

Turismo Receptivo Uruguayo

Introducción

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que se encuentran fuera de su residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (pudiendo ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. El turismo receptivo, engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural, en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a este impacto, son requeridos una gran variedad de factores de la producción para obtener los bienes y servicios a ser adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo. Es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

Desde hace poco más de doce años, la economía uruguaya ha mantenido un proceso de crecimiento sostenido, lo cual le ha permitido despegarse de los países de la región alcanzando el PIB per cápita más alto de América (información proveniente de CEPAL). En el año 2016 se computó un crecimiento de 1,5% en el Producto Interno Bruto (PIB). La inflación acumulada para el año 2017 se ubicó en 8,10% en términos interanuales.

El peso del turismo en el año 2016 alcanzó el 7,3% del PIB, siendo la actividad de mayor impacto en las exportaciones de servicios, superando el 60%, y representando el 22% de las exportaciones totales del país.

No queda duda de la importancia del turismo en un país como Uruguay, de hecho el Ministerio de Turismo Uruguayo cuenta con un portal web mediante el cual acceder a informes y bases de datos que remontan a hace más de 10 años, además de información sobre políticas y programas como INNOVATURISMO y otros, lo que facilita el acceso del público en general a los mismos. Pero si bien toda la información se encuentra al alcance de la mano, el formato en el que ésta se remite a los usuarios podría ser más efectivo.

A medida que pasan los años la cantidad de datos que generan las empresas y entes del estado aumenta en forma exponencial por lo que estas se ven en la necesidad de aprender a manejarlos, procesarlos pero por sobre todo de presentarlos en forma resumida y comprensible.

La visualización de datos no es algo nuevo. A lo largo de la década de los noventa y principios de los 2000 los medios de comunicación y las empresas incorporaron los infográficos impresos como una forma más clarificadora de representar los números. La novedad radica en que el usuario pueda interactuar con tales visualizaciones, un hecho que han posibilitado tanto internet como los avances tecnológicos relacionados con la programación informática.

Entendemos por visualización de datos la presentación de datos en un formato pictórico o gráfico, esta permite a los tomadores de decisiones ver los análisis presentados visualmente, para que puedan captar conceptos difíciles o identificar nuevos patrones. Con la visualización interactiva, puede tomar el concepto un paso más allá mediante el uso de la tecnología para profundizar en gráficos y obtener más detalles, interactivamente cambiar los datos que vea y cómo se procesan.

Debido a la forma en que el cerebro humano procesa la información, utilizar gráficos para visualizar grandes cantidades de datos complejos es más fácil que examinar las hojas de cálculo o los informes. La visualización de datos es una manera rápida y fácil de transmitir conceptos de una manera universal y poder experimentar con diferentes escenarios haciendo pequeños ajustes.

Mediante la visualización de datos también se puede: identificar las áreas que necesitan atención o mejora, aclarar qué factores influyen en el comportamiento de turistas, ayuda a entender qué productos colocar en dónde y también a predecir volúmenes de ventas o ingresos futuros.

En este proyecto utilizaremos los datos disponibles de forma abierta en el portal <http://mintur.gub.uy/index.php/estadisticas/base-de-datos> y realizar un análisis exploratorio de los mismos para luego presentarlos de manera interactiva, ayudando de esa manera a otras personas interesadas en investigar con mayor profundidad el tema así como a aquellos usuarios que simplemente desean informarse sobre el mismo.

Específicamente trabajaremos con el turismo receptivo, que es el cual engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Aplicación de las herramientas y técnicas aprendidas durante la cátedra NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS ESTADÍSTICOS en la base de datos abiertos sobre turismo receptivo del Ministerio de Turismo del Uruguay.

Objetivos Específicos

- Realizar preguntas coherentes y responderlas con los gráficos o elementos adecuados.
- Utilización de librerías como dplyr, forcats, ggplot2, xtable y otras en un análisis estadístico.
- Redactar un trabajo completamente reproducible.
- Realizar un trabajo colaborativo mediante la plataforma Github
- Realización de visualizaciones interactivas utilizando shiny

Preguntas de Investigación

1. ¿De entre los visitantes que ingresan al Uruguay, cuáles son las nacionalidades predominantes?
2. ¿Por qué motivos ingresan al país?
3. ¿Cuáles son las principales zonas de interés de estos visitantes?
4. ¿Cuál es el promedio de días que permanecen en el país los turistas?
5. ¿En qué tipo de alojamientos se hospedan con mayor frecuencia?
6. ¿Como se comporta el Gasto con respecto al la nacionalidad, destino turístico y Alojamiento?

Metodología de investigación

Se realizó un estudio descriptivo de corte transversal mediante el análisis de la Encuesta de Turismo Receptivo y Dirección Nacional de Migración realizada a los visitantes que ingresaron a Uruguay durante el año 2015. Dicha encuesta fué llevada a cabo por agentes del Ministerio de Turismo del Uruguay. Inicialmente se pretendía la utilización de una serie temporal de al menos 5 años pero debido a que el cuestionario fue modificado y con él las variables, además teniendo en cuenta que el objetivo del presente proyecto es la aplicación de técnicas estadísticas e informáticas, se decidió utilizar el año 2015 como base para luego extender el análisis a los demás años en un trabajo posterior.

Los datos se encuentran disponibles en el portal de datos abiertos del Ministerio de Turismo

Principales variables:

- **Entro:** Punto de ingreso al país
- **TransIn:** Transporte usado en el ingreso
- **FecIng:** Fecha de ingreso al país
- **FecSal:** Fecha de salida del país
- **Nac:** Nacionalidad del entrevistado
- **Ciudad:** Zona de residencia del entrevistado
- **Motivo:** Motivo de viaje
- **Gente:** Cantidad de personas en el grupo encuestado
- **Ocupa:** Ocupación del encuestado
- **NivEst:** Último nivel de estudio alcanzado
- **Depto:** Departamento de destino principal
- **Aloja:** Alojamiento utilizado
- **Organizo:** Cómo organizó el viaje

- **GTotal:** Gasto Total
- **Destino:** Zona de Destino
- **coef:** Coeficiente de ponderación

Glosario de conceptos sobre turismo

Grupo de viaje Un grupo de viaje se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo.

Gasto turístico El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos.

Excursionista (o visitante del día) Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario. **Destino (destino principal)** de un viaje El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje.

Turismo internacional El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

Turismo receptor

Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

Turismo emisor El turismo emisor 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.

Turismo interior El turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

Turista (o visitante que pernocta) Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación.

Visita Un viaje se compone de visitas a diferentes lugares. El término “visita turística” hace referencia a una estancia en un lugar visitado durante un viaje turístico.

Vistante Un visitante es una 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 la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

Visitante de negocios Un visitante de negocios es un visitante para el que los negocios y motivos profesionales son el motivo principal de un viaje turístico.

Análisis Exploratorio

Como era de esperarse el periodo con mayor ingresos es el verano, esto se debe a que Uruguay es un país cuyo atractivo radica en sus playas y el mar. Los ingresos por motivos de turismo alcanzaron su punto máximo durante el mes de enero con un valor de " " dólares. A excepción de un pico inusual en el mes de Julio se observa una tendencia decreciente hasta Agosto que posteriormente aumenta hasta llegar en el siguiente año de nuevo a su pico máximo .

VISITANTES INGRESADOS A URUGUAY, POR ZONA DE DESTINO, ESTADÍA Y GASTO.

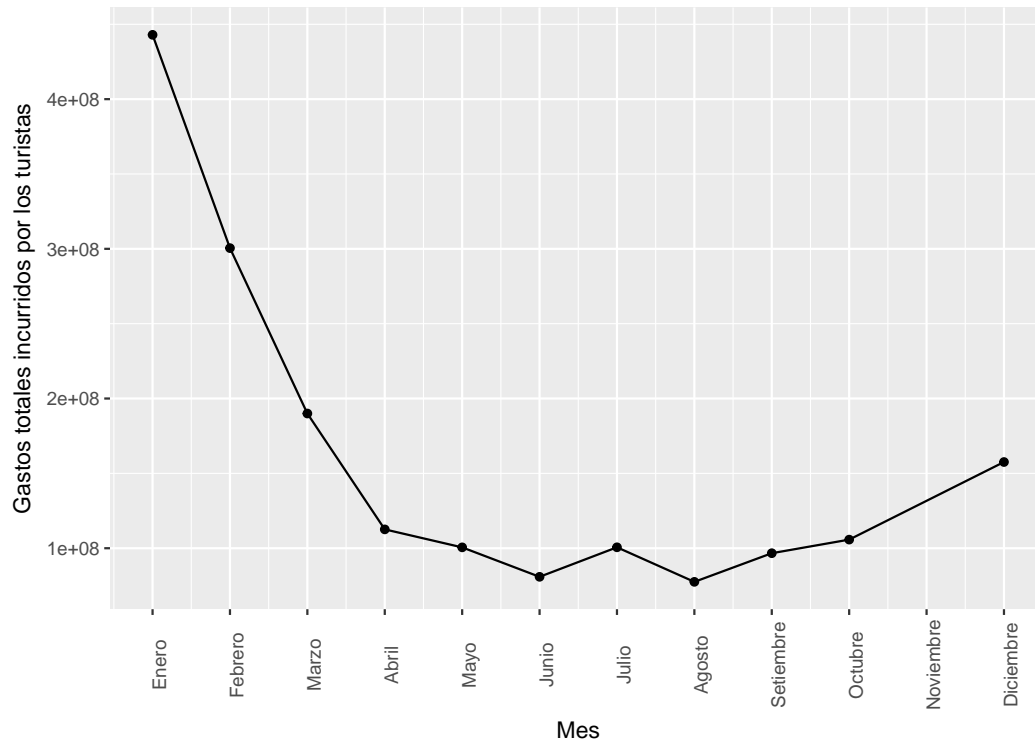


Figure 1: Gastos totales incurridos por turistas segun el mes durante el año 2015

Destino	n	dias	Gastos	Gastos_P	Gastos_PDia
Pta del Este	620593	8.2368834	746643454	1203	146
Colonia	256634	3.4354597	72087043	281	82
Montevideo	935847	6.1526067	572140271	611	99
Costa de Oro	126026	7.5555896	51623650	410	54
Piriapolis	128902	8.3562790	87838350	681	81
Costas Oceanicas	146586	9.1251414	99982992	682	75
Litoral Termal	424590	3.8586852	93900741	221	57
Transito	177592	0.6231770	5803105	33	53
Otros, S/D	148069	4.8036787	35626902	241	50

El principal destino durante el año fué Montevideo mientras que la mayor cantidad de ingresos la generó Punta del Este.

VISITANTES INGRESADOS A URUGUAY, POR NACIONALIDAD, ESTADÍA Y GASTO

NACIONALIDAD	n	dias	Gastos	Gastos_P	Gastos_PDia
Argentina	1706390	5.8704215	1078208930	632	108
Asia	15927	5.5713293	9431725	592	106
Brasil	429098	4.8156720	231814878	540	112
Europa	177717	7.1616814	113639775	639	89
Otro país América	238401	6.0898063	170979558	717	118
País de África u Oceanía	8731	5.2717450	5709635	654	124
Uruguay	388577	6.7827671	155862008	401	59

El principal origen de los visitantes es Argentina, seguido de Brasil y luego uruguayos no residentes en el país.

VISITANTES INGRESADOS A URUGUAY, POR ALOJAMIENTO UTILIZADO, ESTADÍA Y GASTO

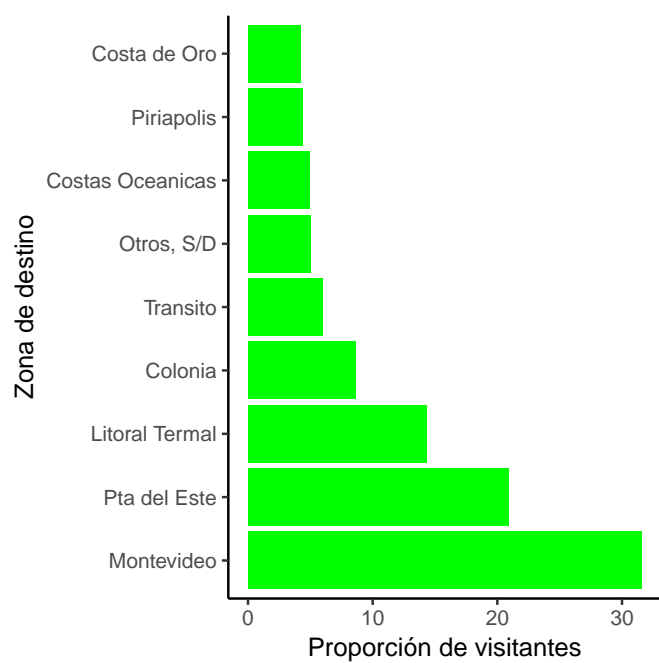


Figure 2: Proporción de visitantes ingresados a Uruguay según zona de destino

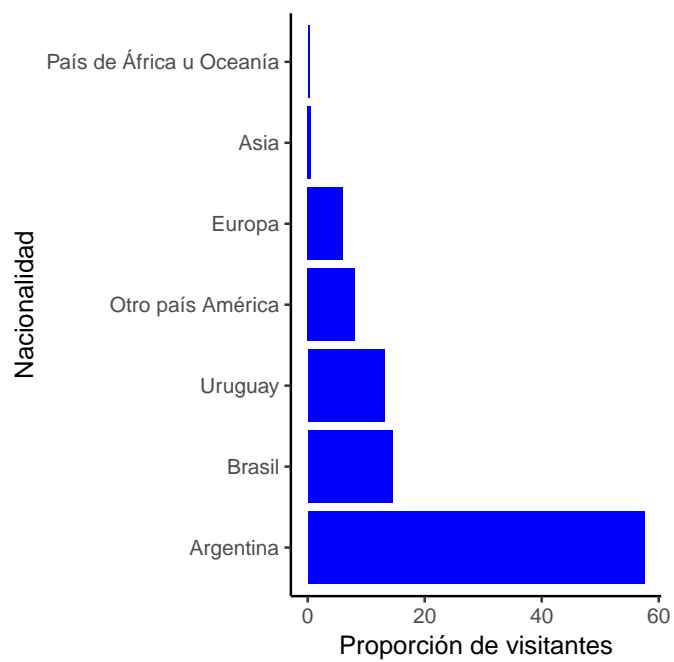


Figure 3: Proporción de visitantes ingresados a Uruguay según Nacionalidad

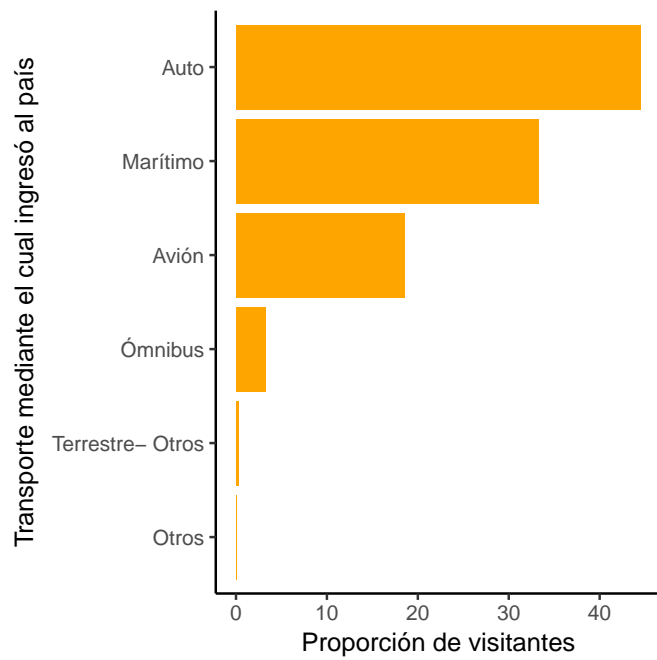


Figure 4: Proporción de visitantes ingresados a Uruguay según medio de ingreso al país

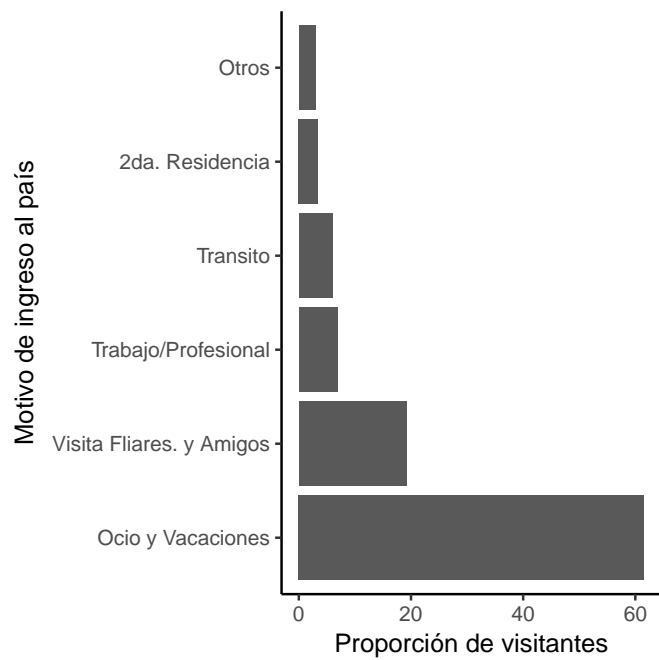


Figure 5: Proporción de visitantes ingresados a Uruguay según motivo de ingreso al país

ALOJA	n	dias	Gastos	Gastos_P	Gastos_PDia
Apart Hotel	40889	7.9107588	47148260.9639720	1153	146
Cabañas, Bungalow	59852	5.3409152	21472331.1387799	359	67
Camping	43550	6.3690056	11837229.3987818	272	43
Estancia turistica	2699	4.7330278	1437683.1440094	533	113
Hostal,Hostel, Albergue	108228	3.8860350	35221444.4563270	325	84
Hotel	925808	4.7803929	651154095.0780987	703	147
Otros-Sin Datos	125196	5.3975289	56078882.0712493	448	83
Sin alojamiento	202334	0.5417381	5107587.1213845	25	46
Tiempo Compartido	4322	7.6664313	3334602.3130351	772	101
Vivienda arrendada	262191	9.4801197	268265081.9673820	1023	108
Vivienda propia	253157	9.2706866	288388454.4618812	1139	123
Viviendas Familiares o amigos no residentes	120648	7.3378428	60857815.1080662	504	69
Viviendas Familiares o amigos residentes	815967	6.4496182	315343041.3448391	386	60

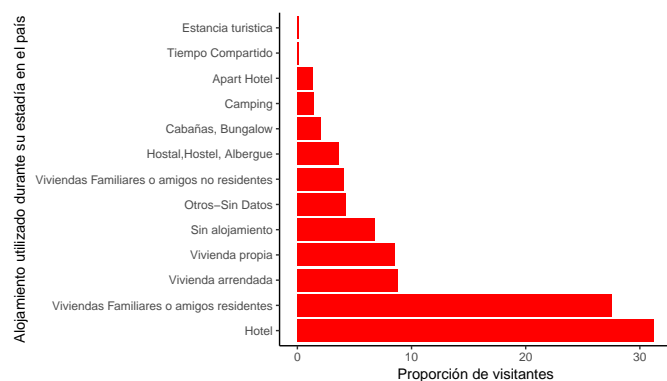


Figure 6: Proporción de visitantes ingresados a Uruguay según alojamiento utilizado durante su estadía en el país