considera un turista. Sin embargo, aquellas personas que se desplazan y asisten a una reunión -de las características que engloba el OETR- en el destino sede, en representación de la entidad pública o privada para la cual trabajan en su lugar de residencia, sí es considerado un asistente visitante. Por ejemplo, una persona de otro país que trabaja para un laboratorio de la industria farmacéutica y viaja para asistir al Congreso Internacional de Farmacia que se realiza en Argentina, y lo mismo para una persona que trabaja en la Oficina de Turismo de Salta y viaja a Buenos Aires siendo parte del staff en el stand de su provincia en la Feria Internacional de Turismo (FIT), en ambos casos se entiende que obtienen su remuneración en su lugar de residencia.

- La **unidad de relevamiento** está representada por el asistente visitante (quien responde por todo el grupo).
- El **instrumento de medición** se trata de un formulario estructurado en una aplicación para dispositivo móvil (celular o tablet). Si bien a continuación se presenta un formulario en versión impresa a fines de poder visualizarlo, ya no se encuentra disponible como instrumento de medición<sup>31</sup>.

---

<sup>31</sup> En la sección Anexos se pueden visualizar en detalle ambos instrumentos de medición.

### Ilustración 7 Instrumento de medición del OETR (Página 1)

**Observatorio Económico del Turismo de Reuniones en la República Argentina**

**Estudio de Demanda: (F4)**

Formulario N° .....  
 Completado por: .....  
 Nombre del evento: .....  
 Fecha de toma: ..... / ..... / .....

¿Encuesta completa?  
 Sí  
 No ¿por qué?  
 Falta de tiempo  
 Problemas de idioma  
 Rechazo  
 Otras razones  
 ¿Cuál? .....

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

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

2. ¿Cuál es su lugar de residencia habitual?  
 Argentina [pasa a pregunta 3]  
 Extranjero [pasa a pregunta 4]

3. ¿En cuál provincia reside?  
 Ciudad de Buenos Aires  
 Pcia. de Buenos Aires  
 Catamarca  
 Córdoba  
 Corrientes  
 Chaco  
 Chubut  
 Entre Ríos  
 Formosa  
 Jujuy  
 La Pampa  
 La Rioja  
 Mendoza  
 Misiones  
 Neuquén  
 Río Negro  
 Salta  
 San Juan  
 San Luis  
 Santa Cruz  
 Santa Fe  
 Santiago del Estero  
 Tierra del Fuego  
 Tucumán [pasa a pregunta 5]

4. ¿En cuál país reside?  
 Alemania  
 Australia  
 Bolivia  
 Brasil  
 Canadá  
 Centroamérica  
 Colombia  
 Chile  
 China  
 Ecuador  
 Estados Unidos  
 España  
 Federación Rusa  
 Otro ¿cuál? .....

5. ¿Qué tipo de participante es?  
 Asistente al evento  
 Organizador / Creador / Personal stand / azafatas  
 Organizador / sponsor  
 Otro ¿cuál? .....

6. ¿Cuántas personas realizan este viaje? Cuéntenle Ud. y presuponga de viaje .....  
 todas aquellas personas que compartan un mismo presupuesto de viaje

7. ¿Incluye este viaje la visita a otros países?  Sí  No

8. ¿Cuántas noches en Argentina dura este viaje? .....

9. ¿Qué lugares visitó/visitara durante este viaje dentro de Argentina, cuántas noches y tipo de alojamiento?

Lugar	Cantidad de noches	Tipo de alojamiento
1. Ciudad sede	.....	.....
2. ....	.....	.....
3. ....	.....	.....

Tipo de alojamiento:  
 (1) Hotel 5 estrellas (8) Hospedaje Residencial  
 (2) Hotel 4 estrellas (9) Cabanas/Bungalows  
 (3) Hotel 3 estrellas (10) Albergue/Hostel/Estas  
 (4) Hotel 2 o 1 estrellas (11) Establecimiento Rural  
 (5) Apart hotel (12) Alameda/Parque, Jardines o amigos  
 (6) Hotel Boutique (13) Vivienda alquilada  
 (7) Hotel/Panorámico (14) Alquiler No se hospedó  
 (15) Otro

10. ¿De qué forma organizó usted este viaje?  
 Servicios individuales  
 Invitado  
 Paquete armado por organizador del evento  
 Paquete armado por agencia de viajes

Información amparada por el secreto estadístico - Ley 17.622

pág. 1

Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019).

### Ilustración 8 Instrumento de medición del OETR (Página 2)

11. ¿A través de qué medios se informó sobre esta reunión?  
 Internet  
 Diario/Revistas  
 TV/Radio  
 Empresa donde trabaja  
 Entidad Organizadora  
 Otro ¿cuál? .....

12. ¿Qué medio de transporte utilizó para arribar al destino sede desde su lugar de residencia? En caso de ser varios transportes ponerlos en orden  
 1° ..... 2° .....  
 (1) Avión (2) Tren (3) Vehículo Propio (4) Auto alquilado  
 (5) Barco (6) Omnibus (7) Charter/transfer (8) Otro

SOLO EN EL CASO DE LOS RESIDENTES EN EL EXTRANJERO

13. ¿A través de qué vía saldrá de Argentina?  
 Aeropuerto  
 Otra

14. ¿Con cuál compañía aérea?  
 Aerolíneas Argentinas  
 Otra

15. ¿Cómo califica los servicios de esta ciudad?  
 Excelente Muy Buena Buena Regular Mala Muy Mala  
 Sede de la reunión        
 Gastronomía        
 Alojamiento        
 Transporte        
 Excursiones

16. ¿Con qué frecuencia visita esta ciudad?  
 Primera vez  
 Últimas veces al año  
 Una vez al año  
 Esporádicamente

17. ¿Volvió a esta ciudad?  
 Sí [pasa a pregunta 18]  
 No [pasa a pregunta 19]

18. ¿Por qué motivo de viaje?  
 Negocios/Contrato laboral  
 Ocio  
 Deposte  
 Visita a amigos/familiares  
 Otros Reuniones/Eventos  
 Estudios  
 Tratamiento médico  
 Otros ¿cuáles? .....

19. ¿Qué artículos compró durante su viaje?  
 Ropa  
 Muebles  
 Compras de regalo  
 Otros ¿cuáles? .....

20. ¿Qué actividades realizó/ra durante su viaje?  
 Espectáculos de largo/duración  
 City Tour (con guía turística)  
 Excursión contratada  
 Experiencia en establecimientos rurales  
 Actividades nocturnas (bar/boliche/casino)  
 Otros ¿cuáles? .....

21. ¿Cuáles son los montos de los gastos que realizará durante todo su viaje en la Argentina? (Referir a los gastos del grupo de viaje en su conjunto para toda la estadía)

Concepto	Cto Total	Cto Diario	Mto. Moneda
Pasajes internacionales	.....	.....	.....
Pasajes nacionales	.....	.....	.....
Alquiler de auto	.....	.....	.....
Transporte público local	.....	.....	.....
Alojamiento	.....	.....	.....
Alimentación	.....	.....	.....
Excursiones/Actividades	.....	.....	.....
Compras	.....	.....	.....
Compras para el negocio	.....	.....	.....
Inscripción	.....	.....	.....
Otro	.....	.....	.....
¿cuál? .....	.....	.....	.....
Total	.....	.....	.....

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

22. Me proporcionaría un mail de contacto para completar la encuesta si fuera necesario concluido su viaje: .....

23. Observaciones

Información amparada por el secreto estadístico - Ley 17.622

Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019).

Se encuesta a los asistentes visitantes que concurren a los Congresos y Convenciones (C&C) como así también a los que asistan a Ferias y Exposiciones (F&E) y a Eventos Deportivos Internacionales (EDI).

- El método de instrumentación utilizado es la **entrevista directa**. Actualmente el OETR realiza el relevamiento de la encuesta de demanda mediante entrevistas por intercepción. Los encuestadores siguen un método de selección

de los informantes a encuestar sistemático de manera aleatoria. Por ejemplo: si se desea encuestar a los informantes en la fila de acreditación o de pago de entrada al evento, se encuesta cada X cantidad de informantes (3 o 4) y no se elige un informante que esté ubicado al lado de otro en forma consecutiva. Se sigue el mismo criterio para un grupo de potenciales informantes reunidos en grupos en el receso para el café (OETR, 2018).

- Las **principales variables relevadas**, las cuales se muestran en el formulario en el orden en el que se presentan a continuación, son:
  - **Lugar de residencia:** el concepto de residencia permite la clasificación de los visitantes de conformidad con su lugar de origen (OMT, 2010).
  - **Tamaño de grupo de viaje:** el grupo de viaje está constituido por los turistas que se desplazan juntos durante la totalidad o parte del viaje y pagan la mayoría de sus gastos de viaje con cargo a un presupuesto común (INDEC, 2011). Normalmente se compone de individuos pertenecientes a una misma familia o por colegas.
  - **Estadía:** fecha de llegada y partida del visitante del destino sede de la reunión. Adicionalmente se indaga por todo el recorrido del viaje.
  - **Tipo de alojamiento** utilizado: en general, los visitantes que pernoctan requieren algún tipo de alojamiento en donde pasar la noche, y el alojamiento representa con frecuencia una parte importante de sus gastos totales de viaje (OMT, 2010). Hotel 4 y 5 estrellas: comprende hoteles, hoteles de playa, clubes residenciales y establecimientos similares con servicios incluidos en estas categorías; Hotel 1, 2 y 3 estrellas: incluye hoteles, y residencias para turistas y alojamientos similares con servicios hoteleros incluidos en estas categorías; Aparthotel; Hotel boutique; Hostería-Posada; Hospedaje residencial; Cabaña-Bungalow; Albergue-Hostel-B&B; Establecimiento Rural; Vivienda propia, de familiares o amigos; Vivienda alquilada; Otros alojamientos.
  - **Forma de organización** o modalidad del viaje: para conocer si el visitante organizó el viaje contratando los diferentes servicios por su cuenta, si utilizó un paquete turístico armado por una agencia de viajes o por el organizador del evento, o si fue invitado (y en ese caso alguien o alguna entidad pagó por el viaje). Se define como “paquete turístico” la contratación por parte del viajero, en una agencia de viajes, de al menos dos servicios que se pagan en forma conjunta (INDEC, 2011). Por este motivo, este tipo de visitante puede informar el gasto total del paquete, pero no su desagregación en alojamiento, comidas, traslados y excursiones. El paquete puede incluir más de una localidad.
  - **Medio de transporte:** hace referencia al transporte utilizado por el visitante desde que parte de su lugar de residencia habitual hasta llegar al destino sede de la reunión.
  - **Calificación de los servicios del destino:** específicamente de la sede de la reunión, el alojamiento, la gastronomía, el transporte y las excursiones.
  - **Motivo principal de viaje:** motivo que determina la realización del viaje. Se habla de motivo principal porque es frecuente encontrar situaciones en las que se combinan varios motivos: ocio y negocios, visita a familiares y estudio, etc. (INDEC, 2011). La encuesta del OETR no indaga sobre el motivo principal, sino que, parte del supuesto de que el visitante entrevistado tiene como motivo principal de su viaje la asistencia a ese evento en cuestión. Cerca del final de la encuesta se pregunta si repetiría el destino y por qué motivo volvería.

- **Compras realizadas:** tal como productos regionales, artículos de cuero, souvenirs, música, libros, ropa, compras de negocio (sobre todo para el caso del visitante que asistió a una exposición o feria).
- **Actividades realizadas:** actividades culturales, paseos, excursiones, experiencias rurales, actividades nocturnas, actividades deportivas y otras actividades relevantes para el destino.
- **Gasto turístico de todo el grupo de viaje por ítem de gasto:** comprende todo gasto de consumo de bienes y servicios efectuado por un visitante y su grupo de viaje, o por cuenta de un visitante, durante su estadía en el lugar visitado (INDEC, 2011). Según las recomendaciones de la OMT (2010), se indaga por ítem de gasto: pasajes, combustible y peajes, alquiler de auto, transporte público local, alojamiento, alimentación, excursiones o actividades, compras, compras para el negocio (especialmente en ferias y exposiciones), inscripción al evento y gasto total (en caso de que el informante no pueda discriminar por ítem y pueda brindar un número global).

- **El tipo de muestreo es no probabilístico.**

De acuerdo a lo que se menciona en el *Documento Metodológico* del OETR (2018) y en línea con Singerman (2021), dadas las características de la actividad y del relevamiento de la información, el diseño de la muestra en el marco del operativo del OETR es no probabilístico, esto se explica por el hecho de que el calendario de reuniones se nutre durante el año, con lo cual no es posible tener el marco muestral completo al inicio del operativo en enero, ni tampoco tener certeza sobre la cantidad de asistentes ya que es habitual que las personas se inscriban en fechas muy cercanas al comienzo de la reunión y no con demasiada anticipación. Por ello, **sólo es posible contar con el marco muestral completo una vez que ha finalizado el año calendario** y se han registrado los eventos realizados durante el año y la cantidad de asistentes que tuvieron.

Actualmente los referentes técnicos de cada destino seleccionan en base a sus posibilidades los eventos en los que realizan encuestas. Esto es, la selección se hace en base a los recursos humanos disponibles y a la obtención de la autorización por parte de los organizadores del evento. Sin embargo, los referentes deben seguir algunas pautas de selección. En particular, se les indica que deben captar la diversidad de asistentes a eventos y una forma de hacerlo es realizar encuestas en varios eventos y no concentrar todo el relevamiento en un solo evento.

Por ejemplo, el público a la “Expo-estética” no es el mismo que asiste a la “Expo de Medicina Estética”. La primera reunión está dirigida a cosmetólogas/os, cosmiatras, maquilladoras/es, esteticistas y afines. La segunda reunión está dirigida a profesionales de la salud (médicos dermatólogos, cirujanos, etc.). Se supone que los hábitos de viaje y de consumo difieran entre los dos grupos de asistentes, incluso cuando ambos eventos se desarrollan en la misma sede (Centro de Exposiciones de Costa Salguero) (OETR, 2018; Singerman, 2021).

En este sentido, el *Anuario Estadístico de Turismo de Reuniones 2019* da cuenta de la fortaleza del OETR en cuanto a volumen de datos relevados y sus resultados, año en el cual la cantidad total de encuestas realizadas fue de 9.911, en 348 reuniones de las agrupaciones C&C y F&E. Específicamente, 8.368 encuestas en 311 reuniones de C&C y 1.543 encuestas en 37 reuniones de F&E relevadas (OETR, 2020).

### 3.2. Dificultades al momento de estimar el gasto turístico

En este subcapítulo se realiza un ejercicio empleando la base de microdatos del OETR 2019, tomando como referencia el trabajo de Singerman (2021) y extendiendo el análisis de las variables. El objetivo es mostrar las dificultades operativas en la medición del gasto turístico y qué tipo de decisiones debe tomar el analista al momento de limpiar la base de datos<sup>32</sup> y realizar las estimaciones.

Al analizar los resultados de los operativos Calendario de Reuniones y Encuesta de Demanda del OETR del año 2019, siguiendo la línea de análisis de la base de datos del 2018 presentado en el trabajo de Singerman (2021), y con el objetivo de realizar una actualización, verificar la congruencia de los resultados del análisis entre ambas bases (2018 vs 2019) y extender el ejercicio de análisis, se observa que en ambas la muestra sólo representa a las provincias y agrupaciones donde se hicieron suficientes encuestas.

En este sentido, se realizó un primer análisis exploratorio de la base de datos de la Encuesta de Demanda, específicamente se trabajó con la base cruda y se analizaron los datos correspondientes a la agrupación Congresos y Convenciones (C&C), dado que es el agrupamiento que presenta una cantidad suficientes de encuestas, y por lo tanto la que tiene mayor representatividad en los resultados obtenidos, con un 84% frente al 16% que abarca la agrupación F&E.

Para llevar adelante el **análisis de las dificultades e inconsistencias** que se presentan al momento de querer llevar adelante el procesamiento de los datos, el cual tiene como objetivo la estimación del gasto turístico, se va a trabajar con la totalidad de la muestra para C&C (8969 registros) seleccionando un subconjunto de datos que cumplan con ciertos requisitos.

Los **datos inconsistentes** se relacionan con un **principio lógico de la encuesta**, de acuerdo con el *Documento Metodológico* del OETR (2018) y en línea con Singerman (2021). Los datos que se recaben del informante tienen que guardar cierta relación de coherencia y congruencia (Bradburn et al., 2004; Delgado y Gutiérrez 1999, Rea y Parker, 2005). Si el informante se hospeda en un hotel 5 estrellas, no es posible que haya gastado solo \$1000 en alojamiento. Para identificar inconsistencias a la hora de procesar y calcular las estimaciones, se debe conocer la **distribución de frecuencias y detectar casos extremos**, para ello se analiza el rango de la variable y se realizan diagramas de caja.

Para la encuesta de demanda del OETR, el **procedimiento de análisis de inconsistencias** se realiza de la siguiente manera (OETR, 2018; Singerman 2021):

1. Se identifican las encuestas realizadas en eventos que no cumplen con la definición de reunión del OETR y se apartan para no ser consideradas.
2. Para definir los casos válidos de acuerdo con el tamaño del grupo que comparte un mismo presupuesto de viaje y cantidad de noches en Argentina se considera el mayor valor de la variable respectiva con frecuencia relativa porcentual mayor a 1. Esto es porque el informante, en muchos casos, responde que su grupo es el contingente con el cual viajó, aunque no comparta gastos de viaje. Por otro lado, cuando un informante declara una cantidad de noches en Argentina alejada de la mayoría de las respuestas (lo que representa típicamente el 99%) es prudente suponer que el motivo principal de su viaje no es el de asistir a la reunión y, por lo tanto, no se lo considera un asistente válido para este estudio.

<sup>32</sup> Procedimiento que se constituye como el primer resultado del análisis, que consiste en identificar valores extremos, analizar las “no” respuestas, e identificar inconsistencias.

3. Para analizar el gasto, todas las variables relacionadas con el mismo se expresan en pesos argentinos, utilizando el tipo de cambio del día de la encuesta de acuerdo con la referencia del Banco Central de la República Argentina (BCRA).
4. Posteriormente, se realizan las siguientes correcciones:
  - a. Para el gasto en pasajes aéreos internacionales, solo se consideran los gastos realizados por extranjeros que viajaron a través de Aerolíneas Argentinas.
  - b. Para el gasto en pasajes nacionales, mediante análisis de la distribución de frecuencias de la variable, se consideran factibles las observaciones en las que el gasto es mayor al monto determinado por el percentil 2 de la variable.
5. Al mismo tiempo, se establecen límites superiores en cuanto a los valores del gasto considerando el tipo de gasto que se desea medir y la representatividad de determinados valores. De esta manera, se apartan aquellos gastos que no estén vinculados con la asistencia a la reunión ni con actividades turísticas relacionadas (por ejemplo, la compra de un inmueble) y, además, aquellos gastos muy extremos (por ejemplo, gastos de inscripción de 50.000 pesos). En este último punto, se considera que tales gastos no representan al conjunto del estrato, sino que son casos extremos.

Según los resultados observados en la base de datos del OETR del año 2019 así como el conocimiento obtenido durante los años de trabajo diario junto con los referentes técnicos y encuestadores de los destinos, y en concordancia con Singerman (2021), la existencia de datos incoherentes se puede explicar principalmente por la **falta de comprensión del concepto “grupo de viaje”**, su frecuente confusión con el concepto de “contingente de viaje” y la **dificultad que demuestran los entrevistados para recordar los gastos** que realizaron, que generalmente terminan declarando valores inferiores a lo razonable en relación con los precios vigentes (y de público acceso) de los bienes y servicios consumidos.

Aunque el encuestador ha sido formado y entrenado con los conceptos relevados en el formulario, de acuerdo con las recomendaciones de buenas prácticas estadísticas (OCDE, 2019), no puede influir en la respuesta que brinde el informante ni tampoco cuestionarla. A su vez, en el caso del turismo de reuniones, el asistente visitante entrevistado generalmente viaja con colegas, compartiendo gastos de alojamiento y traslado, definiéndose de esta manera un grupo de viaje (Singerman, 2021). No obstante, a partir de analizar los datos del gasto en términos per cápita, se observa que al momento de informar el gasto del grupo, el informante parece solo haber tenido en cuenta los gastos propios.

A partir de la base de microdatos de la Encuesta de Demanda del OETR para 2019, se presenta a continuación un **análisis estadístico descriptivo básico**, tomando de referencia el ejercicio realizado sobre la base del 2018 en el trabajo de Singerman (2021), con el objetivo de replicar dicho ejercicio partiendo de una base más actualizada y de profundizar el análisis para dar cuenta de las inconsistencias en las respuestas brindadas por los informantes.

En este análisis se demuestran, con algunos ejemplos, las inconsistencias existentes contemplando las **principales variables: “tamaño de grupo de viaje”, “cantidad de noches total”** (pernoctaciones realizadas en todo el recorrido del viaje) y **“gasto turístico” del grupo de viaje**. Para este ejercicio se consideró al subconjunto de asistentes turistas a Congresos y Convenciones (C&C) que se alojaron como mínimo una noche en un establecimiento diferente al de “vivienda propia, de familiares o amigos” y que expresaron el gasto en pesos argentinos (AR\$), incluso quienes respondieron cero (“0”) en gasto. Es decir, en este trabajo interesa **analizar** al

subgrupo de **turistas que asistieron a eventos de C&C y que pernoctaron en algún tipo de alojamiento turístico.**

Analizando la variable “**tamaño del grupo de viaje**”, el 75% de los informantes declararon viajar en grupos de hasta dos personas (percentil 75), el 10% declaró un tamaño de grupo de viaje mayor a 4, mientras que un 1% declaró formar parte de un grupo de viaje mayor a 52 personas y el grupo más grande declarado es de 200 personas (entendido como un error de ingreso).

Por un lado, en la Tabla 7 se observan las medidas de estadística descriptiva para la variable tamaño del grupo de viaje declarado.

**Tabla 7 Tamaño de grupo declarado por los asistentes turistas a reuniones de la agrupación C&C. Medidas descriptivas. Año 2019.**

<i>Tamaño grupo</i>	
Registros	4.470
Media (promedio)	3
Desviación estándar	10
Varianza de la muestra	93
Mínimo	1
Máximo	200
Percentil 25	1
Percentil 50	1
Percentil 75	2
Percentil 90	4
Percentil 98	31
Percentil 99	52

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

Por otro lado, al visualizar más en detalle el rango de respuestas brindadas por los informantes para el caso que el tamaño de grupo sea menor a 31 (percentil 98), se presenta la Tabla 8 de distribución de frecuencias absolutas y relativas acumuladas:

**Tabla 8 Turistas asistentes a reuniones de la agrupación C&C según el tamaño de grupo declarado. Tabla de frecuencias. Año 2019.**

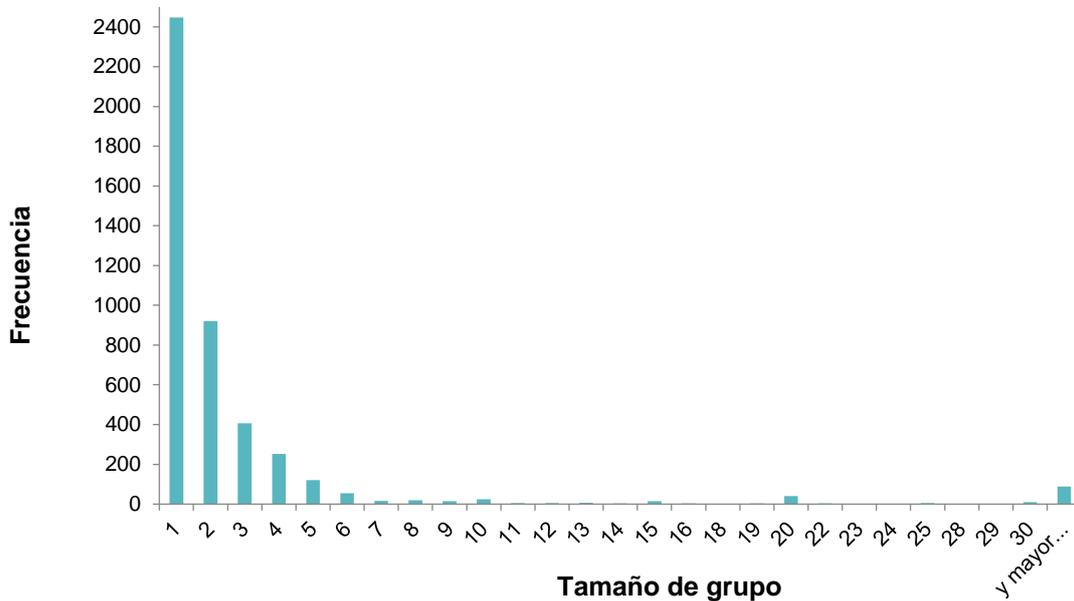
TAMAÑO GRUPO	FRECUENCIA	EN % DEL TOTAL	EN % DEL TOTAL ACUMULADO
1	2447	55,85	55,85
2	921	21,02	76,88
3	407	9,29	86,17
4	252	5,75	91,92
5	120	2,74	94,66
6	55	1,26	95,91
7	17	0,39	96,30
8	19	0,43	96,74
9	14	0,32	97,06
10	25	0,57	97,63
11	5	0,11	97,74
12	5	0,11	97,85
13	6	0,14	97,99
14	3	0,07	98,06
15	15	0,34	98,40
16	3	0,07	98,47
18	1	0,02	98,49
19	3	0,07	98,56
20	40	0,91	99,48
22	3	0,07	99,54
23	2	0,05	99,59
24	1	0,02	99,61
25	5	0,11	99,73
28	1	0,02	99,75
29	1	0,02	99,77
30	10	0,23	100,00
<b>Total</b>	<b>4381</b>	<b>100</b>	

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

Si bien, se observa que el 55,85% de los turistas asistentes declaran viajar solos, el 95,91% declara hacerlo en grupos de hasta 6 personas. Los demás grupos declarados que se observan con un tamaño de 7 o más personas, es poco razonable y puede que el informante no haya comprendido la pregunta o bien haya considerado a todo el contingente con el que viajó, no necesariamente con el que compartió el presupuesto de viaje. A partir de esto, se puede deducir que el resto de las respuestas (4,09%) puede estar influyendo de manera negativa en el cálculo del gasto diario per cápita (que se analizará más adelante) al generar valores inconsistentes. Al mismo tiempo, ocurre que al preguntar por el monto del gasto total de todo el grupo de viaje, no resulta probable que el informante se acuerde o sepa el gasto en el que incurre cada uno de los miembros del grupo, en especial si no son parte de una misma familia (por ejemplo: colegas, amigos u otro vínculo).

A continuación, también se presenta un gráfico de listones (Ilustración 9), para poder visualizar de mejor manera, ordenadamente y de fácil lectura, el rango de respuestas reportadas por los informantes para el caso que el tamaño de grupo sea menor a 31 (percentil 98).

**Ilustración 9 Turistas asistentes a reuniones de la agrupación C&C según el tamaño de grupo declarado. Distribución de frecuencias absolutas. Año 2019.**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

Por otra parte, al analizar las **pernoctaciones declaradas por grupo de viaje** en relación con todo el recorrido del viaje, el 25% de los informantes (percentil 25) declararon haber pernoctado dos noches o menos, la mitad (percentil 50) declaró pasar 3 noches o menos y el 75% de los entrevistados (percentil 75) dijo de haber pernoctado 4 noches o menos, mientras que un 10% declaró haber pernoctado más de 5 noches, y un 1% dijo haber pasado más de 9 noches. Se observa que la mayor cantidad de noches declaradas es de 365 (un año), con lo cual se lo entiende como un error de ingreso o una incomprensión en la pregunta por parte del informante o bien del encuestador a la hora de plasmar la respuesta del entrevistado.

En la Tabla 9 se observan las medidas de estadística descriptiva para la variable cantidad de noches declaradas.

**Tabla 9 Noches declaradas por los asistentes turistas a reuniones de la agrupación C&C. Medidas descriptivas. Año 2019.**

<b>Noches</b>	
Registros	4470
Media (promedio)	3,51
Desviación estándar	8
Varianza de la muestra	61
Mínimo	1
Máximo	365
Percentil 10	1
Percentil 25	2
Percentil 50	3
Percentil 75	4
Percentil 90	5
Percentil 98	7
Percentil 99	9

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

Para visualizar el rango de respuestas reportadas por los informantes, se presenta la Tabla 10, acompañado por la Ilustración 10, que muestran la distribución de frecuencias absolutas y relativas acumuladas para el caso de las pernoctaciones.

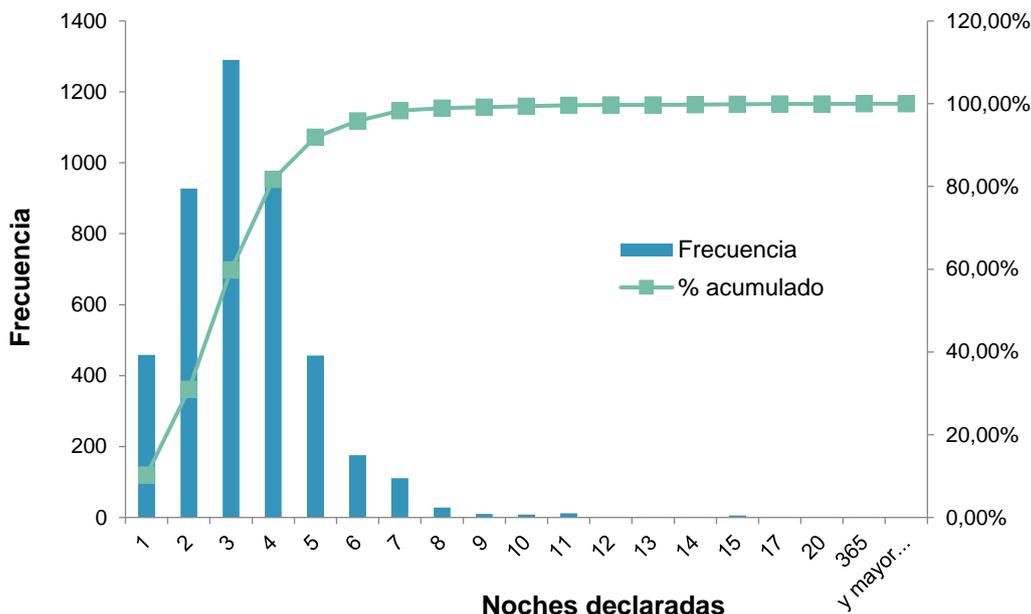
**Tabla 10 Turistas asistentes a reuniones de la agrupación C&C según cantidad de noches declaradas. Tabla de frecuencias. Año 2019.**

<b>NOCHES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>EN % DEL TOTAL</b>	<b>EN % DEL TOTAL ACUMULADO</b>
1	458	10,25	10,25
2	927	20,74	30,98
3	1290	28,86	59,84
4	977	21,86	81,70
5	457	10,22	91,92
6	176	3,94	95,86
7	111	2,48	98,34
8	28	0,63	98,97
9	10	0,22	99,19
10	8	0,18	99,37
11	12	0,27	99,64
12	2	0,04	99,69
13	1	0,02	99,71
14	2	0,04	99,75
15	6	0,13	99,89
17	1	0,02	99,91
20	2	0,04	99,96
365	2	0,04	100,00
<b>Total</b>	<b>4470</b>	<b>100</b>	

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

Se observa que el 59,84% de los turistas asistentes declaran pernoctar 3 noches o menos durante su viaje, el 91,92% declara pernoctes igual o menor a 5 noches, y el 98,34% 7 noches o menos en el destino sede.

**Ilustración 10 Turistas asistentes a reuniones de la agrupación C&C según cantidad de noches declaradas. Distribución de frecuencias absolutas y relativas. Año 2019.**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

Al considerar el gasto total del grupo de viaje declarado junto con las pernoctaciones declaradas, se puede obtener el **gasto diario per cápita** para cada informante, mediante el siguiente cálculo:

$$\text{Gasto diario per cápita} = \frac{\text{Gasto total declarado por el grupo de viaje}}{\text{Tamaño del grupo de viaje} \times \text{pernoctaciones}}$$

El 3,9% declaró haber gastado 0 pesos, lo que significa una “no respuesta”. Por otro lado, el gasto diario per cápita máximo reportado fue de \$ 173.465, lo cual constituye una inconsistencia, en este caso por un error en el ingreso de un componente del gasto, pero también puede darse por el relevamiento de un ítem que no corresponde al objeto de estudio (por ejemplo, compra de una herramienta, máquina o un inmueble).

Exceptuando las “no respuestas”, un 8% declara haber gastado menos de \$ 921 diarios por persona y un 10%, menos de \$ 1.232. Teniendo en cuenta los valores para el año 2019, como primer análisis estas cifras no resultan razonables para cubrir los gastos básicos diarios de alojamiento y alimentación. En la Tabla 11 se muestran las principales medidas descriptivas para la variable de gasto diario por persona.

**Tabla 11 Gasto diario per cápita de los asistentes turistas a reuniones de la agrupación C&C. Medidas descriptivas. Año 2019.**

<i>Gasto diario per cápita</i>	
Registros	4.470
Media (promedio)	5.166
Desviación estándar	5.234
Varianza de la muestra	27.397.020
Mínimo	0
Máximo	173.465
Percentil 1	0
Percentil 5	27
Percentil 8	921
Percentil 10	1.232
Percentil 25	2.638
Percentil 50	4.180
Percentil 75	6.643
Percentil 90	9.459
Percentil 98	17.431
Percentil 99	22.334

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

En congruencia con los resultados del análisis de la variable gasto diario per cápita del 2018 presentado en el trabajo de Singerman (2021), se observa que los resultados obtenidos del análisis de la misma variable para el año 2019 presentan un comportamiento semejante. La variable también refleja una distribución que se puede considerar continua y, aunque hay respuestas que son un poco ilógicas para el objetivo de la medición (las cuales se encuentran reflejadas en los percentiles más extremos), establecer “valores de corte” para que un determinado fragmento contenga las respuestas válidas no es una decisión fácil y está condicionada por la subjetividad del analista.

Siguiendo con esta lógica, podría considerarse -de manera razonable- que el límite inferior por día por persona es de \$ 2.000, o de \$ 2.500, mientras que el límite superior podría ser de \$ 10.000 o \$ 15.000. El OETR, actualmente, para establecer una regla objetiva de corte considera los percentiles 2 y 98 de la variable, aunque pueden predominar los problemas que se derivan de una respuesta inconsistente (por ejemplo, al considerar un valor máximo demasiado alto o un valor mínimo demasiado bajo para los precios vigentes de bienes y servicios).

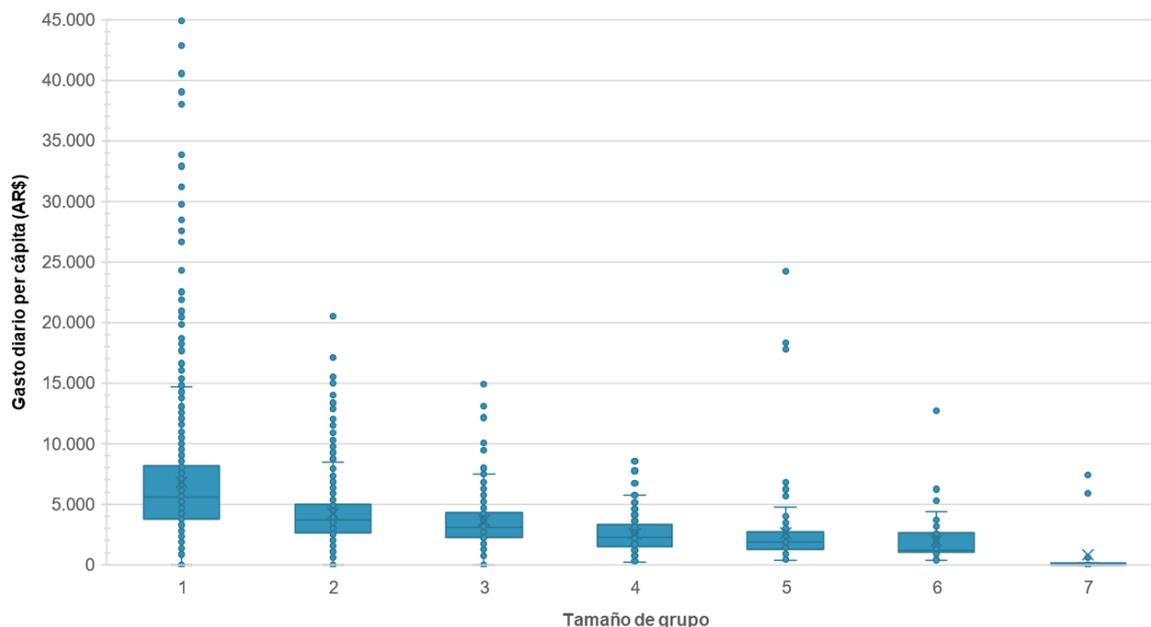
En relación con las “no respuestas” observadas en la variable de gasto analizada anteriormente, existen varias razones por las que el informante no proporciona la información solicitada, entre las que se encuentran el desconocimiento sobre la utilidad de la información recolectada en la encuesta, aburrimiento o agotamiento al responder las preguntas de la encuesta (sobre todo al llegar a la pregunta del gasto, que para el caso de este estudio de demanda se encuentra al final del cuestionario), vergüenza, omisión involuntaria o simplemente el no querer responder temas que pueden ser sensibles para él, de acuerdo tanto con el conocimiento obtenido durante el trabajo diario realizado con los referentes técnicos y encuestadores, el *Documento Metodológico* (OETR, 2018) y Singerman (2021). La existencia de estas situaciones conlleva a que se encuentren encuestas con valores de respuestas faltantes en ciertas preguntas. Esta ausencia de datos para algunas variables es frecuente en las encuestas y puede afectar a una o más variables, asimismo pueden existir datos anormales o poco probables.

En este sentido, la *imputación* es el procedimiento por el cual los valores faltantes de una o más variables se sustituyen, es decir, se completan con “sustitutos” (OETR, 2018; Singerman, 2021). Estos valores imputados por definición son artificiales, pueden ser contruidos de muchos modos y contienen un error, aunque en esta oportunidad no se profundizará sobre este tema ya que no es el objetivo de este trabajo. Este error de imputación es semejante al error de medición (como cuando un informante otorga un valor erróneo en algún ítem del cuestionario), lo que significa que el valor guardado en la base de datos no es el valor real, excepto en casos excepcionales, pero a diferencia del error de medición, este tipo de error ocurre por construcción, dado que el analista ingresa valores que de antemano se sabe que son más o menos erróneos.

La **imputación de datos** es un método viable para corregir la “no respuesta” parcial, siempre teniendo en cuenta que, luego de la imputación, los datos deben alcanzar resultados consistentes con los hechos que busca estudiar la encuesta, lo cual posibilita que los resultados surgidos de la encuesta sean coherentes entre sí para un cierto período y de esta manera se disminuyan posibles sesgos por observaciones que presentan “no respuesta”, según el OETR (2018) y Singerman (2021). Si bien algunos especialistas son escépticos respecto a los métodos de imputación, no hay evidencia estadística sólida que indique que la imputación causa más daño a las estimaciones que otros pasos en el proceso de generación de información estadística (Särndall et al., 1992).

Por otra parte, extendiendo el ejercicio de Singerman (2021) y observando la distribución de los valores de **gasto diario per cápita según el tamaño del grupo**, representado por el gráfico a continuación (Ilustración 11) para el cual se consideraron los grupos de viaje integrados entre 1 y 7 personas por una cuestión de practicidad para el análisis, se visualiza cómo el rango de gasto por persona va disminuyendo a medida que el tamaño del grupo de viaje es mayor. Esto responde a la existencia de economías de escala o escalas de equivalencia, concepto que se encuentra implícito en la definición de grupo de viaje de la OMT (2010), lo que implica, como tendencia, que a mayor tamaño del grupo de viaje será menor el gasto per cápita. Esto se relaciona, fundamentalmente, con la reducción del gasto per cápita en transporte (el gasto total de viajar en un automóvil particular es el mismo cuando viajan una o tres personas, pero el costo per cápita cae a un tercio en el segundo caso) y en alojamiento (el costo per cápita de una unidad o habitación disminuye a medida que aumenta la cantidad de ocupantes), pero también con pautas de consumo que pueden verse modificadas de acuerdo con el tamaño y la composición del grupo.

**Ilustración 11 Gasto diario per cápita de los turistas asistentes a reuniones de la agrupación C&C según tamaño de grupo. Diagrama de caja. Año 2019.**

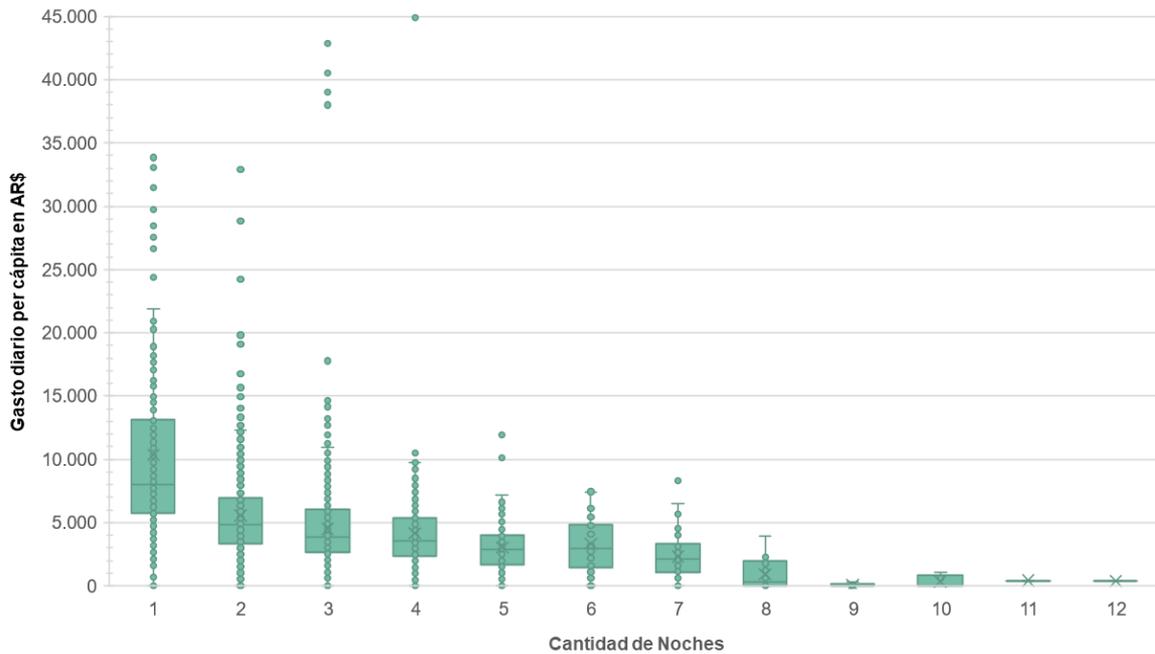


Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

Profundizando el ejercicio, y considerando ahora la variable cantidad de noches, se analizó la distribución del **gasto diario per cápita según las pernoctaciones**, proyectado para turistas nacionales por un lado y turistas extranjeros por otro, presentado también a través de diagramas de caja, permitiendo identificar además valores extremos.

En primer lugar, en la Ilustración 12 se puede observar la distribución para los turistas nacionales, donde se destaca que el gasto por persona en pernoctes de una sola noche tiene una distribución hacia valores más altos y más dispersión respecto al 50% central de los datos, que los pernoctes mayores a un día. Al mismo tiempo, existe también más dispersión en los pernoctes de 2, 3 y hasta 4 noches, con gastos muy altos, pero el 50% central está mucho más compacto que los pernoctes de 1 noche, como se mencionó anteriormente. Se visualiza también cómo el rango de gasto por persona va disminuyendo a medida que la cantidad de noches es mayor, llegando hasta 5 noches, y luego en la sexta noche crece levemente hasta disminuir en la octava noche.

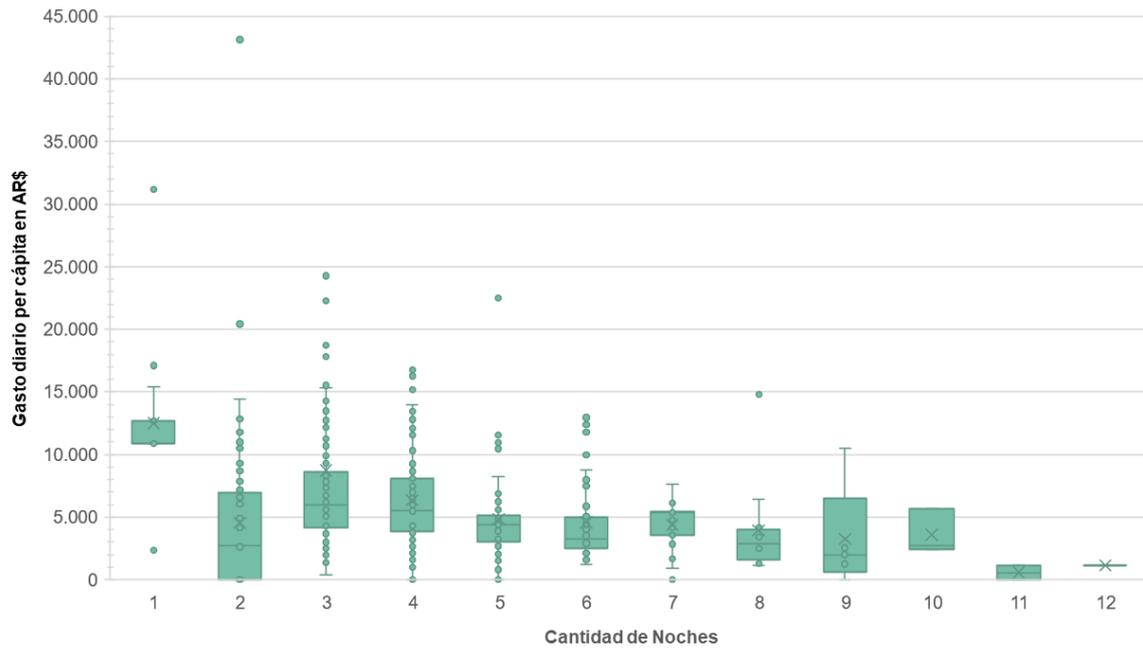
**Ilustración 12 Gasto diario per cápita de los turistas nacionales asistentes a reuniones de la agrupación C&C según cantidad de noches. Diagrama de caja. Año 2019.**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

En segundo lugar, al observar cómo se distribuye el gasto diario per cápita para los turistas extranjeros según cantidad de noches (Ilustración 13), a nivel general se evidencia una distribución bastante heterogénea en relación con el gráfico anterior. Se observa que para los pernoctes de una sola noche hay una distribución compactada sobre valores más altos que los pernoctes mayores a un día, respecto al 50% central de los datos. Esto podría explicarse porque al tratarse de turistas extranjeros, las duraciones de sus estadías generalmente suelen ser un poco más extensas que las de un turista nacional, dado lo que puede implicar en sí un viaje de cruce de fronteras, por lo que aprovechan la visita al país para conocer otros lugares y de esta manera hacer valer el viaje.

**Ilustración 13 Gasto diario per cápita de los turistas extranjeros asistentes a reuniones de la agrupación C&C según cantidad de noches. Diagrama de caja. Año 2019.**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

Al analizar de manera más detallada la **variable de gasto diario per cápita**, especialmente para los ítems de **alojamiento y alimentación**, se obtienen las medidas descriptivas y las distribuciones que se presentarán a continuación.

Para el caso del ítem de **alojamiento**, el 12,6% declaró haber gastado 0 pesos, lo que significa una “no respuesta”. El gasto diario per cápita máximo observado fue de \$24.265, lo cual constituye una cifra bastante alta comparada con el valor promedio estimado en 2019, por lo cual se lo puede considerar como una inconsistencia.

Dejando de lado las “no respuestas”, un 20% declara haber gastado menos de \$500 diarios en alojamiento por persona. Teniendo en cuenta los valores para el año 2019, como primer análisis estas cifras no resultan razonables para cubrir los gastos diarios de alojamiento, considerando además que el gasto diario por persona en alojamiento representa aproximadamente el 50% del gasto diario total por persona, tomando los valores promedios. En la Tabla 12 se muestran las principales medidas descriptivas para la variable de gasto diario por persona en alojamiento.

**Tabla 12 Gasto diario per cápita en alojamiento de los asistentes turistas a reuniones de la agrupación C&C. Medidas descriptivas. Año 2019.**

<b>Gasto diario en alojamiento per cápita</b>	
Registros	4.470
Media (promedio)	1.792
Desviación estándar	1.856
Varianza de la muestra	3.443.989
Mínimo	0
Máximo	24.265
Percentil 10	0
Percentil 15	333
Percentil 20	500
Percentil 25	657
Percentil 50	1.299
Percentil 75	2.344
Percentil 90	4.348
Percentil 98	5.978
Percentil 99	7.798

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

Para visualizar más en detalle los valores del **gasto diario per cápita en alojamiento**, se presenta la Tabla 13 que muestra la distribución de valores promedios para el gasto diario per cápita en alojamiento según tipo de alojamiento y la distribución de frecuencias absolutas, de acuerdo con las respuestas reportadas por los informantes, a modo de poder tener un panorama más amplio. Sin embargo, se recuerda que la media (es decir, el promedio) es una medida muy sensible a la presencia de datos extremos, haciendo que, en el caso del gasto, tome una tendencia hacia los valores más altos. Por ello, más adelante se lo representa mediante un diagrama de caja, lo cual permite identificar este tipo de valores.

**Tabla 13 Gasto promedio diario per cápita en alojamiento de los turistas asistentes a reuniones de C&C y frecuencias según tipo de alojamiento declarado. Año 2019.**

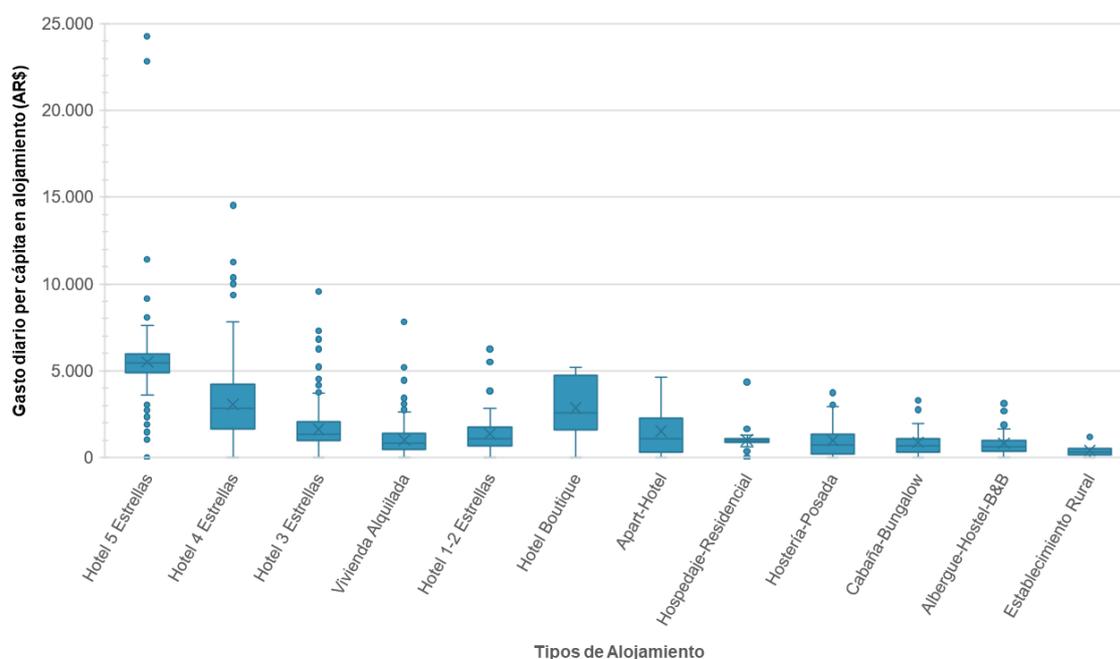
<b>Tipo de Alojamiento</b>	<b>Gasto promedio diario per cápita en alojamiento (AR\$)</b>	<b>Frecuencia</b>
Hotel 5 Estrellas	5514,1	204
Hotel 4 Estrellas	3052,7	859
Hotel Boutique	2869,0	29
Hotel 3 Estrellas	1631,5	1317
Aparthotel	1508,6	290
Hotel 1-2 Estrellas	1358,5	448
Vivienda Alquilada	1010,2	471
Hospedaje-Residencial	1007,3	93
Hostería-Posada	977,4	117
Cabaña-Bungalow	880,9	39
Albergue-Hostel-B&B	819,7	323
Establecimiento Rural	420,4	7
Otra	0,0	229
Ns/Nc	0,0	44
<b>Total</b>	<b>1792,2</b>	<b>4470</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

Siguiendo con la extensión del ejercicio presentado en el trabajo de Singerman (2021), para poder visualizar de mejor manera cómo se distribuyen los valores de gasto diario

en alojamiento por persona, en el siguiente gráfico se representa la distribución de la variable gasto diario en alojamiento per cápita de acuerdo con el tipo de alojamiento declarado mediante un diagrama de caja (Ilustración 14).

**Ilustración 14 Gasto diario per cápita en alojamiento de los turistas asistentes a reuniones de la agrupación C&C según tipo de alojamiento. Diagrama de caja. Año 2019.**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

Se puede observar cómo los hoteles boutique, hoteles 4 estrellas y aparthoteles tienen una distribución hacia valores más altos y más dispersión que los hoteles 5 estrellas respecto al 50% central de los datos. A su vez, se observa más dispersión en los hoteles 5 estrellas, con gastos muy bajos a muy altos, pero el 50% central está muy compacto, a diferencia de los hoteles boutique y aparthoteles donde el 50% central hay más dispersión. Además en el caso de los hoteles 5 estrellas se observan los casos más extremos con valores por encima de los \$20.000.

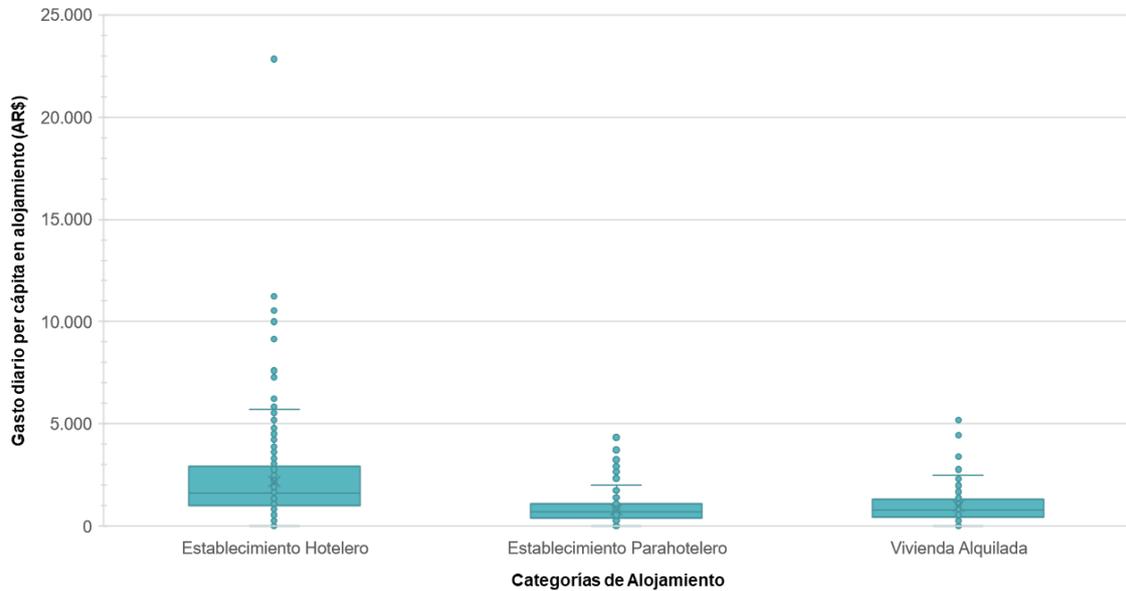
Analizando más en detalle, considerando los tipos de alojamiento que toma en cuenta el OETR, se podría pensar en su reclasificación para poder simplificar el análisis. De esta manera, tomando de referencia la categorización que realiza la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), se realizó un análisis reclasificando a cada uno de los tipos de alojamiento en las siguientes categorías:

- **Establecimientos hoteleros:** son aquellos categorizados como hoteles 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas, aparthoteles y hoteles boutique.
- **Establecimientos parahoteleros:** incluyen hosterías, posadas, hospedajes residenciales, cabañas, bungalows, albergues, hostel, bed & breakfast, establecimientos rurales, hoteles sindicales, y otro tipo de alojamientos.
- **Vivienda alquilada.**
- **Vivienda propia, de familiares o amigos.**

En este sentido, tomando en cuenta nuevamente el **gasto diario por persona en alojamiento**, ahora analizándolo **según categoría de alojamiento**, se presentan dos

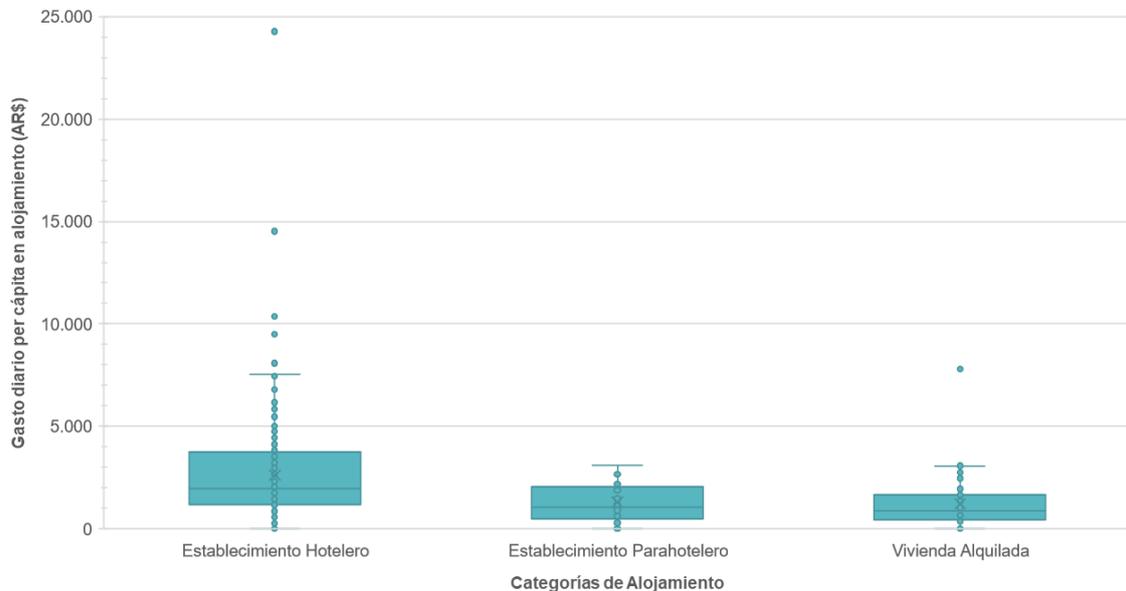
diagramas de caja, uno proyectado con turistas nacionales y el otro con turistas extranjeros.

**Ilustración 15 Gasto diario per cápita en alojamiento de los turistas nacionales asistentes a reuniones de C&C según categoría de alojamiento. Diagrama de caja. Año 2019.**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

**Ilustración 16 Gasto diario per cápita en alojamiento de los turistas extranjeros asistentes a reuniones de C&C según categoría de alojamiento. Diagrama de caja. Año 2019.**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

Observando ambos gráficos, a simple vista se destaca que en los establecimientos hoteleros hay más dispersión en el gasto que en los parahoteleros y viviendas alquiladas, y además es mucho menor el gasto en estas dos últimas categorías. En

otras palabras, para los establecimientos parahoteleros y viviendas alquiladas, la distribución esta corrida hacia valores más bajos y esto es más marcado para los nacionales que para los extranjeros.

Por último, para el caso del ítem de **alimentación**, el 7,1% declaró haber gastado 0 pesos, lo que significa una “no respuesta”. El gasto diario per cápita máximo observado fue de \$ 4.444, lo cual constituye una cifra considerablemente alta comparada con el valor promedio estimado en 2019, por lo cual se lo puede considerar como una inconsistencia.

Exceptuando las “no respuestas”, un 10% declara haber gastado menos de \$ 107 diarios en alimentación por persona. Teniendo en cuenta los valores para el año 2019, como primer análisis estas cifras no resultan razonables para cubrir los gastos diarios de alimentación. En la Tabla 14 se muestran las principales medidas descriptivas para la variable de gasto diario por persona en alimentos.

**Tabla 14 Gasto diario per cápita en alimentación de los asistentes turistas a reuniones de la agrupación C&C. Medidas descriptivas. Año 2019.**

<b>Gasto diario per cápita en alimentación</b>	
Registros	4.470
Media (promedio)	510
Desviación estándar	471
Varianza de la muestra	221.668
Mínimo	0
Máximo	4.444
Percentil 1	0
Percentil 10	107
Percentil 25	273
Percentil 50	424
Percentil 75	625
Percentil 90	870
Percentil 98	1.936
Percentil 99	2.963

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

### 3.3. Aportes para mejorar la estimación del gasto turístico

El OETR, como ya se mencionó anteriormente, cuenta con un sistema de carga de eventos a nivel nacional, el Calendario de Reuniones, cuya importancia es esencial ya que, en base a los objetivos del Observatorio y de la encuesta que se lleva a cabo, es el insumo necesario para poder dar sentido a los visitantes que asisten a las reuniones y que se desean caracterizar a partir de los resultados que se obtienen.

En este sentido, de acuerdo con Singerman (2021), es importante destacar que no todas las entidades públicas o privadas que se encargan de generar información cuentan -o pueden contar- con un sistema conforme a las necesidades de la encuesta que llevan a cabo. En el caso del OETR, el hecho de que pueda contar con una estructura de carga de eventos representa un gran avance respecto a la rigurosidad y calidad metodológica que se debe tener al llevar adelante una encuesta.

El **punto primordial en toda encuesta** radica en la **definición de los objetivos**. Esto permite reconocer el alcance o validez de la representatividad de los resultados una vez finalizada la encuesta. En el caso del OETR, el objetivo consiste en conocer el

perfil y las conductas de gasto de los visitantes asistentes a las reuniones, preferentemente al finalizar su estadía en el destino sede de la reunión.

Al mismo tiempo, en un cuestionario se debe distinguir entre la pregunta de investigación y las preguntas específicas a los encuestados con las que se busca dar respuesta a la pregunta de investigación. Para el caso del OETR la pregunta de investigación es: ¿cuál es el impacto económico del turismo de reuniones?, mientras que la pregunta específica destinada a los encuestados, ¿cuáles son los gastos y montos que realizará durante todo su viaje en la Argentina?

En este sentido, es la pregunta de investigación la que define el objetivo del estudio y es el parámetro de referencia para decidir qué preguntas específicas van a incluirse en el cuestionario, pero la pregunta de investigación generalmente es muy amplia y puede incluir conceptos abstractos (por ejemplo, impacto económico) que no siempre son comprendidos por los informantes.

Por otro lado, considerando el apartado y análisis anterior, se corrobora que los resultados coinciden y presentan congruencia con los obtenidos en el trabajo de Singerman (2021), desprendiéndose principalmente que la relación entre el tamaño del grupo de viaje y el gasto declarado refleja inconsistencia, dada por la falta de comprensión por parte del informante del concepto de grupo de viaje, de la incomodidad al momento de la entrevista para realizar cálculos precisos o recordar el gasto del grupo de viaje, o por vergüenza o desconfianza.

A partir de esto, también se puede determinar que al implementar la metodología y recomendaciones que propone la OMT, surgen dificultades y problemas operativos, principalmente en la operacionalización de los conceptos “tamaño del grupo de viaje” y “gasto del grupo de viaje”, siendo el motivo de muchas incongruencias que no se pueden salvar al momento de hacer el análisis y el procesamiento de los datos en gabinete. Por ello, el analista tiene que tomar determinadas decisiones, ya sea para excluir esos datos inconsistentes o “corregirlos” en el caso de que sea posible, entre ellas: cómo considerar la “no respuesta”, cómo realizar las imputaciones y cómo establecer los valores de corte para que un rango contemple las respuestas válidas.

A partir de todo lo expresado anteriormente y **considerando el actual cuestionario del Estudio de Demanda del OETR** mencionado en la sección 3.1.2, es posible asegurar lo siguiente:

- Las **encuestas son anónimas y confidenciales**, los datos que brinde el informante están protegidos por el secreto estadístico (Ley 17.622), por lo cual los encuestados no están expuestos y la privacidad está asegurada.
- Cabe resaltar el **concepto de grupo de viaje**, que puede **resultar un poco confuso** para los informantes. Por ello, en el cuestionario se pregunta: ¿Cuántas personas realizan este viaje? Cuéntese Ud. y todas aquellas personas que comparten un mismo presupuesto de viaje. Como se mencionó con anterioridad, la principal dificultad con este concepto es que los informantes logren interpretar que un mismo presupuesto incluye especialmente gastos de alojamiento y alimentación. Un contingente que se traslada en colectivo o combi al destino sede y sus miembros compartieron gastos de transporte, no constituye un grupo de viaje. Durante la estadía debe existir un vínculo sostenido entre los integrantes del grupo en relación con las decisiones habituales sobre el viaje y los gastos compartidos.

### Ilustración 17 Pregunta del Grupo de Viaje del formulario en papel del Estudio de Demanda del OETR

6. ¿Cuántas personas realizan este viaje? Cuéntese Ud. y todas aquellas personas que comparten un mismo presupuesto de viaje

Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

- El **período que se toma de referencia** para la medición del turismo de reuniones (es decir, la duración de la estadía en el destino sede) tiene el inconveniente de no haber terminado al momento de la entrevista, el cual se produce en el entorno de un evento. Generalmente, los informantes son encuestados durante el desarrollo de su estadía, por lo que sus respuestas referidas a las actividades y gastos realizados también deben interpretarse como “planeados”. Ligado a ello, puede existir un sesgo en la respuesta, por ejemplo: declarar las actividades que desean o tienen pensado realizar en vez de las que efectivamente terminan realizando, o subestimar el monto de los gastos efectuados.
- Excepto la pregunta relacionada al gasto, **el cuestionario no posee preguntas específicamente intimidantes**. Esta pregunta se ubica al final del cuestionario, por lo que resulta apropiado en el sentido que, si el informante se sintiera incómodo y quisiera finalizar la entrevista, ya habría sido recabada la información del resto de las preguntas que también son de interés.
- Las recomendaciones efectuadas tanto por la OMT como por el *Proyecto de Fortalecimiento de la Generación de Estadísticas de Turismo en las Provincias del Consejo Federal de Turismo* coinciden en **indagar el gasto por ítem**. La lectura de cada uno de los ítems de gasto puede hacer de ayudamemoria para el informante. En línea con esto, el OETR ha desagregado todavía más los ítems de gasto en función de la experiencia que fue adquiriendo desde 2010, cuando inició sus actividades. A continuación, se presenta una imagen de la pregunta tal como está formulada en el cuestionario:

**Ilustración 18** Pregunta del Gasto del formulario en papel del Estudio de Demanda del OETR

**21. ¿Cuáles son los montos de los gastos que realizará durante todo su viaje en la Argentina? (Refiere a los gastos del grupo de viaje en su conjunto para toda la estadía)**

Concepto	Gto Total	Gto Diario	Ns/Nc	Moneda
Pasajes internacionales .....			<input type="checkbox"/>	.....
Pasajes nacionales .....			<input type="checkbox"/>	.....
Nafta y peaje .....			<input type="checkbox"/>	.....
Alquiler de auto .....			<input type="checkbox"/>	.....
Transporte público local .....			<input type="checkbox"/>	.....
Alojamiento .....			<input type="checkbox"/>	.....
Alimentación .....			<input type="checkbox"/>	.....
Excursiones/Actividades .....			<input type="checkbox"/>	.....
Compras .....			<input type="checkbox"/>	.....
Compras para el negocio.....			<input type="checkbox"/>	.....
Inscripción .....			<input type="checkbox"/>	.....
Otro .....				.....
¿cuál?.....				.....
Total .....			<input type="checkbox"/>	.....

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

Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

- Todas las **preguntas del cuestionario están alineadas con las preguntas de investigación del Estudio de Demanda**: ¿Cuál es el impacto económico del turismo de reuniones? y ¿Cómo es el perfil de estos visitantes? El cuestionario contiene preguntas para identificar a los visitantes de acuerdo con su lugar de residencia habitual (partiendo de las recomendaciones de la OMT y las definiciones de INDEC) y también, se realizan preguntas que están relacionadas con la del gasto y que deben reflejar cierta consistencia (esto es, las preguntas sobre el tamaño del grupo de viaje, estadía, tipo de alojamiento, actividades y compras realizadas, con la pregunta del gasto). Por ejemplo, cuando el informante declara estar alojado en un Hotel 5 Estrellas y tiene un gasto en alojamiento de solo \$1000, se puede deducir que en ese caso una de las dos partes está errada, o bien no se alojó en esa categoría de hotel o hay un error en el monto del gasto. Además, se incluyen preguntas sobre la forma de organización del viaje, el medio de información por el cual el asistente visitante se enteró de la reunión, el medio de transporte utilizado para llegar al destino sede, la valoración de dicho destino, la frecuencia de visita al destino, su voluntad de retorno y el motivo del viaje de retorno.

Teniendo en cuenta las consideraciones realizadas y el objetivo de este trabajo, a continuación se presentan algunas **propuestas que buscan**, por un lado, **reducir la malinterpretación de determinadas preguntas** por parte de los informantes (sobre todo la referida al concepto de grupo de viaje) y poder así **aumentar la precisión de la información referida a gasto turístico** brindada, y por otro **mejorar las estimaciones del gasto turístico**.

En primer lugar y de manera concreta, partiendo de la propuesta de Singerman (2021) -y tomándola como referencia- acerca de la incorporación de un bloque de preguntas

en el cuestionario para identificar con mayor precisión el grupo de viaje y su tamaño<sup>33</sup>, se presenta **una propuesta ajustada para implementar esa serie de preguntas**. Esta propuesta presenta ajustes en algunas preguntas que permitirían operativizar de mejor manera y más fácilmente el concepto de grupo de viaje, las cuales deberían estar orientadas a indagar por individuo (no por el grupo de viaje como se pregunta actualmente) y los gastos que ha compartido, para así poder conocer específicamente cómo está conformado el grupo.

Estas preguntas ajustadas se ubicarían inmediatamente después de la **pregunta referida al tamaño del grupo de viaje**, la cual quedaría modificada y expresada de esta forma: ¿Cuántas personas realizan este viaje? Cuéntese Ud. y todas aquellas personas que comparten gastos de viaje. Nota: En caso de que la persona responda que viaja sola (la respuesta se computaría como "1"), no se habilitaría el bloque de preguntas referidas a los gastos compartidos, sino que se saltaría.

Siguiendo esta línea, las preguntas con los ajustes implementados, presentadas en formato de bloque (no en una única pregunta), y que apunten a identificar el grupo de viaje y su tamaño, son las siguientes:

- En este viaje, ¿con cuántas personas ha compartido los gastos de transporte desde su lugar de residencia habitual hasta el destino sede de la reunión? (en caso de que no haya compartido gastos con otra persona, se considera 0 "cero") Nota: Los gastos en compras de pasajes para transporte de uso público (terrestre, aéreo) se consideran compartidos si los fondos se obtuvieron del mismo grupo familiar.
- ¿Con cuántas personas ha compartido gasto en alojamiento? (en caso de que no haya compartido gastos con otra persona, se considera 0 "cero")
- ¿Con cuántas personas ha compartido gastos en alimentación? (en caso de que no haya compartido gastos con otra persona, se considera 0 "cero")
- ¿Con cuántas personas ha compartido gastos en actividades y excursiones, compras, excursiones, e inscripción al evento? (en caso de que no haya compartido gastos con otra persona, se considera 0 "cero")

En este sentido, se diferencia con la propuesta de Singerman, por lo siguiente:

1. Se presenta un ajuste en la redacción de la pregunta sobre el tamaño de grupo de viaje y el bloque de preguntas propuesto solo se habilitaría si la respuesta del informante es igual o mayor a 2.
2. Al habilitarse el bloque de preguntas, para cada ítem de gasto compartido por el que se quiere preguntar (transporte, alojamiento, alimentación y actividades/excursiones/etc.), se lo simplifica en una sola pregunta, en lugar de realizar dos preguntas como se presenta en el trabajo de Singerman (primeramente mediante una pregunta cerrada se verifica si el informante comparte gastos con otra/s persona/s y luego, en caso de que sea afirmativo, se le pregunta con cuántas).

<sup>33</sup> Bloque de preguntas propuesta en el trabajo de Singerman (2021, p. 76):

- ¿En este viaje, compartió con otras personas los gastos de transporte desde su lugar de residencia habitual hasta el destino sede de la reunión? SI/NO En caso afirmativo, ¿con cuántas personas? Nota: la compra el boleto de colectivo, combi, charter o avión no cuenta como gasto compartido a menos que los fondos se obtengan del mismo grupo familiar.
- ¿En este viaje, compartió con otras personas gasto de alojamiento? SI/NO En caso afirmativo, ¿con cuántas personas?
- ¿En este viaje, compartió con otras personas gasto de alimentos? SI/NO En caso afirmativo, ¿con cuántas personas?
- ¿En este viaje compartió gasto en compras, excursiones, inscripción al evento, actividades con otras personas? SI/NO en caso afirmativo, ¿con cuántas personas?

En este sentido, a partir de la combinación de las respuestas del bloque de preguntas, quedaría definida la cantidad de personas que conforman el grupo de viaje, considerando para ello aquellas que compartieron dos o más ítems de gastos. Entonces, el encuestador debe decirle al informante cómo queda conformado su grupo de viaje (es decir cuál es el tamaño) y debe recordarlo particularmente al momento de realizar la pregunta referida a los montos del gasto turístico. Esto ayudaría a disminuir las inconsistencias que surgen de las diferencias entre el tamaño del grupo de viaje y el gasto declarado, y también a ajustar de mejor manera los gastos per cápita.

Además, respecto a la **pregunta de alojamiento** en la cual el informante debe declarar el tipo de establecimiento en el que pernocta o va a pernoctar, ocurre que en ocasiones considera erróneamente el tipo de alojamiento (por ejemplo, al suponer que se está alojando en un hotel 4 estrellas, pero en realidad el hotel en el que está es de 3 estrellas, o viceversa) y eso también lleva a obtener datos erróneos, los cuales resultan inconsistentes al contrastarlos con los datos del gasto declarado en alojamiento.

### Ilustración 19 Pregunta sobre Alojamiento del formulario en papel del Estudio de Demanda del OETR

9. ¿Qué lugares visitó/visitará durante este viaje dentro de Argentina, cuántas noches y tipo de alojamiento?

Lugar	Cantidad de noches	Tipo de alojamiento
Ciudad sede		
1.....	.....	.....
2.....	.....	.....
3.....	.....	.....

**Tipo de alojamiento:**

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

Fuente: Observatorio Económico de Turismo de Reuniones (2019)

En este sentido, siguiendo con la propuesta de incorporar y/o mejorar las preguntas, en esta tesis se sugiere y se considera factible preguntar -en caso de que el informante y su grupo de viaje pernocten- por el nombre del hotel (o establecimiento) en el que se alojan o en el que se van a alojar, y así ayudaría a disminuir estas incongruencias. Esto podría implementarse, en caso de que el informante declare por lo menos una noche de alojamiento y luego de responder por el tipo de alojamiento, mediante la pregunta “¿Cuál es el nombre del establecimiento donde se aloja o va a alojarse?”. De este modo, la respuesta se ingresaría en un campo habilitado que despliegue un listado de alojamientos registrados en el destino considerado. Para ello, se sugiere también incorporar un registro sistematizado de los alojamientos registrados en los destinos en donde se realicen encuestas, en otras palabras un registro maestro de alojamientos registrados, el cual debería impactar en el sistema de la aplicación de la encuesta para que pueda visualizarse.

Como se ha mencionado con anterioridad, el OETR dispone actualmente de una aplicación para dispositivos (celulares o tablets) destinada a los encuestadores para realizar el relevamiento de los datos, que consiste básicamente en un cuestionario (el cual contiene las preguntas del cuestionario en formato en papel, respetando su mismo orden)<sup>34</sup>, por lo cual su implementación resulta ágil (a diferencia del trabajo y tiempo que antes conllevaba relevar los datos en papel y luego cargarlos al sistema).

<sup>34</sup> Presentados en Anexos.

Al mismo tiempo, en concordancia con Singerman (2021), se cuenta con la ventaja de que los referentes técnicos del OETR, dado que residen en el destino sede y pertenecen al sector de turismo de reuniones, tienen conocimiento acerca de los prestadores de servicios turísticos que operan en el destino. Esto permite que puedan tener acceso a cierta información y seguramente cuenten con referencias más precisas respecto a los valores de los servicios turísticos que se manejan en el destino, lo cual podría ayudar a detectar montos de gasto declarados que no sean razonables y que no concuerden con el tamaño del grupo.

Con relación a lo anterior, tal como propone el autor en su trabajo, se podría recurrir a los referentes técnicos para establecer ciertos valores de referencia para cada destino en cuestión, y así poder conformar un **marco de referencia en precios** que sirva como guía al momento de verificar, primeramente, las consistencias en las respuestas de las encuestas, y luego al analizar las inconsistencias en la base de datos y al realizar la imputación de datos faltantes. En concreto, este marco de referencia consistiría en elaborar una **serie de valores referenciales para el gasto en alojamiento, transporte y alimentación**, para los cuales debe establecerse un método de relevamiento de precios en cada destino de manera regular (por ejemplo, con regularidad mensual, dado el proceso inflacionario que atraviesa el país desde hace años) y sistematizado (los referentes técnicos lo deben realizar de la misma manera y buscar aproximadamente la misma canasta de bienes).

Este operativo, que implica tener valores (precios) de referencia para los tres grandes rubros del gasto turístico, está vinculada al modelo de la proporción de gasto que se presentó en el Capítulo 1.3. de este trabajo.

Particularmente, y en primer lugar, esta propuesta tiene por un lado la dificultad práctica de tener que hacer un relevamiento de precios todos los meses para poder tenerlos actualizados en un contexto inflacionario. Esto implica que cada uno de los equipos de trabajo de los diferentes destinos (que cuenten con referente técnico) releven, ya sea de manera presencial o telefónica, precios de tres servicios distintos de una serie de prestadores y los mantengan actualizados en el actual contexto económico nacional.

Segundo, ocurre que los referentes técnicos así como sus equipos de trabajo, que dependen de los organismos oficiales de turismo y/o burós tanto provinciales como locales, generalmente son reducidos y están afectados a otras áreas o tareas que no tienen que ver estrictamente con el segmento de turismo de reuniones o con el trabajo del OETR (ya sea para realizar relevamiento de datos para el Calendario de Reuniones o el Estudio de Demanda). Por lo tanto, este operativo implicaría más carga de trabajo para ellos, o bien, tener que asignar más recursos para que se puedan obtener los resultados que se esperan y así tener éxito. Esto resulta relevante en el sentido que ya de por sí hay inconvenientes para que los destinos lleven adelante el Estudio de Demanda, justamente por esta misma cuestión, por falta de recursos en las entidades, ya sea porque el equipo de trabajo está integrado por pocas personas o porque no tienen un equipo de encuestadores. Son pocos los destinos que pueden contar con un área especializada y un equipo de trabajo asignado al turismo de reuniones y al Observatorio.

Por estos motivos, si bien la implementación de la propuesta ayudaría a ganar precisión en la estimación del gasto turístico, en mi experiencia trabajando en el OETR junto con los referentes técnicos de los destinos y al haber estado en contacto diario con ellos, considero poco factible su implementación dada principalmente la gran asignación de recursos que implicaría.

Por otra parte, con el objetivo de mejorar las estimaciones del gasto turístico, específicamente con lo relacionado al cálculo, se propone en esta tesis **distinguir los**

**gastos de acuerdo con la categoría y tipo de alojamiento**, esto es, si se trata de un establecimiento hotelero, parahotelero o vivienda alquilada, dado que existe un patrón de gasto bien diferenciado entre estas categorías de alojamiento. De acuerdo con la clasificación que realiza la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y tomándola de referencia para el caso del OETR, a continuación, se recuerdan las categorías y los tipos de establecimientos que se incluyen en cada una:

- **Establecimientos hoteleros:** son aquellos categorizados como hoteles 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas, aparthoteles y hoteles boutique.
- **Establecimientos parahoteleros:** incluyen hosterías, posadas, hospedajes residenciales, cabañas, bungalows, albergues, hostel, bed & breakfast, establecimientos rurales, hoteles sindicales, y otro tipo de alojamientos.
- **Vivienda alquilada.**
- **Vivienda propia, de familiares o amigos.**

Es conveniente que el cálculo para mejorar la estimación del gasto turístico se realice por separado, proyectado por tipo de turista (nacionales y extranjeros) según categoría de alojamiento, obteniendo de esta manera un análisis segmentado. Concretamente, se propone que el gasto turístico total se estime realizando un cálculo ponderado por categoría de alojamiento según tipo de turista, fraccionando el cálculo del gasto en estas dos variables, dado que existe una correlación entre el tipo de alojamiento que utilizan los turistas y el gasto que ellos efectúan, así como su lugar de residencia (nacional o extranjero), ya que entre ellos presentan comportamientos de gasto diferentes (el turista extranjero generalmente efectúa un gasto más alto que el turista nacional).

En primer lugar, este aporte apuntaría a reducir el grado de discrecionalidad del analista para establecer valores mínimos y máximos del valor del gasto al momento de limpiar la base de datos. Tiene el objetivo de aumentar la precisión, que el analista tenga menos inconsistencias en su base y que, por lo tanto, tenga que tomar menos decisiones discrecionales. Esto se explica porque, por un lado, al dividir el análisis por categoría de alojamiento y observar cómo se comporta el gasto en esta variable, el error va a encontrarse en un menor número de registros, ya que los valores van a ser coherentes de acuerdo con la categoría de alojamiento y su distribución. En otras palabras, en vez de tomar el gasto del conjunto de datos, se separa en grupos según categoría de alojamiento y se observa si los valores de gasto son coherentes dentro de cada grupo. Por otro lado, en el caso de poder llegar a contar en algún momento con el marco de referencia en precios para la variable alojamiento, serviría para poder contrastar y determinar si los valores del gasto declarado son coherentes o no.

En segundo lugar, esta propuesta implica realizar el cálculo del gasto turístico total separando el gasto por categoría de alojamiento (siempre reflejado por tipo de turista), y obtener el gasto turístico total ponderando de acuerdo con la participación de cada categoría de alojamiento en el total de la muestra. Por ejemplo, si en la base de datos se observa que el 50% se alojó en establecimientos hoteleros, el 30% en parahoteleros y el 20% en vivienda alquilada, se calcula el gasto para cada grupo y luego se pondera el 50% de los que se alojaron en hoteles, el 30% que se alojó en parahoteleros y el 20% que pernoctó en vivienda alquilada. Eso da un promedio ponderado en función de la categoría de alojamiento. De otra manera, el cálculo alcanza a todos por igual.

En este sentido, en vez de aplicar el cálculo tal cual propone el CFT junto con el MINTUR en su *Proyecto de Fortalecimiento de la Generación de Estadísticas de Turismo en las Provincias del Consejo Federal de Turismo* (CFT, 2015a, 2015b), en el que para obtener el gasto diario por un lado se suman los gastos totales de los grupos de viaje y por otro los pernoctes totales de los grupos y luego se dividen ambos

montos, se hace ese cálculo pero para cada categoría de alojamiento (ponderado por las pernoctaciones en cada tipo de alojamiento) y después se pondera de acuerdo a la participación de cada uno de esos grupos en el total de la muestra. Para calcular el gasto final, se suman el 50% de los que se alojaron en hoteles, el 30% que se alojó en parahoteleros y el 20% que pernoctó en vivienda alquilada.

Entonces, en sentido práctico, el cálculo del gasto promedio diario per cápita considerando la categoría de alojamiento, se realizaría de la siguiente manera:

En primer lugar se calcula el gasto diario per cápita para cada una de las categorías (hotel, parahotel y vivienda alquilada) reemplazando los valores que se corresponden a cada uno de esos grupos, utilizando la fórmula a continuación:

$$\text{Gasto diario per cápita según categoría alojamiento} = \frac{\text{Gasto total declarado por el grupo de viaje}}{\text{Tamaño del grupo de viaje} \times \text{pernoctaciones}}$$

Se van a obtener entonces tres valores (uno para cada categoría de alojamiento), que luego se deben ponderar de acuerdo con el porcentaje de participación de cada una de esas categorías en el total de la muestra, para así obtener el gasto diario per cápita promedio.

$$\text{GDC}^{35} \text{ promedio} = (\text{GDC hotel} \times \% \text{ participación}) + (\text{GDC parahotel} \times \% \text{ part.}) + (\text{GDC vivienda alquilada} \times \% \text{ part.})$$

Finalmente, para calcular el gasto turístico total, se aplicaría la siguiente fórmula ya presentada en la sección 1.3.2.:

$$\text{Gasto Total} = \text{Cantidad de Turistas} \times \text{Estadía promedio} \times \text{Gasto promedio diario}$$

---

<sup>35</sup> Gasto Diario per Cápita.

## CONCLUSIONES

El propósito de esta investigación se centra en identificar los alcances y limitaciones que existen al realizar la medición del gasto turístico de la demanda en el segmento del turismo de reuniones en Argentina, abordando específicamente el caso del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones de la República Argentina (OETR).

Las dificultades identificadas en el proceso de medición del gasto turístico de la demanda para el segmento de turismo de reuniones de Argentina son resultado, en primer lugar, de la observación y el conocimiento adquirido durante mis años de trabajo en el OETR, que supusieron una primera aproximación práctica a las limitaciones existentes, y que en esta tesis se profundizan mediante un análisis más exhaustivo, detallando algunas de ellas.

El marco teórico abordado permite tomar dimensión de la importancia que cobran las estadísticas en turismo para la toma de decisiones en diferentes ámbitos (ya sea políticos, económicos, sociales, ambientales) y de la escasez aún presente en lo que respecta a bibliografía que trate desde un punto de vista operativo la estimación del gasto turístico por el lado de la demanda (y especialmente en el segmento del turismo de reuniones). Esto es, cuáles son los métodos más adecuados para su cálculo, así como el procedimiento a llevar a cabo para recopilar el dato (concretamente cómo preguntar y qué errores pueden ocurrir en el proceso), dado que la mayoría de los estudios encontrados lo hace brindando una serie de recomendaciones/sugerencias enfocadas más en el qué y no tanto en el cómo, y/o presentando los resultados estadísticos de sus investigaciones.

Se analizan los conceptos de entorno habitual, grupo de viaje y gasto turístico desde una perspectiva estadística y se ha determinado su operacionalización, obteniendo las consideraciones que se presentan a continuación.

A partir del análisis de la base de datos del año 2019 del Estudio de Demanda del OETR con el software Excel, se replica el ejercicio realizado por Singerman (2021) y se extiende para concluir que la operacionalización de los conceptos “tamaño del grupo de viaje” y “gasto del grupo de viaje” generan incongruencias que no se pueden salvar al momento de hacer el análisis y el procesamiento de los datos en gabinete. Por ello, el analista tiene que tomar determinadas decisiones, basado en su criterio subjetivo, ya sea para excluir esos datos inconsistentes o “corregirlos” en el caso de que sea posible. El analista debe definir cómo considerar la “no respuesta”, cómo realizar las imputaciones y cómo establecer los valores de corte para que un rango contemple las respuestas válidas.

Esto da cuenta de las dificultades y problemas operativos que surgen al implementar la metodología y recomendaciones que propone la OMT.

Por ello, considerando las dificultades identificadas y las oportunidades de mejora para la estimación del gasto turístico desde el enfoque de la demanda del turismo de reuniones, en la tesis se proponen y analizan soluciones operativas para disminuir la discrecionalidad del analista en la toma de esas decisiones.

Primeramente, se propone una **serie de ajustes para implementar en un bloque de preguntas relacionado a la variable tamaño del grupo de viaje**, a partir de la propuesta de Singerman (2021), y además incorporar una **pregunta relacionada a la variable alojamiento, asociada a un registro maestro de alojamientos registrados**. Respecto al primer punto, esto ayudaría a simplificar la pregunta y que el informante pueda brindar datos más precisos para de esta manera poder obtener una mejor aproximación al tamaño de grupo de viaje y al gasto turístico de dicho grupo (para que de tal manera el gasto per cápita sea razonable), y también, relacionado al segundo punto, permitiría obtener mayor precisión respecto al gasto turístico asociado al alojamiento, y en consecuencia un gasto diario por persona más exacto. Tanto una como otra no conllevaría grandes dificultades para aplicarlas.

Estos ajustes, previa evaluación con el equipo de sistemas, tendrían que impactar en la aplicación del Estudio de Demanda de tal manera que sea práctico y ágil al momento de utilizarlo. Desde ya, una vez implementado, se tendría que realizar un testeo sobre la secuencia de las preguntas y luego hacer el seguimiento correspondiente para verificar si efectivamente la tasa de inconsistencias se reduce, esto se traduciría en una prueba piloto, tal como se debe proceder según lo indica la metodología estadística y las buenas prácticas estadísticas.

En segundo lugar, se analiza la **factibilidad de implementar** la propuesta de Singerman (2021), que consiste en elaborar un **marco de referencia en precios respecto a servicios específicos que consume el visitante** para que los datos que se imputen procedan de este insumo, es decir, de datos relevados por informantes calificados. Aunque si bien la propuesta ayudaría a subsanar la pérdida de precisión que ocasiona imputar valores construidos artificialmente (mediante una regla estadística) en datos faltantes para los ítems de gasto, cuyo proceso implica que se tomen de referencia valores a niveles agregados y por lo tanto con menor precisión, se considera que su implementación resultaría poco factible.

Por un lado, el hecho de tener que hacer relevamiento de precios de manera mensual para diferentes servicios, tal como propone Singerman (2021), y poder tenerlos actualizados en un contexto de inflación, conllevaría un tiempo de trabajo considerable y personal disponible al que se le pueda asignar la tarea. Por otro, los equipos de trabajo de los destinos referentes cuentan con recursos escasos, ya sea por falta de recursos económicos como para poder contratar a alguien para que lleve adelante esta tarea o por falta de personal para poder asignársela. Por estos motivos no sería factible operativamente, ya que, en otras palabras, hay que tener una estructura de personal que salga todos los meses a buscar y actualizar precios en un contexto inflacionario.

Por último, a partir de los análisis realizados, se considera conveniente que **la estimación del gasto turístico se calcule de manera segmentada por categoría de alojamiento** y se pondere el cálculo global de acuerdo con esta variable. Al observarse que la distribución del gasto en los establecimientos hoteleros se diferencia de los parahoteleros y viviendas alquiladas. Por lo tanto, se propone realizar el cálculo del gasto promedio diario per cápita ponderado por las tres categorías de alojamiento (hotelero, parahotelero y vivienda alquilada) según tipo de turista (nacionales y extranjeros). Esto ayudaría por un lado a reducir el grado de discrecionalidad del analista al analizar la dispersión del gasto turístico declarado en un grupo más homogéneo de turistas y tomar decisiones sobre su coherencia. A su vez ayudaría a aumentar la precisión de los resultados. La implementación de esta propuesta conllevaría pocos recursos, ya que solo requiere de trabajo de análisis en gabinete por parte de un especialista en estadísticas y del equipo técnico del OETR.

Cabe resaltar nuevamente que tanto la propuesta con respecto a ajustes en el cuestionario como a la estimación del gasto turístico ponderado por categoría de

alojamiento no requieren un gran esfuerzo para su implementación. La que podría requerir mayor esfuerzo y recursos que las demás es la que se relaciona con modificaciones en el cuestionario, ya que el equipo de sistemas debe impactar esos ajustes en la app del OETR (donde se encuentra el formulario de la encuesta), luego testear las modificaciones, por supuesto incorporar los cambios implementados en la metodología lo que implica capacitar al equipo de analistas del OETR y también a encuestadores, y realizar una prueba piloto para evaluar si el ajuste implementado ha tenido algún impacto positivo.

Finalmente, por su aplicabilidad, se pretende que este trabajo pueda aportar de alguna manera al enriquecimiento del conocimiento y a la discusión de las formas de medir el gasto turístico de la demanda. En particular, se espera que pueda contribuir a fortalecer la medición del segmento de turismo de reuniones en Argentina, a través del OETR, mediante la reducción de la discrecionalidad del analista al momento de tomar decisiones en el procesamiento de la base de datos y la mejora en la precisión de la estimación del gasto turístico de la demanda, para obtener de esta manera información de mayor calidad.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agüi López, J.L. (1994). "Definiciones: Turismo - Turista" *Papers de Turisme*. 14(15), 77-94.
- Alegre, J., Cladera, M. y Juaneda, C. (2003). *Análisis Cuantitativo de la Actividad Turística*. Editorial Pirámide. <https://mydokument.com/analisis-cuantitativo-de-la-actividad-turistica.html>
- Barreto Villanueva, A. (2012). El progreso de la Estadística y su utilidad en la evaluación del desarrollo. *Papeles de Población*, 18(73), 1-31. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-74252012000300010](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-74252012000300010)
- Bradburn, N., Sudman, S. y Wansink, B. (2004). *Asking Questions: The Definitive Guide to Questionnaire Design - For Market Research, Political Polls, and Social and Health Questionnaires, Revised Edition*. Editorial Jossey-Bass. <https://n9.cl/jauf9>
- Business Events Council of Australia. (2015). *The Value of Business Events to Australia*. [https://www.busesseventscouncil.org.au/files/View\\_Report.pdf](https://www.busesseventscouncil.org.au/files/View_Report.pdf)
- Černá Silovská, H., & Kolařík, P. (2019). Traditional and alternative methods of tourist event evaluation: case study of the Czech Republic. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 32(1), 2063-2079. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1331677X.2019.1642777>
- Consejo de Promoción Turística de México. (2016). *La relevancia económica de las reuniones en México*. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/08/La-relevancia-econ%C3%B3mica-de-las-Reuniones-en-M%C3%A9xico-2016.pdf>
- Consejo Federal de Turismo. (2015a). *Conceptos y elementos básicos para la medición provincial del turismo*. Subsecretaría de Desarrollo Turístico, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Consejo Federal de Turismo. (2015b). *Descripción, análisis y propuestas metodológicas para las encuestas de perfil del visitante*. Subsecretaría de Desarrollo Turístico, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Delgado, J. y Gutiérrez, J. (1999). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*. Editorial Síntesis. [https://biblioteca.colson.edu.mx/docs/RED/Metodos\\_y\\_tecnicas\\_cualitativas\\_de\\_investigacion\\_en\\_ciencias\\_sociales.pdf](https://biblioteca.colson.edu.mx/docs/RED/Metodos_y_tecnicas_cualitativas_de_investigacion_en_ciencias_sociales.pdf)
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2005). Estimating the impacts of special events on an economy. *Journal of Travel Research*, 43(4), 351-359. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.392.1833&rep=rep1&type=pdf>
- Events Industry Council. (2018). *Economic Significance of Meetings to the US Economy*. <https://www.ahla.com/sites/default/files/Economic%20Significance%20of%20Meetings.pdf>
- Frechtling, D. (2011). *Exploring the Full Economic Impact of Tourism for Policy Making - Extending the Use of the Tourism Satellite Account through Macroeconomic Analysis Tools*. United Nations World Tourism Organization. [https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported\\_images/48302/unwto\\_paper\\_t20\\_france.pdf](https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/48302/unwto_paper_t20_france.pdf)

Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, research and policy for planned events*. Elsevier. [https://kupdf.net/download/donald-getz-event-studies-theory-research-and-bookfiorg-libre\\_59c98fdb08bbc5b94d686ec6\\_pdf](https://kupdf.net/download/donald-getz-event-studies-theory-research-and-bookfiorg-libre_59c98fdb08bbc5b94d686ec6_pdf)

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, (29), 403-428. <https://asset-pdf.scinapse.io/prod/2025739588/2025739588.pdf>

Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, (52), 593-631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>

Granados Hernández, V. H. (2006). *Propuesta de Sistema de Información Turística para el Departamento de Cundinamarca, Colombia* [Tesis de maestría, Universidad de Alicante]. Repositorio Institucional - Universidad de Alicante. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15303/1/Victor%20Granados%20-%20PROYECTO%20FIN%20DE%20MASTER.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.). *¿Qué es el turismo?* <https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/turismo.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). *Encuesta de Turismo Internacional*. [https://sitioanterior.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eti\\_07\\_11.pdf](https://sitioanterior.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eti_07_11.pdf)

Li, S., Bowdin, G., Heslington, E., Jones, S., Mulligan, J., ... & Blake, A. (2013). *The economic impact of the UK meeting & event industry*. Meeting Professionals International Foundation. [https://www.researchgate.net/publication/277308949\\_The\\_Economic\\_Impact\\_of\\_the\\_UK\\_Meeting\\_Event\\_Industry\\_commissioned\\_by\\_Meeting\\_Professionals\\_International\\_Foundation/link/5687cae308ae19758398c00a/download](https://www.researchgate.net/publication/277308949_The_Economic_Impact_of_the_UK_Meeting_Event_Industry_commissioned_by_Meeting_Professionals_International_Foundation/link/5687cae308ae19758398c00a/download)

Martínez Roget, F. (2009). La medición del impacto económico del turismo. En Rodríguez G. y Martínez F. (Coords.), *Nuevos retos para el turismo*. Netbiblo. [https://www.researchgate.net/publication/305721406\\_Nuevos\\_retos\\_para\\_el\\_turismo](https://www.researchgate.net/publication/305721406_Nuevos_retos_para_el_turismo)

Maure Agüero, G. (2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. *Contribuciones a la Economía*, (82). <https://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>

Meeting Professionals International Foundation. (2014). *The Economic Contribution of Business Events in Canada*. [https://s3.amazonaws.com/wix-anyfile/ZYH5BI4Q7qm52DL984FO\\_MMB\\_Canada\\_EconomicImpact\\_MergedReport.pdf](https://s3.amazonaws.com/wix-anyfile/ZYH5BI4Q7qm52DL984FO_MMB_Canada_EconomicImpact_MergedReport.pdf)

Muñoz, D. R. (2004). *Manual de estadística*. Universidad Pablo de Olavide. <https://www.tuslibros.com/ebook/Manual-de-Estadistica/pdf?dl&preview>

Newbold, P., Carlson, W. L., & Thorne, B. M. (2008). *Estadística para administración y economía*. Pearson Educación. <http://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/Estadistica-para-administracion-y-la-economia.-6Ed.-Newbold-2008.pdf>

Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina. (2016). *Convenio INPROTUR / FCE-UBA - Programa Observatorio Económico del Turismo de Reuniones* [Documento inédito].

Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina. (2018). *Documento Metodológico 2018* [Documento inédito].

Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina. (2020). *Anuario Estadístico de Turismo de Reuniones 2019*.

<https://n9.cl/observatorioturismoreuniones>

Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina. (2021a). *Manual Metodológico* [Documento inédito].

Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina. (2021b). *Taller de Capacitación: Estudio de Oferta y Demanda* [Documento inédito].

OCDE. (2019). *Recomendación del Consejo de la OCDE sobre Buenas Prácticas Estadísticas*. <https://www.oecd.org/statistics/good-practice-toolkit/OECD-LEGAL-0417-spa.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (1999). *Orientaciones generales para la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo: Medición de la demanda turística total*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284403974>

Organización Mundial del Turismo. (2000). *Recomendaciones sobre estadísticas de turismo*. Naciones Unidas. <http://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83-s.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (2001). *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual*. Naciones Unidas. [https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF\\_80S.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_80S.pdf)

Organización Mundial del Turismo. (2002). *Turismo Panorama 2020: Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado* (Vol. 7). <https://docer.pl/doc/s01ee8c>

Organización Mundial del Turismo. (19-24 de octubre de 2003). *Transformación de la Organización en Organismo Especializado de las Naciones Unidas* [Documento de sesión]. Decimoquinta reunión de la Asamblea General, Beijing, China. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2003.3.i0206p0436x340n4>

Organización Mundial del Turismo. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Naciones Unidas. [https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM\\_83rev1s.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1s.pdf)

Organización Mundial del Turismo. (2014). *Informe global sobre la industria de reuniones*. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416103>

Organización Mundial del Turismo. (2016a). *Guía de compilación de las recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Naciones Unidas. <https://unstats.un.org/unsd/tourism/publications/S-IRTS-Comp-Guide%202008%20WEB.pdf>

Organización Mundial del Turismo. (2016b). *Compilación de recomendaciones de la OMT, 1975-2015*. Naciones Unidas. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417780>

Padrón Ávila, H. (2020). La medición del impacto económico del turismo: Metodología y principales resultados de la Cuenta Satélite del Turismo en la Unión Europea. *Investigaciones Turísticas*, (20), pp. 79-96. <https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.04>

Rea, L. M. & Parker, R. (2005). *Designing and conducting survey research. A comprehensive guide*. Editorial Jossey-Bass.  
<https://ebooksharingsite.com/?book=078790810X>

Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo.  
<http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Sancho, A. (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Organización Mundial del Turismo. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284404889>

Särndall, C. E., Swensson, B., Wretman, J. (1992). *Model Assisted Survey Sampling*. New York: Springer-Verlag.  
[http://www.ru.ac.bd/wp-content/uploads/sites/25/2019/03/306\\_06\\_Sarndal\\_Model-Assisted-Survey-Sampling-1992.pdf](http://www.ru.ac.bd/wp-content/uploads/sites/25/2019/03/306_06_Sarndal_Model-Assisted-Survey-Sampling-1992.pdf)

Secretaría de Turismo de la Nación. (2006). *Encuesta de Viajes y Turismo en Hogares Argentinos: Informe de Resultados*.  
<https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00526.pdf>

Secretaría Nacional de Turismo de Bolivia. (1997). *Manual de Estadísticas de Turismo para Prefecturas y Municipios*. <https://www.bivica.org/files/turismo-manual.pdf>

Sherwood, P. (2007). *A triple bottom line evaluation of the impact of special events: The development of indicators* [Doctoral thesis, Victoria University]. Research Repository - Victoria University. <http://vuir.vu.edu.au/1440/1/Sherwood.pdf>

Singerman, P. A. (2021). *Medición del impacto económico en el turismo de reuniones: El caso del Observatorio Económico del Turismo de Reuniones de la República Argentina* [Tesis de maestría, Universidad de Buenos Aires]. Biblioteca Digital - Universidad de Buenos Aires. [http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-2111\\_SingermanPA.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-2111_SingermanPA.pdf)

Sistema de Información Turística de la Argentina. (septiembre de 2022). *Tableros y Reportes: Sector hotelero*. Ministerio de Turismo y Deportes de La Nación.  
<https://tableros.yvera.tur.ar/eoh.html>

Uysal, M., & Gitelson, R. (1994). Assessment of economic impacts: festivals and special events. *Festival Management and Event Tourism*, 2(1), 3-9.  
<https://doi.org/10.3727/106527094792335791>

VisitDenmark. (2012). *The Economic Contribution of Meeting Activity in Denmark*.  
[https://www.themeetingsindustry.org/web/wp-content/uploads/EI\\_EconomicContributionofMeetingActivityinDenmark12.5.pdf](https://www.themeetingsindustry.org/web/wp-content/uploads/EI_EconomicContributionofMeetingActivityinDenmark12.5.pdf)

World Tourism Organization. (2006). *Measuring the Economic Importance of the Meetings Industry - Developing a Tourism Satellite Account Extension*.  
<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284411955>

World Tourism Organization. (2008). *Global Meeting Initiative, Volume 1: Basic Concepts and Definitions*.  
[https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported\\_images/39106/industry01.pdf](https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/39106/industry01.pdf)

## Otras fuentes consultadas

Observatorio Económico de Turismo del Vino de la República Argentina. (2021). *Quiénes somos*. <https://oetvino.com.ar/nosotros/>

Observatorio Económico de Turismo LGBTQ+ de la República Argentina. (2021). *Quiénes somos*. <https://oetlgbtq.com.ar/quienes-somos/>

Organisation for Economic Cooperation and Development. (s.f.). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*. <https://www.oecd.org/cfe/tourism/tourismsatelliteaccountrecommendedmethodologicalframework.htm>

World Tourism Organization. (2010). *TSA Data around the World: Worldwide Summary*. [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/tsa\\_data.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/tsa_data.pdf)

## ANEXOS

### Instrumento de Medición del OETR



# Observatorio Económico del Turismo de Reuniones en la República Argentina



## Estudio de Demanda: (F4)

Formulario N°.....  
 Completado por: .....  
 Nombre del evento: .....  
 .....  
 Fecha de toma: ..... / ..... / .....

### ¿Encuesta completa?

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

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

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

2. ¿Cuál es su lugar de residencia habitual?

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

3. ¿En cuál provincia reside?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="radio"/> Ciudad de Buenos Aires | <input type="radio"/> Mendoza             |
| <input type="radio"/> Pcia. de Buenos Aires  | <input type="radio"/> Misiones            |
| <input type="radio"/> Catamarca              | <input type="radio"/> Neuquén             |
| <input type="radio"/> Córdoba                | <input type="radio"/> Río Negro           |
| <input type="radio"/> Corrientes             | <input type="radio"/> Salta               |
| <input type="radio"/> Chaco                  | <input type="radio"/> San Juan            |
| <input type="radio"/> Chubut                 | <input type="radio"/> San Luis            |
| <input type="radio"/> Entre Ríos             | <input type="radio"/> Santa Cruz          |
| <input type="radio"/> Formosa                | <input type="radio"/> Santa Fe            |
| <input type="radio"/> Jujuy                  | <input type="radio"/> Santiago del Estero |
| <input type="radio"/> La Pampa               | <input type="radio"/> Tierra del Fuego    |
| <input type="radio"/> La Rioja               | <input type="radio"/> Tucumán             |
- [pasa a pregunta 5]

4. ¿En cuál país reside?

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

5. ¿Qué tipo de participante es?

- Asistente al evento  
 Expositor / Orador / Personal stands / azafatas  
 Organizador / sponsor  
 Otro ¿cuál?.....

6. ¿Cuántas personas realizan este viaje? Cuéntese Ud. y todas aquellas personas que comparten un mismo presupuesto de viaje

7. ¿Incluye este viaje la visita a otros países?  Sí  No

8. ¿Cuántas noches en Argentina dura este viaje?

9. ¿Qué lugares visitó/visitará durante este viaje dentro de Argentina, cuántas noches y tipo de alojamiento?

Lugar	Cantidad de noches	Tipo de alojamiento
Ciudad sede		
1.....	.....	.....
2.....	.....	.....
3.....	.....	.....

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

10. ¿De qué forma organizó usted este viaje?

- Servicios individuales  
 Invitado  
 Paquete armado por organizador del evento  
 Paquete armado por agencia de viajes

Información amparada por el secreto estadístico – Ley 17.622



Información amparada por el secreto estadístico – Ley 17.622

**11. ¿A través de qué medios se informó sobre esta reunión?**

- Internet  Empresa donde trabaja  
 Diario/Revistas  Entidad Organizadora  
 TV/Radio  Otro ¿cuál? .....

**12. ¿Qué medio de transporte utilizó para arribar al destino sede desde su lugar de residencia?** En caso de ser varios transportes ponerlos en orden

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

**SÓLO EN EL CASO DE LOS RESIDENTES EN EL EXTRANJERO**

**13. ¿A través de qué vía saldrá de Argentina?**

- Aeropuerto  
 Otra

**14. ¿Con cuál compañía aérea?**

- Aerolíneas Argentinas  
 Otra

**15. ¿Cómo califica los servicios de esta ciudad?**

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala	Muy Mala
Sede de la reunión	<input type="radio"/>					
Gastronomía	<input type="radio"/>					
Alojamiento	<input type="radio"/>					
Transporte	<input type="radio"/>					
Excursiones	<input type="radio"/>					

**16. ¿Con qué frecuencia visita esta ciudad?**

- Primera vez  Una vez al año  
 Varias veces al año  Esporádicamente

**17. ¿Volvería a esta ciudad?**

- Sí [pasa a pregunta 18]  
 No [pasa a pregunta 19]

**18. ¿Por qué motivo de viaje?**

- Negocios/Contrato laboral  Otras Reuniones/Eventos  
 Ocio  Estudios  
 Deporte  Tratamiento médico  
 Visita a amigos/familiares  Otros ¿cuáles?.....

**19. ¿Qué artículos compró/rá durante su viaje?**

- Ropa  Libros  Productos Regionales  
 Música  Souvenirs  Artículos de Cuero  
 Compras de negocio  
 Otras ¿cuáles? .....  
 No realizó/ará compras

**20. ¿Qué actividades realizó/rá durante su viaje?**

- Espectáculos de tango/folklore  Visita a museos  
 City Tour (con guía turístico)  Teatro/Cine  
 Excursión contratada  Golf  
 Experiencia en establecimientos rurales  
 Actividades nocturnas (bar/boliche/casino)  
 Otras ¿cuáles? .....  
 No realizó/ará actividades

**21. ¿Cuáles son los montos de los gastos que realizará durante todo su viaje en la Argentina? (Refiere a los gastos del grupo de viaje en su conjunto para toda la estadía)**

Concepto	Gto Total	Gto Diario	Ns/Nc	Moneda
Pasajes internacionales	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....
Pasajes nacionales	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....
Nafta y peaje	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....
Alquiler de auto	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....
Transporte público local	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....
Alojamiento	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....
Alimentación	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....
Excursiones/Actividades	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....
Compras	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....
Compras para el negocio	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....
Inscripción	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....
Otro	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....
¿cuál?.....	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....
Total	.....	.....	<input type="checkbox"/>	.....

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

**22. Me proporcionarían un mail de contacto para completar la encuesta si fuera necesario concluido su viaje:**

.....

**23. Observaciones**

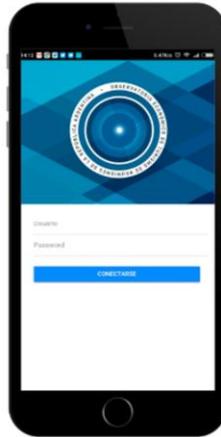
.....  
 .....  
 .....  
 .....

## Aplicación Móvil para encuestas: OETR App

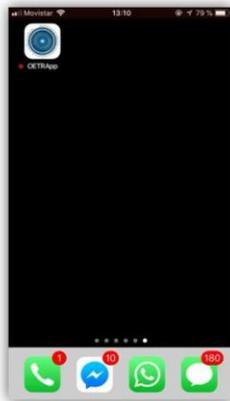


### APLICACIÓN MÓVIL PARA ENCUESTAS

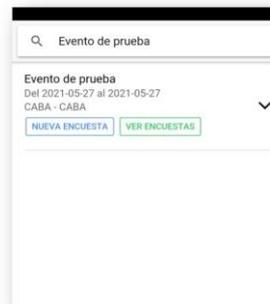
#### OETR APP



### OETR APP: VISTA GENERAL

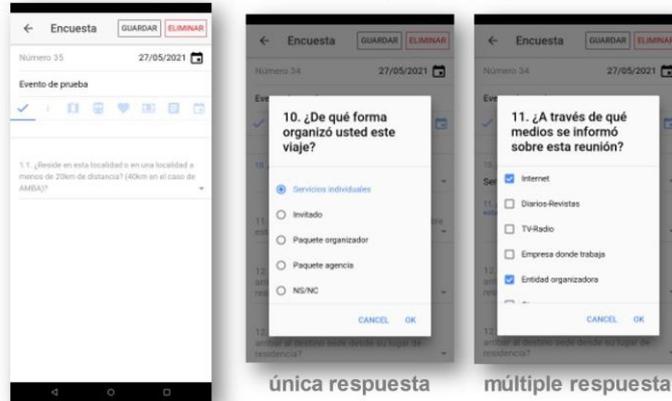


### Búsqueda de eventos y creación de encuestas



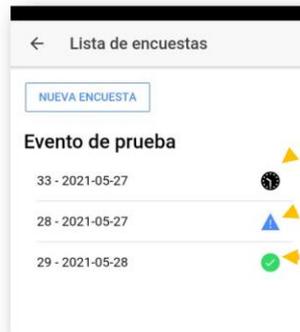
### OETR APP: SOLAPA PRINCIPAL

#### Tipos de preguntas



### OETR APP: SOLAPA PRINCIPAL

#### Listado de encuestas realizadas



No se finalizó la carga (está incompleta o con algún error), o no se sincronizó con la plataforma.

Se sincronizó pero luego hubo una modificación local que aún no se pasó a la plataforma

Sincronizado correctamente con la plataforma



### ENCUESTA DE DEMANDA

SOLAPA FILTRO

Encuesta GUARDAR ELIMINAR

Número 1 18/10/2021

Encuentro Regional Destinos Sede de Evento...

1.1. ¿Reside en esta localidad o en una localidad a menos de 20km de distancia? (40km en el caso de AMBA)?

No

1.2. ¿Está en esta localidad para realizar una tarea remunerada?

No

Encuesta GUARDAR ELIMINAR

Número 1 18/10/2021

Encuentro Regional Destinos Sede de Evento...

1.1. ¿Reside en esta localidad o en una localidad a menos de 20km de distancia? (40km en el caso de AMBA)?

No

1.2. ¿Está en esta localidad para realizar una tarea remunerada?

Si

Preguntas Filtro  
Si el encuestado responde "Si", la encuesta finaliza.



### ENCUESTA DE DEMANDA

SOLAPA DATOS GENERALES

Encuesta GUARDAR ELIMINAR

Número 1 18/10/2021

Encuentro Regional Destinos Sede de Evento...

2. Lugar de residencia **Argentina**

4. Provincia residencia **Río Negro**

5. Tipo participante **Asistente al ev...**

6. Tamaño de grupo que comparte un mismo presupuesto de viaje

1

Si selecciona Argentina, le solicitará la Provincia. Si selecciona Extranjero, le solicitará el país

Este dato repercute en el resto de las preguntas. Por ejemplo si viajo en pareja, por más que no asista al evento, los gastos y actividades de ambos deben ser tenidos en cuenta



## ENCUESTA DE DEMANDA

SOLAPA NOCHES Y LUGARES VISITADOS



La cantidad de noches ingresadas en la respuesta 8, debe ser igual a la sumatoria de noches consignadas en las respuestas 9.1, 9.2 y 9.3 (tomando 0 para las que no fueran respondidas)

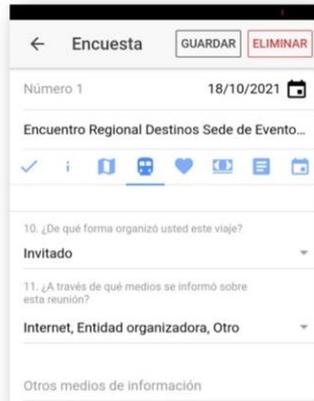
Tener cuidado con respuestas como 4 meses

La pregunta 9 puede tener 3 instancias distintas. En cada una, si se responde, se debe contemplar que la sumatoria de noches debe ser igual a la consignada en la respuesta 8.



## ENCUESTA DE DEMANDA

SOLAPA ORGANIZACIÓN DEL VIAJE



Si requirió dos medios de transporte para poder arribar al destino, poner en 12.1 el último utilizado, y en 12.2 el transporte que usó en el primer trayecto. No se deben tomar en cuenta los medios de transporte internos, por ejemplo el taxi para ir desde el aeropuerto del destino hasta la sede.



## ENCUESTA DE DEMANDA

### SOLAPA CALIFICACIONES

Encuesta GUARDAR ELIMINAR

Número 1 18/10/2021

Encuentro Regional Destinos Sede de Evento...

15. ¿Cómo califica los servicios de esta ciudad?

Sede de la Reunión: 4

Gastronomía: 5

Alojamiento: 4

Transporte: 3

Excursiones: 4

16. ¿Con qué frecuencia visita esta ciudad?  
VARIAS VECES AL AÑO

17. ¿Volvería a esta ciudad?  
SI

18. ¿Por qué motivo de viaje?  
OCIO, OTRAS REUNIONES-EVENTOS, VISIT...

¿Qué otro motivo?

19. ¿Qué artículos compró/comprará durante su viaje?  
Música, Cuero, Productos Regionales

20. ¿Qué actividades realizó/realizará durante su viaje?  
Museos, City Tour, Excursión, Golf



## ENCUESTA DE DEMANDA

### SOLAPA GASTOS

Encuesta GUARDAR ELIMINAR

Número 1 18/10/2021

Encuentro Regional Destinos Sede de Evento...

Moneda general

Gastos

Viaje Internacional

Viaje Nacional

Viaje Nacional

Total

Moneda: peso argentino

GUARDAR

Nafta y peajes: ARS 4,000.00

Alquiler auto

Transporte local

Alojamiento

Alimentación

Excursión

Compra

Compra negocios

Inscripción

Otros

Total

Se pueden seleccionar los tipos de monedas más usados, si el encuestado da importe en una moneda que no se registra aquí, se le debe solicitar que de el importe en alguna otra moneda.

Con este selector podrá definir una moneda general que aplicará a todos los campos de gastos

Cada Campo de gastos puede tener su propia moneda independiente

Los campos de gastos son optativos. Si se le da click al ítem se habilita una nueva ventana con el campo Total y el Campo Moneda.





## ENCUESTA DE DEMANDA

SOLAPA GASTOS

Nafta y peajes	ARS 4,000.00
Alquiler auto	
Transporte local	
Alojamiento	
Alimentación	
Excursión	
Compra	
Compra negocios	
Inscripción	
Otros	
Total	

← Nafta y peajes

Diario

Total  
4000

Moneda  
peso argentino

GUARDAR

Para el caso de los campos Nafta y peaje, Alquiler de auto, Transporte público, Alojamiento y Alimentación, al darle click al checkbox también se habilita el campo Diario.

