**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

|  |  |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Gestión de destinos turísticos. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | 210601033. Estructurar informes administrativos de acuerdo con manuales y técnicas de analítica de datos. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 210601033-01. Obtener datos de interés turístico teniendo en cuenta las variables de medición y procedimiento técnico.  210601033-02. Tratar datos de interés turístico según métodos de estadística aplicada y herramientas.  210601033-03. Producir información turística de acuerdo con indicadores del sector y herramientas ofimáticas. |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 12 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Análisis de datos estadísticos para el turismo |
| BREVE DESCRIPCIÓN | El análisis de datos permite identificar aspectos básicos de estadística aplicable para la recolección, procesamiento y presentación de información relevante del turismo, en las regiones y en el territorio nacional. Mediante el análisis de datos se consolidan estadísticas de oferta y demanda turística del destino, que permiten conocer el comportamiento del turismo y tomar decisiones estratégicas para el mejoramiento y desarrollo del sector. |
| PALABRAS CLAVE | Cuenta satélite, dato, demanda, estadística, oferta. |

|  |  |
| --- | --- |
| ÁREA OCUPACIONAL | Ventas y Servicios |
| IDIOMA | Español |

1. **TABLA DE CONTENIDOS:**

**Introducción**

1. **La estadística para el turismo**
   1. Conceptos y tipología
   2. Los datos y su clasificación
   3. Tipos de variables estadísticas
2. **Indicadores del sector turístico**
   1. Tipos de indicadores según variables
   2. Sistema de Información Turística SITUR
3. **Sistema Estadístico Nacional SEN**
   1. Normatividad aplicada
   2. Estructura organizativa del sistema
   3. Información estadística del sector turismo
4. **Proceso de recolección y análisis de datos**
   1. Fuentes de información
   2. Técnicas de recolección de datos
   3. Diseño de herramientas de recolección de datos
   4. Procesamiento y análisis de información
5. **Cuenta satélite del turismo**
   1. Marco conceptual
   2. Contenido y estructura de la cuenta satélite de turismo
6. **INTRODUCCIÓN**

Este componente formativo, permite comprender el funcionamiento de las herramientas estadísticas, como medio de recolección y análisis de información, la cual es necesaria para conocer el comportamiento del sector turismo en los destinos. Mediante la aplicación de la estadística descriptiva, se manejan datos y variables del sector turismo, tanto de naturaleza cualitativa como cuantitativa, generando mediante un sistema de información los indicadores que aportan datos estadísticos al consolidado nacional, para divulgar los resultados importantes, principalmente de la oferta y la demanda del sector. De igual forma, el componente presenta el proceso sistemático, por medio del cual se realiza la recolección, procesamiento y análisis de información turística, que alimenta la cuenta satélite de turismo, como mecanismo de monitoreo y evaluación de los resultados, que contribuyen a la economía y al desarrollo de una región, territorio o destino mediante las actividades turísticas que se llevan a cabo.

Partiendo de lo anterior, se invita a que acceda al siguiente video, el cual relaciona la temática a tratar durante este componente formativo:

**DI\_** **Guion\_Introduccion\_Video\_CF12\_122154**

1. **DESARROLLO DE CONTENIDOS:**
2. **La estadística para el turismo**

El turismo se define como todas aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. Es una actividad que ha crecido significativamente durante el último cuarto de siglo como un fenómeno social y económico.

Este sector requiere información estadística sobre la naturaleza, desarrollo y consecuencias del turismo y está basada fundamentalmente en las estadísticas de entrada de viajeros y estadías, así como en la información de la balanza de pagos que está incluida en el fenómeno económico del turismo. En consecuencia, los gobiernos, empresarios y ciudadanos, generalmente no disponen de la información necesaria y precisa para la proyección, gestión y efectividad de las políticas públicas y el desarrollo del sector y sus negocios de manera eficiente. La información sobre el papel que el turismo juega en las economías nacionales de todo el mundo, es en la mayoría de los casos deficiente y son necesarios datos confiables relativos al comportamiento, importancia y magnitud del turismo en los destinos.

Anteriormente, la información del turismo se centraba en las características de los visitantes, en las condiciones en que llevaban a cabo sus viajes y estancias, el motivo de su visita, entre otros; sin embargo, actualmente existe un aumento en la conciencia sobre el papel que el turismo desempeña y puede llevar a cabo, tanto de forma directa como indirecta, sobre una economía en términos de:

Creación de valor agregado

Empleo

Renta personal

Ingresos de las administraciones públicas

Esta creciente conciencia de los impactos económicos del turismo, ha sido reconocida durante varios años y algunos países y organizaciones internacionales, se han preocupado por el desarrollo de técnicas estadísticas relevantes para la evaluación de la incidencia del impacto económico del turismo en las regiones y territorios. De manera particular, el tipo de datos que se requiere del turismo, tanto por el sector público como por el privado, ha cambiado su naturaleza. Además de información cuantitativa sobre la cantidad de visitantes, el número de llegadas y noches de estadía, e información descriptiva sobre las condiciones en las que son recibidos y atendidos, los territorios y naciones, actualmente necesitan información consistente e indicadores que garanticen la confianza y credibilidad de las mediciones relacionadas a la importancia económica del turismo. Estas mediciones requieren cumplir con las siguientes características:

* **Carácter estadístico**

Deben ser de carácter estadístico y generadas de forma regular o periódica y no solamente como estimaciones particulares, sino como procesos estadísticos permanentes y continuos, combinando el cálculo de estimaciones que sirvan de referencia, con el empleo más flexible de indicadores que refuercen la utilidad de los resultados.

* **Fuentes estadísticas fiables**

Las estimaciones deben estar basadas en fuentes estadísticas fiables, donde se analicen tanto a los visitantes como a los productores de bienes y servicios o prestadores de servicios turísticos, a través de procedimientos independientes.

* **Datos comparables**

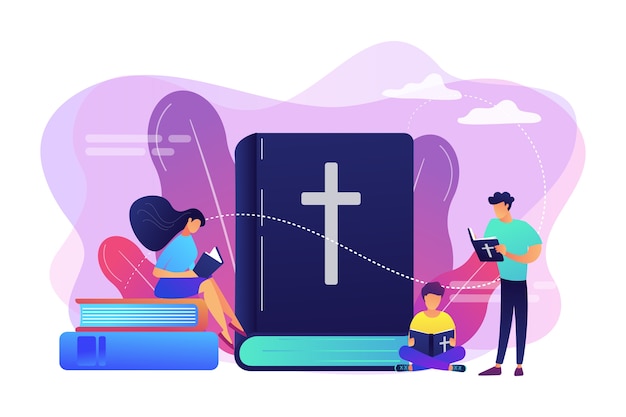
Los datos deben ser comparables en un periodo de tiempo, dentro de un mismo país, comparables entre diferentes países y comparables con otros tipos de actividades económicas.

* **Datos consistentes y objetivos**

Los datos deben ser internamente consistentes y objetivos, además de presentarse dentro de los marcos macroeconómicos, reconocidos a nivel internacional.

De esta manera, la estadística permite obtener de manera organizada, objetiva y metodológica los requerimientos de información turística con el cumplimiento de las anteriores características y necesidades, para el mejoramiento y desarrollo de los destinos turísticos tanto a nivel local, regional, nacional y mundial.

* 1. **Conceptos y tipología**

La estadística es una ciencia relativamente nueva que tiene por objeto la recolección e interpretación de datos. Estas actividades se remontan a la época del antiguo testamento ylos registros que ya elaboraban los babilonios ylos romanos sobre la población.

En la actualidad, esta ciencia moderna puede definirse como un método que permite organizar, sintetizar, presentar, analizar, cuantificar e interpretar grandes volúmenes de datos, de tal manera que se puedan obtener conclusiones válidas sobre los fenómenos en estudio.

Las definiciones anteriores, proporcionan una idea general de lo que realiza la estadística, como rama de las matemáticas aplicadas, presentando este conjunto de técnicas una aplicación en las más diversas disciplinas como el turismo. Sin embargo, su aplicación dependerá del conocimiento adecuado que sobre esta herramienta estadística tenga el investigador o usuario que requiere aplicarla. De esta manera, se requiere conocer las razones por las cuales se estudian estas técnicas, dentro de las cuales se tienen principalmente las siguientes:

1. La estadística proporciona los elementos básicos para fundamentar una investigación
2. Permite planear la obtención de los datos, para que de ellos se puedan extraer conclusiones confiables
3. Facilita y permite analizar datos.
4. Establece el tipo de conclusiones que pueden obtenerse con los datos disponibles.
5. Determina el nivel de confianza que requieren los datos.

Este concepto ha permitido a los especialistas en estadística, clasificar a esta materia en dos grandes tipos, definidos de la siguiente manera:

**Estadística descriptiva**

Es aquella ramificación de la estadística, que trata del resumen y la descripción de los datos. Este resumen puede ser tabulado, gráfico o numérico. Su análisis y descripción se limita exclusivamente a los datos recolectados; es decir, a los datos que forman parte de una muestra, por lo que esta no puede inferir o generalizar acerca de la totalidad de los elementos que constituyen la población de estudio.

**Estadística inferencial**

Esta otra rama de la estadística, tiene como objetivo generalizar o inferir conclusiones útiles sobre la totalidad de las observaciones, que constituye una población, a partir del análisis de los datos recolectados mediante una muestra. La inferencia estadística constituye la base teórica del muestreo; es decir, permite conocer el todo con cierta aproximación, a partir del estudio de una parte de la población.

Es importante indicar que la descripción de un todo o población con base en los principios de la estadística inferencial, no da una certeza completa en sus mediciones, ya que estas están sujetas a un posible error a causa de que las unidades seleccionadas (muestra), no hayan sido seleccionadas, de acuerdo con ciertos procedimientos válidos y que la variabilidad de las características objeto de estudio sea relativamente grande.

Como se puede concluir de estos conceptos iniciales, por medio de sus dos ramas la estadística permite realizar estudios de tipo descriptivo y explicativo, básicamente en todas las áreas del conocimiento humano.

Otros conceptos importantes para comprender la estadística aplicada al turismo son los siguientes:



**Población**

**Parámetro**

**Muestra**

**Población**

Es el conjunto formado por un número determinado o indeterminado de unidades (personas, objetos,) que comparten características comunes a un objeto de estudio. Por ejemplo, en un estudio de las preferencias de los turistas que visitan un destino, la población estaría formada por todas las personas que llegan en calidad o condición de turista a ese destino.

**Muestra**

Es cualquier subconjunto seleccionado o parte menor de una población, que sigue ciertos criterios establecidos en la teoría del muestreo. La muestra es el elemento básico sobre el cual se fundamenta la posterior inferencia, acerca de la población de donde procede.

**Parámetro**

Es la medida estadística que cuantifica una característica que ha sido estudiada para una población. Este valor estadístico se considera válido, ya que su origen parte del estudio de cada uno de los datos que constituyen o están presentes en la población.

* 1. **Los datos y su clasificación**

Con la finalidad de comprender el manejo de los datos estadísticos, es necesario conceptualizar su significado y tipología o clasificación principal que se presenta a continuación:

Un dato es un número o una medida que ha sido recopilada como resultado de una observación o una recolección de información. Los datos pueden ser producto de un conteo, una medición o una denominación como, por ejemplo, número de turistas que visitan un destino, tiempo o duración de la estadía, servicios turísticos que se ofrecen en el destino, entre muchos otros.

También se define como cualquier información extraída de los fenómenos, fijada o codificada por el investigador y que representa un elemento conocido directamente.

Los datos se clasifican, de acuerdo con las siguientes principales tipologías:

**Cualitativo**

Es aquel que representa alguna característica de los elementos de una muestra o una población y que significa atributos, actitudes y opiniones y son datos no numéricos (se relaciona con una variable cualitativa).

**Cuantitativo**

Es aquel dato numérico que representa aspectos de una muestra o una población que son medibles o que se pueden contar (se relaciona con una variable cuantitativa).

**Directos**

Datos sobre un tema de investigación que se consiguen mediante respuestas a preguntas o por medio de la observación directamente realizada en el fenómeno de estudio.

**Primarios**

Información reunida por el investigador directamente de la fuente.

**Secundarios**

Datos que no han sido reunidos para el estudio o investigación relacionada, sino con algún

propósito o finalidad distinta y anterior.

Los datos que se manejan, se recolectan, analizan y son solicitados en el turismo, se agrupan en las siguientes áreas o variables principales:

1. **Demanda**

Análisis de la **demanda** generada por las diferentes tipologías de turismo, clasificada según las características de los propios visitantes, de sus viajes y de los bienes y servicios que adquieren.

1. **Oferta**

Impactos de la **oferta** sobre las variables macroeconómicas básicas del país de referencia, en particular las funciones de producción y la interrelación entre actividades, las cuales proporcionan la base para el

análisis del impacto.

1. **Empleo**

Descripción de la naturaleza del **empleo y de los puestos de trabajo**, de la formación de capital y de la inversión no financiera.

1. **Importaciones y exportaciones**

Las **importaciones**, las **exportaciones** y las repercusiones sobre la **balanza de pagos.**

1. **Ingresos**

Los efectos sobre los **ingresos de las administraciones públicas**, **la creación de rentas personales y de las empresas.**

* 1. **Tipos de variables estadísticas**

Para obtener estadísticas, se manejan conjuntos o grupos de estudio que contienen un determinado o indeterminado número de unidades (cantidad de personas, objetos, etc.). Estas unidades de estudio tienen determinadas características, por ejemplo, para un turista mexicano se podría señalar su género, edad, ocupación, lugar de procedencia, estrato social, grado de escolaridad, estado civil, etc., siendo todas y cada una de estas características, las que adquieren diferentes valores en cada persona, lugar o cosa, que son susceptibles de una medición y reciben el nombre de **variables**. De esta forma, el estudio de los turistas que visitan una población, necesita del uso de variables como cualquiera de las anteriormente mencionadas. Por consiguiente, la variable es una construcción que el investigador genera para analizar una realidad en estudio.

De manera sencilla, una variable se define como el elemento o atributo medible asociado a un objeto de estudio. También se denominan variables a los constructos, propiedades o características que adquieren diversos valores. Es un símbolo o una representación, por lo tanto, una abstracción que adquiere un valor no constante o que puede variar; por lo tanto, por una variable se entiende cualquier característica o cualidad de la realidad estudiada que es susceptible de cambio o que puede asumir diferentes valores.



Cuando se hace referencia a una variable como una característica o una cualidad, en el caso de algo relacionado con un turista, este no puede ser en sí una variable, pero si se habla de la procedencia del turista, sí se está efectivamente en presencia de una variable, pues el turista puede ser originario o tener procedencia de Estados Unidos, Italia, Brasil o de cualquier otro lugar. Es decir, que esa cualidad del turista (lugar de procedencia), puede asumir diferentes valores y por lo tanto, ser una variable. Una variable se puede aplicar a una persona, a un objeto o a un fenómeno, los cuales adquieren diferentes valores o manifestaciones.

Entonces se puede decir que una variable es aquello que está sujeta a un cambio con respecto a distintos factores de cambio. De la misma manera, la variable es una característica o cualidad, magnitud o cantidad, que puede sufrir cambios y que es objeto de análisis, medición, manipulación o control en una investigación o recolección de datos.

* **Clasificación de las variables estadísticas**

Teniendo en cuenta su naturaleza y en relación con los tipos de datos, se pueden clasificar las variables como cualitativas y cuantitativas, así:

**Variables cualitativas**

Como su nombre lo indica, miden cualidades y atributos; por ejemplo, ocupación, nacionalidad, estado civil, preferencias, gustos, entre muchas otras y dependiendo del objeto de estudio. También llamadas categóricas, se refieren a las propiedades de los objetos en estudio. Este tipo de variables tiene un carácter cualitativo y no se pueden medir con números; son aquellas que se expresan en forma verbal y escrita, teniendo los diversos atributos.

**Variables cuantitativas**

Las variables cuantitativas son aquellas que pueden ser medidas y se expresan en forma numérica; por ejemplo, la edad, el nivel de ingreso, la cantidad de noches de estadía, el tamaño de la familia, entre muchas otras. Miden cantidades y magnitudes. De acuerdo con los valores que puedan asumir, se distingue entre **continuas** (dan la posibilidad de fraccionar y pueden tomar cualquier valor dentro de un rango) y **discretas** (solo asumen valores enteros).

1. **Indicadores del sector turístico**

Un indicador es un indicio, señal o unidad de medida que permite estudiar o cuantificar una variable o sus diferentes dimensiones. Esta unidad de medida se refiere a estándares utilizados para medir el avance y logros de una investigación determinando que, a través del estudio de los indicadores, se establecen las dimensiones

de cada variable de manera detallada y pertinente; es decir, es un acercamiento al fenómeno de estudio planteando.

Algunos ejemplos generales de indicadores económicos son la tasa de desempleo, la inflación y el Producto Interno Bruto PIB. Como se ha mencionado anteriormente, las variables son la base para el reconocimiento de los indicadores y posteriormente de las dimensiones de dichas variables y un indicador representa el soporte de lo que se quiere conocer del fenómeno de estudio y que servirá para la verificación de la investigación con bases teóricas. Otro concepto de indicador lo define como un referente empírico directo, observable y medible, cuya función es simbolizar y sustituir al concepto o variable no observable por algo que se pueda medir directamente.

En términos generales, un indicador es válido cuando mide lo que dice medir. Existen dos tipos de validez de un indicador:

**Interna**

Cuando hay una adecuada conceptualización y operacionalización de la variable y por ende, existe correspondencia entre ambas.

**Externa**

Se refiere básicamente a la confianza o veracidad de la fuente de información que se va a utilizar. Esto en ocasiones intenta solucionarse mediante técnicas que muchas veces resultan poco operativas, tales como cotejar elementos subjetivos o enviar a otro a que realice las mismas indagaciones.

A continuación, se presentan los tipos de indicadores del sector turismo y el sistema de información que los debe alimentar:

* 1. **Tipos de indicadores según variables**

Es importante establecer con claridad que, para la aplicación de los aspectos estadísticos anteriormente conceptualizados, el fenómeno a estudiar y del cual se recopila información, es **el turismo**; dentro de este gran fenómeno los objetos de observación y análisis son el **turista o visitante**, **los prestadores de servicios turísticos, la economía generada por el turismo, la balanza de pagos** y **las entidades o administraciones públicas**.

Cada uno de los anteriores objetos de estudio o categorías, contienen una o algunas variables que son las siguientes:

1. **Categoría turista o visitante**

La variable es la demanda o consumo turístico.

1. **Categoría prestadores de servicios turísticos**

La variable es la oferta o bienes y servicios que se ofrecen a los visitantes.

1. **Categoría economía generada por el turismo**

Las variables son empleo, puestos de trabajo, PIB turístico, formación de capital e inversión no financiera.

1. **Categoría balanza de pagos**

Las variables son importaciones y exportaciones de viajes y transporte.

1. **Categoría administraciones públicas**

La variable es gastos de la administración pública en actividades o campos relacionados con el turismo.

* **Variable demanda o consumo turístico**

Es el monto pagado para la adquisición de bienes y servicios de consumo, así como de bienes valiosos para consumo propio o para regalar durante y para viajes turísticos, que corresponde a transacciones monetarias (el alcance del gasto turístico). Incluye además las llamadas transferencias sociales en especie que benefician a los visitantes, la imputación de los servicios de alojamiento en casas de vacaciones que pertenecen a sus propietarios, etc. (Conceptos estandarizados DANE).

Dentro de esta categoría, se incluyen los siguientes indicadores relacionados con la demanda turística:

* Valor agregado turístico.
* Total gasto turístico receptor.
* Total gasto turístico interno.
* Total gasto turístico emisor.
* Gasto interno en excursionismo.
* Promedio de noches pernoctadas por tipo de turismo.
* Flujo de viajeros por turismo receptor.
* Flujo de viajeros por turismo interno.
* Flujo de viajeros por turismo emisor.
* Flujo de viajes de excursionismo.
* Motivo de la visita.
* Clasificación del visitante.
* **Variable oferta turística o producción de bienes y servicios**

En esta variable se registra la producción de las industrias turísticas y las otras industrias que generan productos característicos del turismo, productos conexos al turismo y otros productos, permitiendo calcular su participación del consumo turístico. Se centra en la oferta de bienes y servicios a los visitantes, definiendo las actividades productivas y los productos que constituirán el núcleo del análisis, y las variables económicas relevantes asociadas con la oferta.

El análisis del turismo desde un punto de vista de la oferta, se centra en las unidades de producción características del turismo que no conforma una rama de actividad única, sino que es un conjunto que incluye un número de clases de actividades de las "industrias turísticas" como todos los establecimientos, cuya actividad productiva principal es una actividad productiva característica del turismo.

Dentro de esta categoría, se incluyen los siguientes indicadores relacionados con la oferta turística:

* Producción de servicios de alojamiento para visitantes.
* Producción de servicios de provisión de alimentos y bebidas.
* Producción de servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril.
* Producción de servicios de transporte de pasajeros por carretera.
* Producción de servicios de transporte de pasajeros por agua.
* Producción de servicios de transporte aéreo de pasajeros.
* Producción de servicios de alquiler de equipos de transporte.
* Producción de agencias de viajes y otros servicios de reserva.
* Producción de servicios culturales deportivos y recreativos.
* Producción de bienes de consumo (bienes adquiridos por los visitantes en el trascurso de sus viajes para uso propio o para regalo).
* Producción de otros servicios (servicios asociados al turismo no clasificados previamente).
* **Variable económica del turismo**

Permite dimensionar la contribución del turismo en la economía nacional, identificando los bienes y servicios turísticos y las actividades que los generan, así como su relación con las demás actividades económicas.

Dentro de esta categoría, se incluyen los siguientes indicadores relacionados con la economía del turismo:

* Empleo turístico.
* Producto interno bruto turístico.
* Puestos de trabajo a tiempo completo por tipo de actividad o servicio turístico (alojamiento, restaurantes, transporte, agencias de viajes, esparcimiento y otros).
* **Variable balanza de pagos**

Contiene información sobre las importaciones y exportaciones de viajes y transporte aéreo de pasajeros que permite conocer el valor de la balanza de turismo.

Dentro de esta categoría, se incluyen los siguientes indicadores relacionados con la balanza de pagos del turismo:

* Total importaciones turismo.
* Total exportaciones turismo.
* **Variable administraciones públicas o consumo colectivo turístico**

Mediante esta variable, es importante medir la cuantía de los gastos de las administraciones públicas en los campos relacionados con el turismo, como promoción, información, planificación, etc. y que no tenga cabida en la medición del agregado relativo a la importancia económica. del turismo. El sector público juega un papel importante en muchos países en el desarrollo armonioso de las actividades del turismo. Establece el marco legal que regula la actividad del turismo, realiza ciertos controles sobre la producción de servicios y, en algunos casos, garantiza la calidad del servicio que se facilita al turista o visitante, establece el marco legal para la inversión privada y dicta normas para la conservación del medio ambiente y del patrimonio histórico y cultural. La administración pública estudia los flujos de visitantes y propone ciertas iniciativas de carácter público para atraer el flujo de visitantes a ciertas localidades o destinos y en determinadas temporadas; organiza importantes eventos y coordina las iniciativas privadas encaminadas a atender a los visitantes, también controla la financiación de las inversiones requeridas para el turismo.

Dentro de esta categoría, se incluye el siguiente indicador relacionados con el consumo colectivo turístico o de las administraciones públicas:

* Gasto de las administraciones públicas en apoyo al turismo.
  1. **Sistema de Información Turística SITUR**

El Ministerio de Comercio, Industria y Comercio de Colombia, implementa un Centro de Información Turística denominado CITUR, con la finalidad de generar informes de turismo con periodicidad mensual, por parte de los entes territoriales como municipios, ciudades o destinos turísticos nacionales.

**CITUR**

El informe presenta información sobre el comportamiento del sector turismo a nivel nacional y adicionalmente, muestra datos de flujos de visitantes (extranjeros no residentes, colombianos residentes en el exterior, cruceros internacionales y salida de colombianos), conectividad aérea (tráfico aéreo nacional e internacional), turismo interno, visitas a parques nacionales naturales, ocupación de alojamiento y algunas cifras macro del sector; dentro de las que se incluye la cuenta satélite de turismo, el valor agregado de alojamiento y servicios de comida y las exportaciones de viajes y transporte (balanza de pagos). La periodicidad del informe es mensual.

“Es un sistema integral para el manejo de las estadísticas de turismo de Colombia, que facilita el seguimiento del comportamiento del turismo y genera datos para la formulación, evaluación, seguimiento y coordinación de políticas dirigidas al desarrollo del sector, haciendo uso de las tecnologías de la información” (MINCIT, s.f.).

Los destinos turísticos están en la obligación de implementar el SITUR con la finalidad de recolectar, consolidar y presentar las estadísticas del turismo en su territorio, mediante herramientas de tecnología como *software* de captura de datos, observatorios de turismo y páginas web, que contengan los resultados de las mediciones y la divulgación de las estadísticas del turismo en el destino.

Este sistema de información aporta y alimenta los datos para la cuenta satélite de turismo.

**SITUR**

1. **Sistema Estadístico Nacional SEN**

“Es el conjunto articulado de componentes que garantizan la producción y difusión de las estadísticas oficiales a nivel nacional y territorial que requiere el país, de manera organizada y sistemática. Sus componentes son las entidades y organizaciones productoras de información estadística y responsables de registros administrativos, los usuarios, los procesos e instrumentos técnicos para la coordinación, así como las políticas, principios, fuentes de información, infraestructura tecnológica y talento humano necesarios para su funcionamiento” (SEN, s.f.).

Los objetivos del SEN son los siguientes:

* Suministrar a la sociedad y al Estado estadísticas oficiales nacionales y territoriales de calidad, teniendo en cuenta el enfoque diferencial.
* Promover el uso de las estadísticas oficiales en el diseño y evaluación de las políticas públicas.
* Promover el conocimiento, acceso, difusión oportuna y uso de las estadísticas oficiales, así como de la información asociada.
* Propiciar el fortalecimiento y aprovechamiento de los registros administrativos, así como el intercambio de información entre los miembros del SEN, como fuente para la producción de estadísticas oficiales, el mejoramiento de la calidad y la coherencia en las cifras.
* Impulsar la innovación en la producción y difusión de las estadísticas oficiales y en el uso estadístico de registros administrativos.
* Fomentar la integración de la información estadística con la información geoespacial para la producción y difusión de estadísticas oficiales.
* Procurar la preservación de las series estadísticas oficiales y de las bases de datos asociadas.
* Fomentar la cooperación entre los miembros del SEN en el diseño y desarrollo de metodologías y de mecanismos de integración e interoperabilidad, en el intercambio de información que contribuyan a la generación de estadísticas oficiales y al fortalecimiento de la calidad y coherencia de estas.

El Sistema Estadístico Nacional en el desarrollo de sus actividades, se rige bajo los siguientes principios:  
  
**Calidad**  
La información estadística que se produce y difunde en el sistema debe ser precisa y rigurosa, con el fin de garantizar que las decisiones se basen en la mejor información posible.  
**Coherencia**  
Los miembros del SEN deberán propender porque la información estadística que generan esté acorde con la producida por los demás miembros, en particular, cuando se refieran a sectores o temáticas específicas.  
**Coordinación**  
Los miembros del SEN deben participar activamente y de manera armónica en los diferentes lineamientos y esquemas de actuación articulada que se establezcan para el sistema.  
**Eficiencia**  
Los miembros del SEN deberán planear y gestionar adecuadamente el uso de los recursos financieros, humanos y tecnológicos en la producción y difusión de las estadísticas oficiales. Por lo tanto, los miembros del SEN seguirán los lineamientos impartidos por el Coordinador del sistema, soportados en estándares y buenas prácticas internacionales y aplicarán los estándares de producción estadística con el fin de evitar duplicidades y propiciar economías de escala.  
**Oportunidad**  
Los miembros del SEN deberán propender por mejorar los tiempos para la publicación de estadísticas oficiales con el fin de responder de manera efectiva a las demandas de información de los diferentes usuarios.  
**Pertinencia**  
La información estadística suministrada por los miembros del SEN velará por responder a las expectativas y necesidades de la sociedad en aras de mejorar las políticas públicas.  
**Transparencia**  
Los miembros del SEN deberán poner a disposición del público la información estadística y los procesos a través de los cuales esta se produce, resultados, metadatos y variables de caracterización, sin perjuicio de las garantías de protección de datos personales y las reservas de ley.

* 1. **Normatividad aplicada**

El sistema estadístico nacional SEN se rige por la siguiente normatividad relacionada:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ley 79 de 1993** | **Decreto 262 de 2004** | **Ley 1753 de 2015** | **Decreto 1746 de 2016** | **Decreto 2404 de 2019** |
| Por la cual se regula la realización de los censos de población y vivienda en todo el territorio nacional. | Por el cual se modifica la estructura del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE y se dictan otras disposiciones. | Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país” | Por el cual se reglamenta el artículo 160 de la ley 1753 de 2015 y se adiciona el título 3 a la parte 2 del libro 2 del Decreto 1170 de 2015 Único del Sector Administrativo de Información Estadística. | Por el cual se reglamenta el artículo 155 de la ley 1955 de 2019 y se modifica el título 3 a la parte 2 del libro 2 del Decreto 1170 de 2015 Único del Sector Administrativo de Información Estadística. |

* 1. **Estructura organizativa del sistema**

De acuerdo con lo establecido legalmente, el **Sistema Estadístico Nacional** está conformado por todas las entidades que producen estadísticas o que poseen registros administrativos que pueden ser utilizados para la producción de información estadística, las cuales son:

* Entidades pertenecientes a las Ramas del Poder Público, en todos los niveles de la estructura estatal, central o descentralizada por servicios o territorialmente; del orden nacional, departamental, municipal y distrital.
* Los órganos, organismos o entidades estatales independientes o autónomos de control.
* Las personas jurídicas, públicas o privadas, que presten servicios públicos.
* Cualquier persona jurídica o dependencia de persona jurídica que desempeñe función pública o de autoridad pública.
* Personas jurídicas que posean, produzcan o administren registros administrativos en el desarrollo de su objeto social, que sean insumos necesarios para la producción de Estadísticas Oficiales.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) es el ente rector y por lo tanto coordinador y regulador del Sistema Estadístico Nacional (SEN).

* 1. **Información estadística del sector turismo**

Se entiende el turismo como un fenómeno cuya presentación estadística conlleva desafíos particulares debido a su naturaleza, por lo que se hace necesario precisar algunos conceptos fundamentales, tales como viaje, viajero, visitante y entorno habitual, entre otros. De acuerdo con el glosario empleado por la ONU, en el documento “Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo” 2008; el término viaje designa la actividad de los viajeros. Un viajero es toda persona que se desplaza entre dos lugares geográficos distintos, por cualquier motivo y duración.

El término viaje turístico, es entendido como los viajes realizados por los visitantes, haciendo alusión a todo

desplazamiento considerado como turismo, de una persona, desde el momento de su salida hasta su

regreso. Por lo tanto, un viaje turístico emisor, cuyo destino principal está fuera del país, corresponderá al

viaje realizado entre el momento en que el viajero deja su lugar de residencia habitual y el momento en que

regresa al mismo. Con excepción a esta regla y por su particular importancia para el país receptor, un viaje

turístico receptor corresponde al viaje realizado por un no residente en el país de referencia desde el

momento de su llegada hasta el momento de su partida, esto porque desde la óptica del país receptor, lo

que ha ocurrido antes de la llegada no es de su interés.

El turismo hace referencia a la actividad de los visitantes. “Un visitante es una persona que viaja a un destino

principal, fuera de su entorno habitual, con una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal

(ocio, negocios, tratamiento de salud, visitas a familiares u otro motivo personal) que no sea empleado por

una entidad residente en el país visitado”. Estos viajes realizados por los visitantes se consideran viajes

turísticos.

El territorio económico es una referencia geográfica y económica y se refiere al país para el que se realiza

la medición. El concepto de residencia permite la clasificación de los visitantes de conformidad con su lugar

de origen y de destino, haciendo posible identificar el turismo internacional como las actividades de los

visitantes por fuera de su país de residencia.

El entorno habitual de una persona, concepto clave en el turismo, se define como la zona geográfica

(aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades rutinarias. Finalmente, el turismo internacional engloba las actividades de un visitante fuera del país de residencia, como parte de un viaje turístico internacional.

La información estadística turística de Colombia consolida, actualiza y permite encontrar la información oficial del sector turismo de manera detallada y confiable. Se diseña en función de las necesidades de información de los usuarios, tales como entidades gubernamentales, prestadores de servicios turísticos, academia y turistas. Las necesidades fueron detectadas a partir de ejercicios de socialización y diseño con participación ciudadana.  
  
La información turística acoge los lineamientos y recomendaciones para el procesamiento de información realizadas por la OMT, el Banco Mundial y el DANE y se ajusta a los lineamientos del Sistema Estadístico Nacional según el decreto 2404 de 2019. De igual manera en el proceso de implementación se cuenta con el acompañamiento de lineamientos técnicos y metodológicos de instituciones como el Ministerio de las TIC y el DANE.  
  
Las estadísticas del turismo cuentan con la integración de la información primaria obtenida por fuentes secundarias externas como DANE, Banco de la República, Migración Colombia, Policía Nacional, entre otros, y fuentes primarias internas como el Registro Nacional de Turismo, Colegios Amigos del Turismo y la Certificación de bioseguridad Checkin.  
  
Mediante esta información se pueden consultar los principales indicadores sectoriales tales como visitantes no residentes, flujo aéreo, balanza de pagos, tasa de ocupación, y otros adicionales. La información facilita la toma de decisiones de todos los agentes de la cadena turística, logrando que la información esté disponible en diferentes niveles de desagregación, y facilitando su análisis y visualización.  
  
El ministerio de comercio, industria y turismo realiza un proceso de digitalización de la información turística del país, que tiene dentro de sus objetivos principales la integración de herramientas tecnológicas e investigativas de punta para responder a las necesidades del sector.

1. **Proceso de recolección y análisis de datos**

El proceso de recolección y análisis de datos conlleva los siguientes pasos o etapas generales:

***Identificación de las necesidades de información.***En esta etapa, se identifica de manera adecuada la necesidad de información para establecer con precisión el o los objetivos del estudio, su alcance, y los tipos de datos asociados al mismo.

***Selección de la técnica de recolección de datos.***En esta segunda etapa el investigador deberá seleccionar las fuentes en donde encuentra la información y la técnica de recolección de datos (observación directa, entrevistas, encuesta, investigación documental) que le permitan obtener la información a un mínimo costo (dinero y tiempo) posible. En esta etapa, el investigador deberá definir el tamaño de la muestra, la calidad requerida y el tipo de datos que le permitan resolver el problema planteado de la manera más eficiente.

***Recolección de datos.***Es, tal vez, la etapa de mayor importancia en la investigación, ya que la calidad de los datos obtenidos depende de una buena recolección, por lo tanto, ésta deberá sujetarse a reglas estrictas

que permitan obtener información deseada.

***Procesamiento de datos y su interpretación.***Consiste en la elaboración de tablas estadísticos de trabajo, tablas estadísticas de referencia, gráficas y cálculo de medidas estadísticas apropiadas al proceso descriptivo o inferencial seleccionado. Esto consiste en procesar los datos muestrales mediante representaciones tabulares, gráficas y medidas estadísticas con el objeto de hacer una descripción de los resultados o interpretación respectiva.

***Inferencia estadística y conclusiones.***Esta etapa proporciona una contribución muy importante, ya que en ella se define el nivel de confianza y significado del proceso inferencial, lo cual sirve como orientación a quien debe tomar una decisión sobre el tema objeto de estudio. Este último permite al investigador establecer una

conclusión sobre objeto de estudio y en algunas ocasiones elaborar sugerencias para la solución de posibles problemas encontrados en el mismo.

* 1. **Fuentes de información**

Una fuente de información es todo aquello que proporciona datos para analizar un fenómeno y es la base para la búsqueda del conocimiento. Las fuentes de información son un instrumento para el conocimiento, la búsqueda y el acceso de a la información. Existen dos diferentes tipos de fuentes de información que son las primarias y las secundarias las cuales se utilizan o se combinan dependiendo del nivel de búsqueda que se requiera.

**Fuentes de Información Primarias.** Este tipo de fuentes contienen información original es decir son de

primera mano, son el resultado del trabajo de campo realizado por los investigadores directamente en una fuente, cuya información no existe en ninguna otra parte. Contienen información directa antes de ser interpretada o evaluada por otra persona.

**Fuentes Secundarias.** Este tipo de fuentes son aquellas que ya han procesado información con fines diferentes al del objeto de estudio. Las principales fuentes de información secundaria son los libros, monografías, publicaciones periódicas, documentos oficiales o informe técnicos de instituciones públicas o

privadas, tesis, trabajos presentados en conferencias o seminarios, testimonios de expertos, artículos periodísticos, videos documentales y foros. La recolección de esta información se realiza por una interpretación, un análisis, así como la extracción y recopilación de la información contenida o encontrada en la fuente secundaria.

Las principales fuentes secundarias que aportan información estadística del turismo son Migración Colombia y el Banco de la República.

* 1. **Técnicas de recolección de datos**

Las técnicas de recolección son los procedimientos o métodos escogidos y utilizados para acceder a las fuentes de información. De acuerdo con el tipo de fuente y el enfoque de investigación, existen las siguientes herramientas o métodos para conseguir datos:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tipo de Fuente** | **Enfoque de investigación** | **Técnica o método** |
| **Primaria** | Cualitativo | * Encuestas * Entrevistas * Grupo Focal (Focus Group) * Observación |
| Cuantitativo | * Encuestas * Experimentación o Experimentos |
| **Secundaria** | Cualitativo o Cuantitativo | * Revisión o análisis documental |

A continuación, se conceptualiza y presentan los aspectos principales de cada una de las técnicas o métodos de recolección de datos.

**La Entrevista.** Existen 3 tipos de entrevistas: *Estructurada, No estructurada* y *Semi estructurada (*combinación de entrevista estructurada y no estructurada*).*

La entrevista es una comunicación interpersonal entre dos o más personas con el fin de obtener respuestas en temas específicos. Es un diálogo entre el investigador y la fuente de investigación acerca de los puntos de una temática. Las preguntas pueden ir surgiendo en la medida que avanza el diálogo (*No Estructurada)*, aunque también se puede utilizar un guion o derrotero inicial con preguntas preestablecidas (*Estructurada)*. En este caso, el guion marca el desarrollo de la entrevista, pero las aclaraciones en cada respuesta o los detalles pueden llevar a preguntas no planeadas. El propósito, en general, es explorar sobre cada respuesta que proporciona el entrevistado.

Ventajas generales:

Proporciona respuestas amplias y en ocasiones extensas

* Permite ahorrar tiempo y recursos
* No requiere mucha experticia del investigador
* Emite datos generales y principalmente de tipo cualitativo

Desventajas generales:

* La información recolectada puede ser superficial
* Dificulta la profundización del tema
* Su información no es uniforme
* La amplitud de sus datos no permite su organización o codificación adecuada

**Grupo Focal (Focus Group).** Es una técnica por medio de la cual se prepara un guion para que un grupo de personas (entre cuatro y seis) libremente y con comodidad expresen sus sentimientos y opiniones. Se permite que entre ellos haya aclaraciones, pero se debe evitar el debate o el reproche. Esta herramienta es más flexible que la entrevista ya que los participantes más que responder puntualmente a preguntas, son incitados para expresarse según sus expectativas o experiencias.

El principal propósito de las sesiones de grupo consiste en obtener información al escuchar a un conjunto de personas del mercado meta convocadas al tiempo y en el mismo lugar o espacio, siendo apropiadas para hablar sobre temas de interés para el investigador.

Características:

Habilidad para establecer rápidamente una relación armónica con los participantes

Flexibilidad al ser un método empleado para que el grupo encuentre una forma cómoda para expresarse

Capacidad para controlar las influencias en el grupo y evitar el dominio de algún participante

Los Focus Group son usados principalmente para determinar comportamientos de consumo, y sus hallazgos cualitativos deben ser interpretados como información acerca de los procesos mentales de los consumidores.

Algunos ejemplos de cuando utilizar los grupos focales son:

* Se llevan a cabo para investigar el "por qué" del subconsciente, permitiendo adentrarse en la dinámica interna de los consumidores
* Recoger información exploratoria sobre un tema de Marketing en un segmento del mercado
* Explorar inicialmente información para ampliar, profundizar y comprender con información cuantitativa posterior
* Identificar argumentos y contra argumentos con respecto a la adopción de determinados comportamientos de consumo
* Evaluar estrategias comunicacionales antes o después de su exposición
* Evaluar empaques, nombres de marca o elementos de Marketing, buscando conocer las connotaciones, asociaciones, sentimientos y expectativas generadas por ellos
* Elaborar hipótesis, listar preguntas y establecer tipologías de consumidores

**La Observación.** Es un encuentro con el contexto inmediato investigado que hace el equipo de investigación para lograr información objetiva y directa sobre el comportamiento de los procesos allí realizados (López y Sandoval, sf). Puede ser observación estructurada o no estructurada y observación participante o no participante.

Cuando se hace observación estructurada el problema ha sido claramente definido y se pueden estudiar los patrones de comportamiento que se quieren interpretar. Es decir, el investigador tiene ya una guía exacta de lo que registrara en sus observaciones. En el caso de la observación no estructurada los patrones se van obteniendo en la medida que avanza la observación. Esto quiere decir que la observación no atiende a una guía predeterminada de factores o variables a observar. Dentro del proceso de observación se van definiendo las características que se considerarán luego en las conclusiones.

Desde otro ángulo, cuando se hace observación participante el investigador se integra completamente a la comunidad de estudio y asume roles de sus miembros, mientras que en la observación no participante el investigador es un observador externo a la cotidianeidad de la población, no asume roles de ellos, ni es participe de su comunidad.

**La Encuesta.** Es una herramienta que permite recoger la información a través cuestionarios con preguntas concretas (abiertas o cerradas) acerca de variables que se desean medir. Las preguntas cerradas se caracterizan porque brindan al entrevistado unas opciones fijas de respuesta para que elija; en cambio las preguntas abiertas dejan el espacio para que el entrevistado responda como lo desee.

Características de la encuesta:

* Técnica de recolección que utiliza métodos de comunicación para obtener la información, en donde el colectivo analizado o encuestados son conscientes de estar participando en una investigación de mercados
* Es una técnica cuantitativa cuyo objetivo es describir y cuantificar una conducta o comportamiento, y los resultados de la muestra pueden extrapolarse estadísticamente a la población total
* Utiliza la estadística y se realiza en un momento concreto de tiempo obteniendo información solamente de las características del mercado para ese momento de su aplicación
* Es un método estructurado que utiliza un cuestionario diseñado como instrumento básico de obtención de información, en el cual se recomienda que la mayor parte de las preguntas especifiquen las alternativas u opciones de respuesta

Tipos de encuestas de acuerdo con los medios utilizados:

* Telefónica
* Física o personal
* Por correo
* Virtual o electrónica

Proceso o pasos para diseñar una encuesta:

1. Identificar claramente la información necesaria y los objetivos de la investigación, de acuerdo con los aspectos iniciales establecidos antes del diseño. Se deben retomar o revisar estos aspectos del problema de investigación
2. Seleccionar el tipo de encuesta de acuerdo con el medio apropiado o pertinente, con los recursos, facilidades y tiempo disponibles
3. Diseñar el cuestionario de la encuesta (se desarrolla en el siguiente paso de este Tutorial)

Algunos ejemplos de aplicación de encuestas en investigación de mercados:

* Comportamientos de compra y consumo
* Intenciones de compra de nuevos productos
* Conocimiento de productos o servicios
* Motivaciones de compra
* Actitudes del cliente o consumidor
* Características demográficas o perfil de clientes
* Estilos de vida
* Análisis y percepción de competencia
* Validación de prototipos de producto/servicio

**La Experimentación.** Es discutible si la experimentación puede considerarse como una técnica de investigación o como un tipo de investigación cuantitativa. Depende de la perspectiva desde la cual se mire. Consiste en la creación de escenarios artificiales para medir el comportamiento de variables. Las investigaciones experimentales permiten determinar el efecto de variables independientes (los estímulos) sobre variables dependientes. Para esto se crean grupos experimentales y grupos de control y se diseñan estrategias para minimizar la incidencia de otras variables llamadas extrañas.

**La revisión o análisis documental.** Consiste en la revisión y evaluación de documentos que informen sobre el actual desarrollo y caracterización o sobre el registro histórico y evidencias de procesos, eventos, negocios, objetos, estructuras, técnicas o acontecimientos que sean del interés del proyecto de investigación.

Algunos ejemplos son la consulta o revisión de informes de ventas, publicaciones con estadísticas comerciales de gremios o sectores empresariales, estudios de mercado realizados y publicados, bases de datos relacionadas con variables de Marketing como mercado o clientes y competidores, páginas web de la competencia, artículos con información de Marketing, etc. Se considera como la única técnica o método existente para recolectar información en fuente secundaria, ya sea para información de tipo cualitativa o cuantitativa.

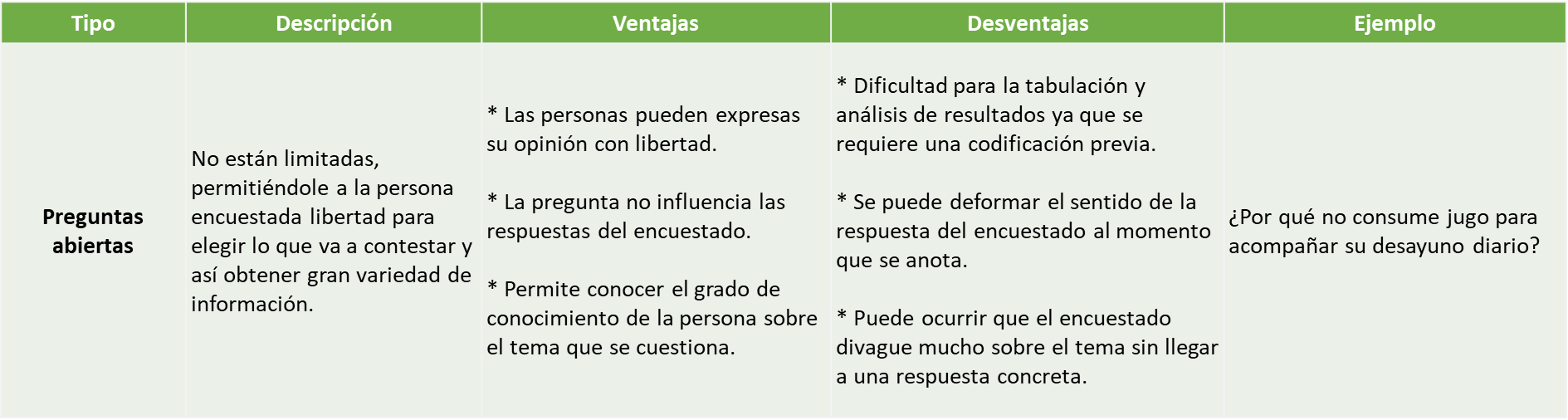
La principal técnica de recolección de datos en el turismo es la encuesta y en particular para la cuenta satélite de turismo la Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT), la Encuesta de Viajeros Internacionales (EVI) y

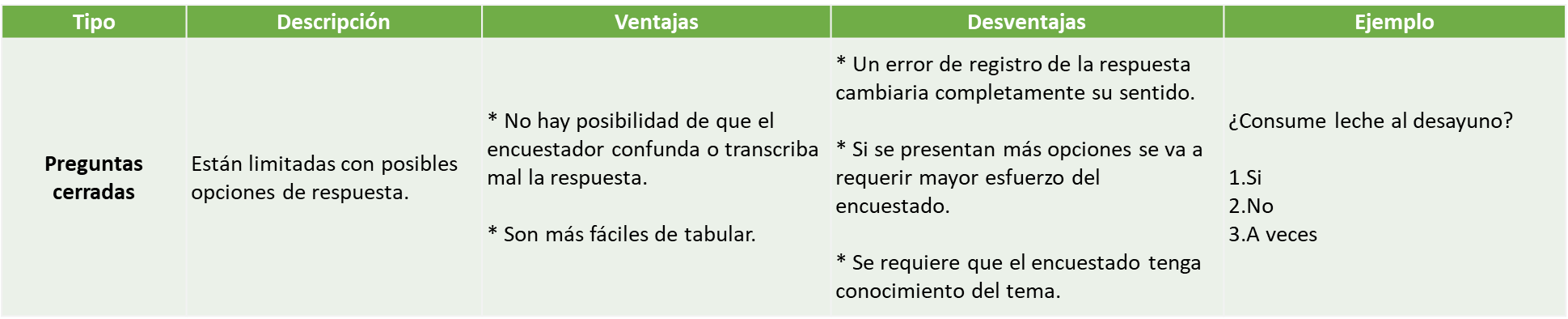
la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).

* 1. **Diseño de herramientas de recolección de datos**

Teniendo en cuenta los anteriores aspectos metodológicos y conceptuales, el instrumento por medio del cual se realiza la recolección de los datos o información, consiste en un Cuestionario que contiene las preguntas necesarias al utilizar las técnicas de Encuesta (tipo de preguntas cerradas preferiblemente), Entrevista y/o Grupo Focal (tipo de preguntas abiertas en su gran mayoría).

**Consideraciones sobre el tipo de preguntas del Cuestionario:**

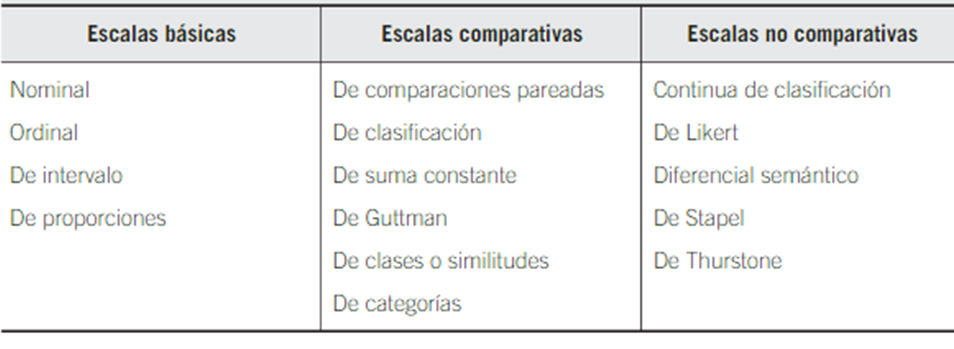
****

****

**Tipos de preguntas cerradas:**

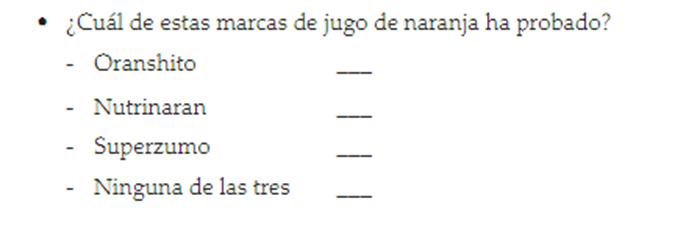
* Introductorias: Atraen la atención del encuestado despertando su interés, aunque no estén directamente relacionadas con el tema objeto de la investigación.
* Opción múltiple: Varias respuestas previstas para que el encuestado elija solo una.
* De respuesta múltiple: Tienen respuestas previstas para el que el encuestado escoja más de una.
* Filtro: Permiten seleccionar o clasificar a las personas interrogadas.
* En batería: Están formadas por una serie de preguntas encadenadas, de manera que se permita profundizar en determinada cuestión. Esta serie de preguntas puede ir precedida de una pregunta "filtro", que determinará si procede o no formularla.
* De evaluación: El encuestado emite un juicio de valor sobre el tema en cuestión.
* De control: Para evaluar la exactitud y coherencia de las respuestas obtenidas.
* Ponderativas: Posibles respuestas en orden progresivo de calificación.

**Tipos de escalas de respuestas:**

****

A continuación, las principales escalas utilizadas para las opciones de respuesta de cada grupo, en los Cuestionarios de una encuesta:

NOMINAL: Se utiliza únicamente para identificar diferentes categorías o alternativas de respuesta. Ejemplo:

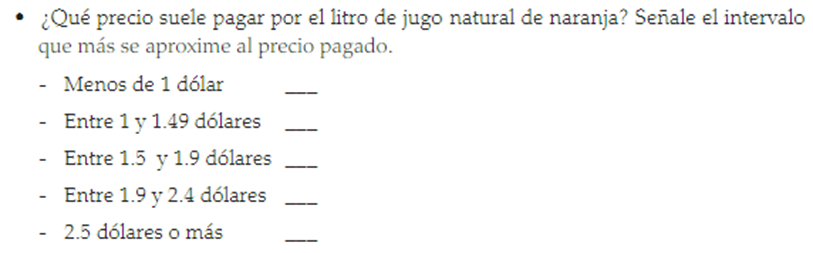
****

ORDINAL: Asigna diferentes valores a distintas respuestas, con la intención de asignarles un rango u orden. Ejemplo:

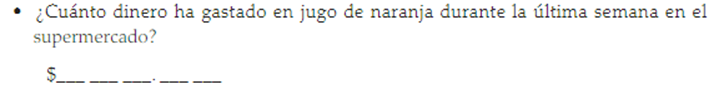
**Tabla

Descripción generada automáticamente**

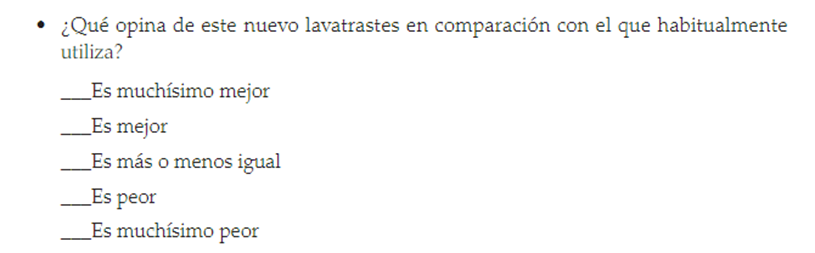
DE INTERVALO: Los números asociados a las distintas respuestas muestran un orden de estas y, además, la diferencia entre los valores de la escala es constante y tiene un significado. Ejemplo.

****

DE PROPORCIONES: Tiene las características de las escalas descritas anteriormente y, además, ayuda a la obtención de razone coherente con sus valores. Ejemplo:



DE CATEGORIAS: Se pide la opinión del entrevistado respecto de un estímulo en comparación con un punto de referencia. Las posibles respuestas se transforman en enunciados verbales. Ejemplo:

****

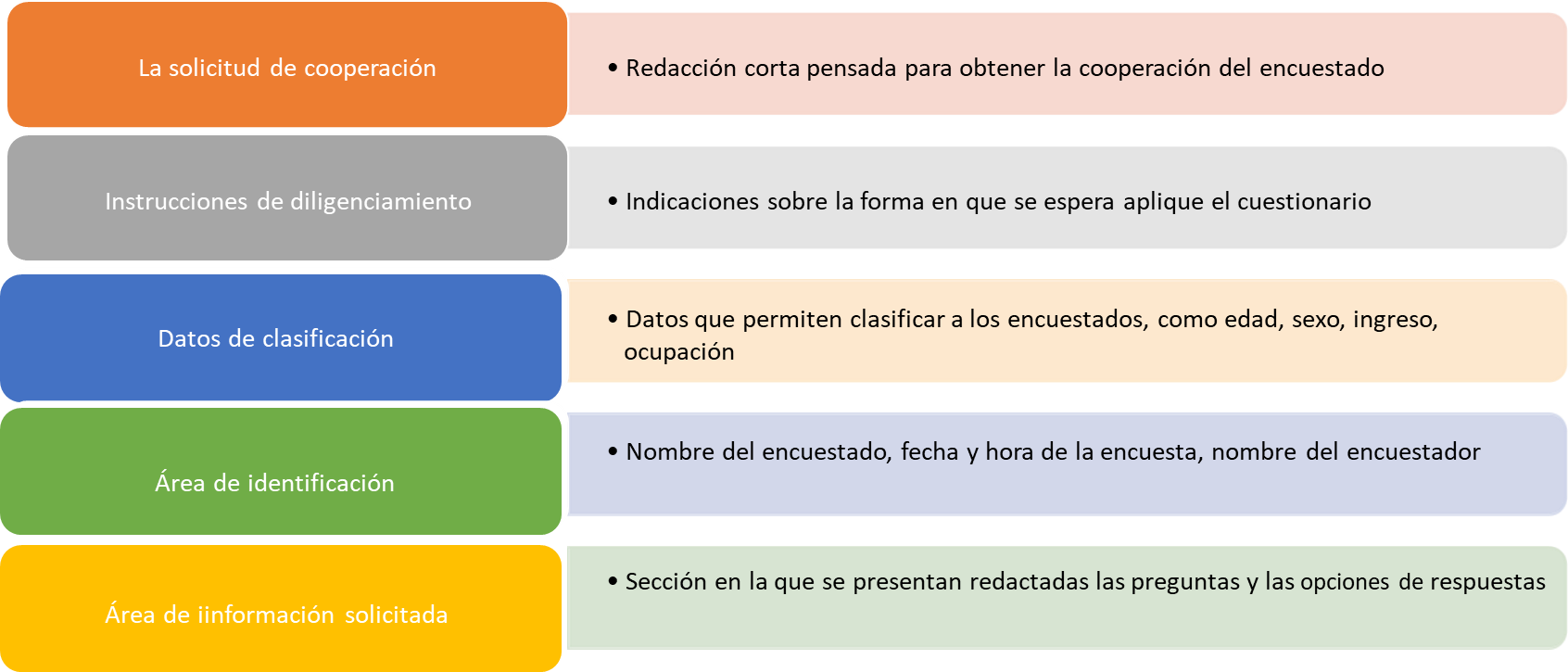
ESCALA LIKERT: Este tipo de escalas requieren que el entrevistado señale un grado de aceptación o desacuerdo con una diversidad de afirmaciones relacionadas con el objeto de la actitud. Ejemplo:

Tabla

Descripción generada automáticamente

Descripción / Valoración

**Componentes o partes de un Cuestionario en su respectivo orden de presentación o diseño:**

****

Para finalizar, es necesario tener en cuenta al diseñar un cuestionario que el número de preguntas está en función de la cantidad de información que requiere la investigación, no existe un número estándar de preguntas mínimo o máximo para el cuestionario, se sugiere que no deje información importante y necesaria sin recolectar, y que tampoco incluya demasiadas preguntas lo cual eleva el tiempo de presentación de la encuesta para el encuestado.

El cuestionario diseñado para recolectar datos estadísticos del turismo debe ser aplicado primero mediante una prueba piloto, en por lo menos una o dos unidades de la fuente primaria establecida, con el fin de ser validado y ajustado antes de su ejecución total en la muestra establecida. Esto representa una prueba para establecer si las preguntas y opciones de respuesta son correctas y funcionan adecuadamente, y el cuestionario no tiene dificultades para su diligenciamiento por parte de los encuestados, logrando obtener la información necesaria en forma correcta.

* 1. **Procesamiento y análisis de información**

De manera organizada, secuencial y metodológica se llevan a cabo cuatro (4) pasos, para realizar el procesamiento de los datos recolectados mediante la aplicación del instrumento de recolección de información. Es importante tener en cuenta que el procesamiento se desarrolla utilizando la herramienta de ofimática Excel.

Estos pasos son los siguientes indicando instrucciones particulares con el procedimiento a realizar en cada uno de ellos.

**Codificación del instrumento de recolección (encuesta):** La codificación de la encuesta consiste en asignar como su nombre lo indica los códigos por medio de números, con los cuales se identificarán cada una de las encuestas, cada pregunta y cada respuesta de esta. La tabla de codificación tiene directa relación o se constituye el insumo necesario para la tabulación del segundo paso a realizar. De acuerdo con una tabla en formato de Excel para la codificación, el procedimiento es el siguiente:

1. Asignar en una columna de “registro de la columna” un número consecutivo iniciando en 1, para identificar cada encuesta y cada pregunta del cuestionario.
2. En el “número de pregunta” se coloca el número consecutivo de las preguntas del cuestionario, excepto para la primera fila que corresponde al número de la encuesta.
3. En una columna de “descripción” va el texto de cada pregunta del cuestionario respectivamente, sin cambiar absolutamente nada del texto original de la encuesta.
4. En una columna de “codificación” se asigna un código o número consecutivo internamente (es decir, numeración independiente para cada pregunta con sus respectivas respuestas), a cada opción de respuesta contemplada en cada pregunta del cuestionario de la encuesta, a excepción de la primera fila de esta columna en donde debe indicar con cuántos dígitos va a numerar las encuestas.
5. Se debe verificar que están codificadas todas las preguntas y respuestas del cuestionario.

**Tabulación de las encuestas**: La tabulación es el proceso mediante el cual se elaboran tablas simples que de manera sencilla registran las respuestas de cada pregunta en cada una de las encuestas, mediante una distribución estadística. De acuerdo con una tabla en formato de Excel para la tabulación, el procedimiento es el siguiente:

1. Registrar en la columna 1 la numeración con la cual identifica cada una de las encuestas realizadas.
2. A partir de la columna 2 en adelante, digitar el código de la respuesta dada por el encuestado, a cada una de las preguntas (columnas) y en cada encuesta tabulada (filas).
3. Cuando se finaliza el ingreso de los datos o códigos de todas las respuestas de las encuestas en la tabla, el formato de Excel en la parte final arrojará el resultado de las frecuencias o cantidad de respuestas que tengan el mismo código, mediante la fórmula o función de Excel CONTAR SI que se aplica en las celdas correspondientes.
4. Se debe verificar en la última fila de “Totales” que la sumatoria de la cantidad de respuestas agrupadas corresponda en cada columna, con la cantidad total de encuestas realizadas.

**Tablas de distribución de frecuencias y gráficos estadísticos:** En estadística una frecuencia es el número de veces que se repite algo, en el caso de procesamiento de datos es la cantidad de veces que se repite una respuesta de la encuesta, que ha sido debidamente codificada y tabulada en los pasos anteriores del procesamiento. Existen Frecuencia absoluta y Frecuencia relativa; la primera es el número total de veces que se repite un atributo o respuesta, mientras que la segunda es la proporción o porcentaje que representa esa frecuencia absoluta en relación con el total de datos procesados.

La distribución de frecuencias es la forma de presentar de manera específica las frecuencias correspondientes a cada respuesta de una pregunta de la encuesta, y se realiza mediante una tabla que contiene 3 columnas correspondientes primero a las diferentes categorías de respuestas, segundo a las frecuencias absolutas (cantidad en número) y tercero las frecuencias relativas (proporción en porcentaje %).

Los gráficos estadísticos de frecuencias son las representaciones gráficas que ayudan a visualizar de forma rápida, los principales rasgos de una distribución de frecuencias presentando los resultados de manera gráfica y visual. Los principales tipos de gráficos de frecuencias son Histogramas (columnas o barras), Polígonos o gráficos de líneas, gráficos circulares (tortas y anillos), de dispersión y de burbujas.

De acuerdo con el formato de Excel que contenga las tablas de distribución de frecuencias y los gráficos estadísticos respectivos, el procedimiento es el siguiente:

1. Se diligencia la columna “categorías de respuestas” de la tabla registrando cada uno de los textos de las respuestas de la pregunta a la cual corresponde a la tabla.
2. Se registra en la siguiente columna la frecuencia absoluta *fi* de cada categoría de respuesta, la cual corresponde o se encuentra en los resultados finales de la tabulación.
3. Se calcula la frecuencia relativa *fr* en la columna final de la tabla, mediante dividir la frecuencia absoluta entre el total de datos y multiplicar por 100 para convertir en porcentaje.
4. Se diseña el gráfico de preferencia de cada tabla de frecuencias mediante la opción del menú de Excel “*insertar”,* y dentro de éste *“Gráficos”* seleccionado el que corresponda. Se siguen las instrucciones de Excel para seleccionar las columnas de la tabla con los datos que permiten realizar el gráfico y complementar con el título respectivo.

**Análisis e interpretación de resultados:** De acuerdo con los resultados obtenidos y presentados mediante el procesamiento de los pasos anteriores, se procede en la parte final a analizar cada resultado y efectuar una interpretación mediante un texto breve o redacción que indique los hallazgos obtenidos.

Mediante un documento de informe se redactan las interpretaciones de los resultados de una tabla de distribución de frecuencias, siguiendo las siguientes recomendaciones:

* Utilizar las frecuencias relativas o porcentajes para presentar las interpretaciones
* Redactar un texto breve que no supere 4 o 5 líneas máximo
* Interpretar haciendo relación a la pregunta de que se trate
* Para el caso de interpretaciones con más de 2 categorías de respuesta, se utiliza preferiblemente los resultados relevantes que corresponden a la frecuencia superior o más alta y la menor o más baja. Se puede también incluir para algunas interpretaciones la segunda frecuencia más alta, recomendando no incluir todas las frecuencias o categorías de respuestas en la interpretación.

1. **Cuenta satélite del turismo**

La necesidad de caracterizar la industria turística y valorar su aportación al conjunto de la actividad económica justifica la operación estadística denominada Cuenta Satélite del Turismo. En ella se analiza el turismo como fenómeno económico desde la oferta y desde la demanda, se elaboran las principales macromagnitudes del sector, y se calcula la evolución de su peso respecto al Producto Interior Bruto a precios de mercado.

La cuenta satélite de turismo (CST) es una extensión del sistema de cuentas nacionales que tiene como objetivo ampliar el conocimiento sobre las actividades turísticas según las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), tendientes a constituir una herramienta básica de análisis que permita la formulación de políticas para la promoción y comercialización del sector.

* 1. **Marco conceptual**

Desde mediados de los años 90’s, la Organización Mundial del Turismo ha impulsado y apoyado la implementación del desarrollo de la cuenta satélite de turismo, utilizando el marco general de las Cuentas

Nacionales, entendida como el marco conceptual para fortalecer la representación de la importancia

macroeconómica del turismo dentro de la economía de los países.

El marco recomendado consta de una serie de diez tablas elaboradas a partir de la información disponible

sobre los flujos y los gastos asociados a las diferentes formas de turismo, así como sobre la oferta de bienes

y servicios en la economía, en particular aquellos característicos del turismo, el empleo y la inversión; una

conciliación entre sí de estas informaciones, y finalmente su inserción dentro de las estimaciones de las

Cuentas Nacionales.

Con la CST, la OMT tiene un doble propósito: de una parte, alentar a los países que se encuentran en la

fase de desarrollo de su sistema de estadísticas de turismo a que traten de establecer estas cuentas de

manera experimental o piloto, con el fin de comprobar su coherencia y poner en evidencia los vacíos

existentes en su sistema de información con miras a su mejoramiento; de otra parte, una vez establecido el

sistema estadístico, resaltar el hecho que la CST es el instrumento por medio del cual se verifica su

coherencia interna y permite relacionar explícitamente las variables económicas sectoriales, propias del

turismo, con las demás variables representadas en las Cuentas Nacionales.

En Colombia y bajo la coordinación del DANE se conformó un grupo integrado por representantes del Banco

de la República, la Corporación Nacional de Turismo (CNT); el Instituto de Fomento Industrial (IFI); el

Ministerio de Desarrollo Económico y el Departamento Nacional de Planeación.

Bajo la orientación y la asesoría internacional brindada por la Junta del Acuerdo de Cartagena (JUNAC),

dicho grupo produjo las respectivas matrices y las cuentas sectoriales para el año 1988, que se definió

como el periodo de comparación subregional con los demás países del área.

A finales de la década de los 90 se estipula como compromiso con la Comunidad Andina, la elaboración de

la Cuenta Satélite de Turismo (CST) que nace como un proyecto pluri institucional para el cual se convoca

un comité de turismo compuesto por:

* El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, quien lo presidirá
* El viceministro de Turismo, quien lo presidirá en ausencia del ministro de Comercio, Industria y Turismo
* El presidente de Procolombia, quien podrá delegar su participación en el vicepresidente de Turismo
* El director o Gerente de la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística, o quien haga sus

veces

* El presidente de la asociación de agremiaciones nacionales de prestadores turísticos, con mayor número de prestadores afiliados
* Los presidentes de las agremiaciones nacionales de los prestadores de servicios turísticos señalados en el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006
* Los presidentes de las agremiaciones nacionales de los aportantes de la Contribución Parafiscal para la

Promoción del Turismo señalados en el artículo 3° de la Ley 1101 de 2006

* Tres (3) representantes de instituciones de educación superior de formación turística, uno (1) por cada

uno de los niveles técnico, tecnológico y universitario.

La elaboración de la CST se vinculó al sistema de mediciones macroeconómicas de la Contabilidad Nacional, en el marco de la elaboración de la nueva base del año 2000.

**Objetivo general de la CST.**

Realizar la medición macroeconómica del sector turismo, según las recomendaciones de la Organización

Mundial del Turismo (OMT) en un marco analítico extendido del sistema de cuentas nacionales.

**Objetivos específicos de la CST.**

* Realizar la medición del valor agregado turístico, para identificar la magnitud y la importancia económica del sector, en la economía nacional.
* Suministrar datos detallados sobre el consumo del visitante y cómo este consumo es satisfecho por la

oferta interior y las importaciones, integrados dentro de los cuadros oferta utilización de las cuentas

nacionales, tanto a precios corrientes como constantes.

* Medir los ocupados y los trabajos equivalentes a tiempo completo del sector turismo.

**Alcance.**

Las cuentas satélites son una extensión del Sistema de Cuentas Nacionales que comparten sus conceptos,

definiciones y clasificaciones. Permiten ampliar la capacidad analítica a un área de interés específico. La CST permite dimensionar la contribución del turismo en la economía nacional, identificando los bienes y servicios turísticos y las actividades que los generan, así como su relación con las demás actividades económicas.

La CST brinda información sobre el consumo turístico, las cuentas de producción y generación del ingreso

de las actividades típicas del turismo, flujos de personas en turismo emisor y receptor, empleo generado, y

otros agregados económicos como el valor agregado turístico y la demanda turística total.

* 1. **Contenido y estructura de la cuenta satélite de turismo**

La CST proporciona información relacionada con el valor agregado turístico, gasto por tipo de turismo

(receptor, interno, emisor), gasto interno en excursionismo, promedio de noches pernoctadas por tipo de

turismo, flujo de viajeros por tipo de turismo (receptor, interno y emisor), flujo de viajes de excursionismo.

Adicionalmente, genera información de población ocupada y trabajos equivalentes a tiempo completo para

5 niveles agregados de actividades turísticas: alojamiento y restaurantes; transporte, agencias de viajes,

esparcimiento y otros.

Dentro de la estructura de los indicadores que proporciona la CST se obtienen:

* Valor agregado turístico: se calcula por actividad económica, como la diferencia entre la producción y el

consumo intermedio.

*Valor agregado= producción-consumo intermedio*

* Total gasto turístico interior: se calcula como la suma del total del gasto turístico interno y el total del gasto turístico receptor.

*Total gasto turístico interior= Total gasto turístico interno + Total gasto turístico receptor*

* Total gasto turístico interno: se calcula como el producto entre el gasto per cápita día por motivo de viaje o tipo de transporte en turismo interno y el número de viajes realizados en turismo interno.

*Total gasto turístico interno=gasto per capita dia \* número de viajes*

* Total gasto turístico receptor: se calcula como el producto entre la el gasto receptor y el número de viajes de no residentes al interior del territorio.

*Total gasto turístico receptor=gasto receptor \* número de viajes*

* Total gasto turístico emisor: se calcula como el producto entre el gasto emisor y el número de viajes realizado por residentes en el exterior.

*Total gasto turístico emisor =gasto emisor \* número de viajes*

* Participación porcentual del valor agregado del turismo en el valor agregado nacional:

****

1. **SÍNTESIS**

En la síntesis del componente formativo “Análisis de datos estadísticos para el turismo”, se abordan los conceptos claves de la estadística como ciencia aplicada al sector turismo, los tipos de estadística y variables para analizar el comportamiento turístico, los indicadores del sector que se alimentan mediante un sistema de información turística, el funcionamiento del sistema estadístico nacional, cada una de las etapas del proceso de recolección y análisis de datos del sector turismo, y los conceptos y elementos básicos de la cuenta satélite de turismo como mecanismo utilizado para la consolidación y divulgación de información turística que sirve para la toma de decisiones relacionadas con el mejoramiento y desarrollo del sector.

1. **ACTIVIDADES DIDÁCTICAS**

|  |  |
| --- | --- |
| DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA | |
| Nombre de la Actividad | Aplicando la estadística para el manejo de la información turística. |
| Objetivo de la actividad | Evaluar y reforzar el conocimiento adquirido sobre las diferentes herramientas estadísticas aplicadas en la recolección y manejo de la información y datos turísticos de acuerdo con la cuenta satélite de turismo. |
| Tipo de actividad sugerida |  |
| Archivo de la actividad  (Anexo donde se describe la actividad propuesta) | Actividad\_didactica\_CF12 |

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del Recurso o  Archivo del documento o material |
| 3.3 Información estadística del sector turismo | Página web. *Mincit.gov.co* | Otro. Página web | <https://portucolombia.mincit.gov.co/> |
| 3. Sistema estadístico nacional | Página web. *Dane.gov.co* | Otro. Página web | <https://www.dane.gov.co/index.php/sistema-estadistico-nacional-sen> |
| 5.Cuenta satélite de turismo | Documento. Ficha metodológica cuenta satélite de turismo CST | PDF | PDF |

1. **GLOSARIO:**

|  |  |
| --- | --- |
| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| Consumo turístico: | monto pagado para la adquisición de bienes y servicios de consumo, así como de bienes valiosos para consumo propio o para regalar durante y para viajes turísticos, que corresponde a transacciones monetarias (el alcance del  gasto turístico). |
| Dato: | cualquier información extraída de los fenómenos, fijada o codificada por el investigador. Es un elemento conocido directamente. |
| Demanda turística: | es la producción de los bienes y servicios consumidos por los demandantes-turistas, además de las dotaciones precisas para que exista una infraestructura turística. |
| Encuesta: | es un método de recolección de datos. Es llevada a cabo generalmente a través de algún cuestionario que puede o no ser diligenciado por el encuestado y/o encuestador. |
| Estadística: | ciencia que comprende una serie de métodos y procedimientos destinados a la  recopilación, tabulación, procesamiento, análisis e interpretación de datos cuantitativos y cualitativos. |
| Estadística inferencial: | rama de la ciencia estadística que proporciona métodos y procedimientos  que permiten obtener conclusiones para una población a partir del estudio de una o más muestras representativas. |
| Fuente de información: | es todo aquello que proporciona datos para analizar un fenómeno y es la base para la búsqueda del conocimiento. |
| Indicador: | es un indicio, señal o unidad de medida que permite estudiar o cuantificar una variable o sus diferentes dimensiones. |
| Muestra: | es un subconjunto representativo de la población a partir del cual se pretende realizar inferencias respecto a la población de donde procede. |
| Oferta turística: | es la producción de bienes y servicios turísticos que se ofrecen en venta a los visitantes o turistas. |
| PIB turístico: | es la suma del valor añadido (a precios básicos) generado en la industria turística, en respuesta al consumo turístico interior y el importe de los impuestos netos sobre los productos turísticos, y sobre las importaciones incluido dentro del valor de este gasto. |
| Turismo emisor: | es el relacionado con los viajes de residentes fuera del territorio económico. Abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico  interno. |
| Valor agregado turístico: | es la diferencia entre la producción y el consumo intermedio de bienes y servicios turísticos de un país o territorio. |
| Variable cualitativa: | se refiere a las propiedades de los objetos en estudio, tiene un carácter cualitativo y no se puede medir con números, es aquella que se expresa en forma verbal o no numérica. |

1. **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

Pierdant, I., & Rodríguez, J. (2006). *Elementos básicos de estadística para ciencias sociales*. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanidades.

Cabezas, E., Et al. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Comisión editorial de la universidad de las fuerzas armadas ESPE.

DANE. (2021). *Metodología general cuenta satélite de turismo - CST*. Dirección de síntesis y cuentas nacionales DANE.

Sampieri, R., Et al. (2010). *Metodología de la investigación.* Editorial McGrawHill.

OMT. (2003). *Manual de elaboración sobre cuenta satélite de turismo (CST)*. Documento informativo OMT.

Ministerio de Comercio, Industria y Comercio de Colombia. (s.f.). *Centro de Información Turística – CITUR.* MINCIT.

Sistema Estadístico Nacional-Colombia. (s.f.). *¿Qué es el SEN?* SEN.

1. **CONTROL DEL DOCUMENTO**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
| Autor | Efraín Morales Rivera | Experto temático | Regional Distrito Capital. Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. | Noviembre de 2024 |

1. **CONTROL DE CAMBIOS (Diligenciar únicamente si realiza ajustes a la Unidad Temática)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|  |  |  |  |  |  |