

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

- **Dirigida a:**

Establecimientos hoteleros y para-hoteleros.

- **Objetivo:**

Medir el impacto del turismo internacional e interno sobre la actividad de los establecimientos hoteleros y para-hoteleros, para elaborar indicadores que permitan medir, desde la óptica de la oferta, la evolución de la actividad y el empleo del sector (personal ocupado), así como la oferta y utilización de la infraestructura y la evolución de las tarifas; y, desde la demanda, el ingreso de viajeros (argentinos o extranjeros), su origen y permanencia .

- **Principales variables investigadas:**

Categoría del establecimiento, personal ocupado, habitaciones o unidades y plazas disponibles, entrada de viajeros según lugar de residencia habitual, habitaciones o unidades y plazas ocupadas, tarifa promedio.

- **Cobertura**

El operativo se inició en el año 2004 en 17 localidades y durante el 2005 se realizó en 39 localidades que permitieron cubrir las diferentes regiones turísticas del país. En el 2006, la muestra se amplió a 44 localidades. En la tabla siguiente se muestran sombreadas aquellas ciudades para las que se pueden obtener resultados a nivel local.

<b>Regiones y localidades EOH</b>	<b>Provincias</b>
<b>1. Ciudad de Buenos Aires</b>	Ciudad Autónoma de Buenos Aires
<b>Región Buenos Aires</b>	
2. Mar del Plata	Buenos Aires
3. Bahía Blanca	Buenos Aires
4. Pinamar	Buenos Aires
5. Tandil	Buenos Aires
6. Villa Gesell	Buenos Aires
<b>Región Centro</b>	
7. Ciudad de Córdoba	Córdoba
8. La Falda	Córdoba
9. Mar Chiquita	Córdoba
10. Mina Clavero	Córdoba
11. Río Cuarto	Córdoba
12. Villa Carlos Paz	Córdoba
13. Villa General Belgrano	Córdoba
<b>Región Cuyo</b>	
14. Ciudad de La Rioja	La Rioja
15. Ciudad de Mendoza	Mendoza
16. Malargüe	Mendoza
17. San Rafael	Mendoza
18. Ciudad De San Juan	San Juan
19. Ciudad de San Luis	San Luis
20. Villa de Merlo	San Luis
<b>Región Litoral</b>	
21. Ciudad de Santa Fe	Santa Fe
22. Gualeguaychú	Entre Ríos
23. Paraná	Entre Ríos
24. Posadas	Misiones
25. Puerto Iguazú	Misiones
26. Rafaela	Santa Fe
27. Rosario	Santa Fe
<b>Región Norte</b>	
28. Cafayate	Salta
29. Ciudad de Catamarca	Catamarca
30. Ciudad de Jujuy	Jujuy
31. Ciudad de Salta	Salta
32. Ciudad de Santiago del Estero	Santiago de Estero
33. Ciudad de Tucumán	Tucumán
34. Termas de Río Hondo	Santiago de Estero
<b>Región Patagonia</b>	
35. Neuquén	Neuquén
36. El Calafate	Santa Cruz
37. Las Grutas	Río Negro
38. Puerto Madryn	Chubut
39. Río Gallegos	Santa Cruz
40. San Carlos de Bariloche	Río Negro
41. San Martín de los Andes	Neuquén
42. Ushuaia	Tierra del Fuego
43. Villa La Angostura	Neuquén
44. Viedma	Río Negro

- **Diseño muestral**

*Marco de muestreo*

Los marcos muestrales, a partir de donde se construyen los diseños muestrales, son padrones de hoteles por localidad, recibidos de la Secretaría de Turismo. Esos padrones son corregidos y ampliados, mediante un operativo del INDEC de construcción de un Registro Anual de Establecimientos Hoteleros.

Para cada localidad (dominio muestral) se diseña una muestra estratificada, con selección simple al azar en cada estrato.

Los estratos se construyen teniendo en cuenta la categoría de cada uno de los hoteles del marco. El estrato compuesto por los hoteles de cuatro y cinco estrellas es de inclusión forzosa, es decir todos sus hoteles se incluyen en la muestra.

*Tamaño de la muestra*

El tamaño de muestra en cada localidad se adjudica a través de una asignación óptima (utilizando el número de plazas) en cada uno de los estratos. Los hoteles en cada estrato sin inclusión forzosa, se seleccionan a través de un muestreo con probabilidad proporcional al tamaño.

*Cálculo de los factores de expansión*

Una etapa crítica en toda encuesta es la expansión de la información relevada para la muestra al universo de referencia o población objetivo. Una selección adecuada de establecimientos hoteleros y para-hoteleros y el posterior desarrollo de una metodología para ponderar los datos muestrales es importante, ya que debe cumplir con varios requisitos.

- *Eficiencia en la precisión:* las distintas temáticas y la necesidad de lograr estimaciones para cada una de ellas a distintos niveles de desagregación obligan a que la metodología sea eficiente en términos de precisión, cuidando no privilegiar a algunas en perjuicio de otras.
- *Simpleza:* su implementación tiene que ser simple a causa del gran volumen de datos involucrados.
- *Flexibilidad:* debe ser flexible para facilitar el uso de los datos, y económica en los tiempos de ejecución y cálculo.
- *Atenuar sesgos:* por último, deberá atenuar posibles sesgos por la presencia de subgrupos de la población objetivo sub o sobre-representados, sesgos por no-respuesta, imputación u otros errores no muestrales siempre presentes en investigaciones de esta magnitud. Todas estas dificultades y dependiendo de la magnitud de los errores llevan a que los sesgos puedan ser pronunciados, impidiendo una interpretación correcta de las estimaciones o imposibilitando la comparación de los resultados con fuentes alternativas. Como consecuencia de ello en la práctica es habitual corregir o calibrar los pesos o factores de expansión iniciales (usualmente las inversas de las probabilidades de selección) con la ayuda de información auxiliar conocida o preestablecida a partir de registros o fuentes externas.

Para la EOH se optó por llevar a cabo un ajuste de los pesos iniciales a través de la técnica de "calibración por marginales fijos" siguiendo la metodología desarrollada por Deville y Särndal [1992].

Para realizar dicha calibración se tienen en cuenta como variables auxiliares los totales de hoteles y plazas en cada categoría. Estos se obtienen del Registro Anual de Establecimientos Hoteleros.

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

### *Detección de outliers y su tratamiento*

Una de las etapas de toda encuesta por muestreo es la edición de los datos. Mediante la edición de datos se busca, entre otras cosas, observar el comportamiento de las variables en estudio a fin de detectar posibles outliers (observaciones que difieren considerablemente del resto). La presencia de los mismos produce distorsiones en las estimaciones.

En esta encuesta, una de las variables de mayor interés es la ocupación hotelera. Aquellos hoteles que por el valor de dicha variable resultan ser outliers, son considerados autorrepresentados (ponderador igual a 1) para no afectar las estimaciones, recalculándose nuevamente los factores de expansión para el resto de los hoteles de la muestra.

- **Periodicidad de resultados**

Mensual

- **Registro Anual de Establecimientos Hoteleros**

Es un padrón del conjunto total de establecimientos hoteleros y para-hoteleros de las localidades seleccionadas en cada región que se registra anualmente. Es el marco de muestreo que luego se utiliza para expandir la muestra y estimar los resultados por localidad. El cuestionario del registro incluye:

Categoría del establecimiento hotelero o para-hotelero

Forma jurídica de la empresa

Personal ocupado

Cantidad de habitaciones o unidades y plazas disponibles

Explotación bajo régimen de tiempo compartido

Período de cierre (si lo tuviere)

Tarifa promedio para el mes de referencia y servicios incluidos en la misma.

Disponibilidad de recursos informáticos, internet, página web.

- **Definiciones y conceptos utilizados en la encuesta**

**Establecimientos hoteleros** son aquellos categorizados como hoteles 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas y apart-hoteles.

**Establecimientos para-hoteleros** incluyen: hoteles sindicales, albergues, cabañas, bungalows, hospedajes, bed & breakfast, hosterías, residenciales, etc.

**Habitación:** se considera habitación a todo cuarto o espacio amoblado ofrecido por un hotel, hostería, hospedaje o residencial, por un cierto precio por noche. Se consideran **unidades** los departamentos, cabañas o bungalows equipados que un establecimiento ofrece, otorgándole además algunos de los servicios de la hotelería.

**Habitaciones y unidades disponibles:** las habitaciones o unidades disponibles en el mes se obtienen multiplicando las habitaciones o unidades disponibles por la cantidad de días que estuvo abierto el establecimiento en el mes. No se incluyen las habitaciones o unidades correspondientes a los establecimientos que cierran en forma temporaria durante el período analizado.

**Habitaciones o unidades ocupadas** se refiere al total de habitaciones y/o unidades que hayan sido alquiladas/vendidas en el mes de referencia. Resulta de multiplicar el total de habitaciones ocupadas por la cantidad de noches en que fueron ocupadas las mismas.

**Plazas disponibles:** son el número total de camas fijas y supletorias. Una cama matrimonial se contabiliza como 2 plazas. Se obtienen multiplicando las plazas disponibles por la cantidad de días que estuvo abierto el establecimiento en el mes. No se incluyen las plazas correspondientes a los establecimientos que cierran en forma temporaria durante el período analizado.

**Plazas ocupadas** Se refiere al total de noches que cada viajero permaneció en una habitación o unidad. Se obtiene de multiplicar la cantidad de viajeros por la cantidad de noches que cada uno de ellos se haya alojado en el establecimiento

**Porcentaje de ocupación de habitaciones:** Habitaciones o unidades ocupadas / Habitaciones o unidades disponibles \* 100

**Porcentaje de ocupación de plazas:** Plazas ocupadas / Plazas disponibles \* 100

**Estadía promedio:** promedio ponderado de las permanencias observadas en los establecimientos pertenecientes a la muestra, calculadas como Plazas ocupadas sobre el Cantidad de viajeros.

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

### **Cámaras y Asociaciones que apoyan estos operativos**

<b>CAT</b>	Cámara Argentina de Turismo
<b>FEHGRA</b>	Federación empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina
<b>AHT</b>	Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina
<b>HRCC</b>	Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confeiterías Y Cafés