

Este documento ha sido descargado de:
This document was downloaded from:

Núlan

**Portal *de* Promoción y Difusión
Pública *del* Conocimiento
Académico y Científico**

<http://nulan.mdp.edu.ar> :: @NulanFCEyS

+info <http://nulan.mdp.edu.ar/2499/>



Universidad Nacional de Mar del Plata

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

Tesis de grado

correspondiente a la LICENCIATURA EN ECONOMÍA

UN ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LOS DETERMINANTES DEL
GASTO TURÍSTICO EN RECREACIÓN Y ALIMENTACIÓN EN
MAR DEL PLATA

Autor: JOSÉ IGNACIO RIZZO

Dirección: María Victoria Lacaze

Codirección: Cristina Varisco

JURADO

Alegre, Patricia

Berges, Miriam

Lacaze, M. Victoria

Varisco, Cristina

Resumen

El estudio y análisis del gasto turístico resulta fundamental para el adecuado planeamiento y desarrollo de toda ciudad en la que la Industria Turística ocupe un lugar preponderante. La etapa preliminar para lograr estudios relevantes en la materia es la recolección de datos, instancia que muchas veces es subestimada a pesar de tener vital importancia para la producción de información económica confiable y fidedigna.

En la presente tesis se estudian en forma exploratoria los determinantes del gasto turístico en la ciudad de Mar del Plata para la temporada 2003/2004, en dos apartados claves: el gasto en alimentación y en recreación. A tal fin, se analiza en primer término la estructura del relevamiento que constituye la fuente de información del estudio y se indaga la forma en que dicha encuesta es suministrada a los turistas, puesto que se observa en la base de datos resultante una significativa cantidad de gastos declarados como “nulos” en apartados en los que es difícil pensar que un turista pueda dejar de gastar durante sus vacaciones. Seguidamente, se exploran las características socio-demográficas y económicas de los individuos captados por el relevamiento. Posteriormente, se correlacionan los gastos declarados como nulos con estas características socio-demográficas y económicas de los encuestados, así como del viaje que realizan. Finalmente, se analiza el gasto turístico en recreación y alimentación, identificando aquellos determinantes que más influyen en el mismo. Para ello, se plantea la posibilidad de que exista: a) censura en los datos y b) sesgo de selección muestral. Dichas hipótesis son contrastadas mediante la estimación de los modelos Tobit y Heckit, respectivamente, que permitieron identificar los principales determinantes del nivel del gasto así como las características que presumiblemente llevarían a declarar “cero pesos” en la encuesta, para el caso de la hipótesis del sesgo de selección. Los resultados obtenidos aportan evidencia a favor de esta segunda hipótesis de trabajo, lo que implica que existen características propias de los individuos y su tipo de viaje

que nos indican quiénes serían los mejor predispuestos a responder una encuesta de gasto con estas características de manera fidedigna.

PALABRAS CLAVES: Gasto turístico en Mar del Plata – Determinantes del gasto turístico – Toma de datos – TOBIT – HECKIT - Censura en los datos - Sesgo de selección.

Abstract

The study and analysis of touristic expenditure is essential for the proper planning and development of every city in which the tourism industry occupies an important place. The preliminary step to achieve relevant studies in the field is data collection, an instance that is often underestimated despite of being critical for produce reliable and accurate financial information.

In this thesis, the determinants of touristic spending in the city of Mar del Plata for the 2003/2004 season are studied in a exploratory way on two key topics: the expenditure on food and on recreation. Also, the surveys used to create the databases and how it is supplied are analyzed, since a very large amount of expenses are found to be declared as *zero* or *zero pesos*, in sections where it is difficult to think that a tourist can stop spending while on vacation. Then, the socioeconomic characteristics of respondents are explored, correlating the zero expenditures with that characteristics. Finally, the recreation and food expenditures are analyzed, identifying the main determinants to the level of this concepts. From here, the possibility of a) censorship data; and b)selection bias arises. These hypotheses are tested applying Heckit and Tobit models respectively, identifying the main determinants of the level of expenditure, and defining characteristics that lead to declare *zero pesos* in the expenses survey, for the selection bias hypothesis. The results provide evidence of that second hypothesis, which would lead us to accept that the characteristics of individuals and the type of trip tell us who are the best predisposed subject to answer a survey of expenditure of this type reliably.

KEYWORDS: Tourism expenditure in Mar del Plata - Determinants of tourism expenditure - Data collection - TOBIT - HECKIT - Censorship on data - Selection bias.

*Quiero agradecer especialmente a **Victoria** por su paciencia y buena predisposición durante este largo proceso.*

*A mis papás, **Mónica** y **José**, mis hermanas, **Francisca** y **Mari** y mis sobrinos, **Azul**, **Abril**, **Octavio** y **Nahuel**, por su cariño y apoyo incondicional.*

*A **Cielo**, por su amor, y por el hermoso camino que recorreremos juntos.*

*A **Nacho**, por darme una mano grande en el último tramo de este trayecto, y a **mis amigos** de siempre, por sus infinitas enseñanzas.*

Índice general

Resumen	ii
Abstract	iv
1. Introducción	1
1.1. Objetivos	4
1.2. Justificación	5
1.3. Estructura de la investigación	6
2. Marco Conceptual	7
2.1. El concepto de turismo en la historia y su relación con las ciencias sociales	7
2.2. El estudio del turismo desde la perspectiva de la economía	9
2.2.1. Demanda u oferta	10
2.2.2. Perspectiva macroeconómica o perspectiva microeconómica.	10
2.2.3. La toma de decisiones del consumidor turístico: enfoque microeconómico.	12
2.3. El gasto turístico	16
2.3.1. Recomendaciones para la medición del gasto turístico.	17
2.3.2. Los determinantes del gasto turístico: evidencia empírica en estudios de tipo microeconómico.	21
2.4. Las hipótesis de trabajo	32
3. Metodología	33
3.1. Censura en los Datos	35
3.1.1. Modelo TOBIT	36
3.1.2. El método de dos etapas de Heckman.	37

4. Resultados	42
4.1. Caracterización de la muestra	42
4.2. Resultados de las estimaciones	49
4.2.1. Descripción de las variables utilizadas en los modelos	50
4.2.2. TOBIT	53
4.2.3. HECKIT	56
5. Conclusiones	60
Bibliografía	64
Anexo	67
Índice de figuras	73
Índice de tablas	73

- Capítulo 1 -

Introducción

El siglo XX, entre muchas otras cosas, pasará a la historia como el siglo de la internacionalización y la globalización, marcado por un crecimiento exponencial del intercambio e interacción entre pueblos y naciones. La era de la industria ha dado paso a la de los servicios, la tecnología y la información, y el hombre tiene cada vez más deseos de saber y más medios para lograrlo. Teniendo en cuenta que la actividad turística no es más que la expresión del individuo fuera de su entorno cotidiano, todos estos cambios recientes han motivado y potenciado la actividad, haciendo que el turismo, que cuenta con muchos siglos de historia, viva su época de oro [André Romero, 1999].

Haciendo foco en los años recientes, a partir de la crisis del año 2008 la economía global comenzó a transitar un período de inestabilidad constante que continúa hoy en día. Durante el año 2014 esta tendencia se confirmó y, en términos generales, pudo observarse una profundización de la crisis europea, un proceso de recuperación muy lento en Estados Unidos y una desaceleración de la economía china y latinoamericana. Dentro de este panorama negativo, la industria turística ha demostrado ser una notable excepción ya que, a pesar de la crisis económica, ha logrado continuar con la tendencia de crecimiento que acusa ininterrumpidamente desde hace más de 60 años.

Durante el 2014 el arribo de turistas en todo el mundo creció un 4,3% respecto al año anterior, el crecimiento verificado en países emergentes (8%) resultó muy superior al registrado en las naciones desarrolladas (3%). Los datos disponibles sobre ingresos y gastos por turismo internacional confirman esta tendencia. Hoy en día, el turismo es uno de los principales actores del comercio internacional y su volumen de negocio iguala e incluso supera al de las exportaciones

de petróleo, productos alimentarios y automóviles. La contribución del mismo a la actividad económica mundial es cercana al 9% y su aporte al empleo es similar, explicando 1 de cada 11 puestos de trabajo a nivel global [OMT, 2015].

En Argentina la actividad turística se encuentra en franco ascenso desde hace décadas. Según datos del Ministerio de Turismo, durante el período 2003/2013, la llegada de turistas no residentes en el país acusó un crecimiento del 86%, lo que muestra a las claras el cada vez mayor interés global por conocer nuestro país.

La ciudad de Mar del Plata en particular presenta un perfil turístico definido, que se pone de evidencia en el fuerte predominio del sector terciario de actividad, ya que la producción y oferta de servicios genera el 64% del Producto Bruto Geográfico (PBG) del Partido de General Pueyrredon [Wierny et al, 2011]. Dada la modalidad turística prevaleciente de “sol y playa”, la mayor afluencia de visitantes se produce en el período comprendido entre el mes de diciembre y el feriado de Semana Santa. Las actividades desarrolladas por explotaciones hoteleras, gastronómicas e inmobiliarias, así como los servicios de transporte, están directamente relacionados con el turismo; el que, asimismo, afecta indirectamente a otras actividades como el comercio, la intermediación financiera, los servicios personales y empresariales, entre otros. Por lo tanto, el fenómeno turístico genera un conjunto de manifestaciones directas e indirectas, a través de las cuales se define gran parte de la estructura productiva del municipio.

La participación del turismo en la economía local puede ser aproximada por al menos dos vías. Desde un enfoque de demanda, a través del método del gasto turístico, dicho sector representa el 34,7% del Producto Bruto Geográfico del Partido de General Pueyrredon, en valores corrientes para el año 2004. Desde un análisis de oferta, el turismo contribuye con el 8,4% de la producción para el mismo año [Studnitz, 2014]. Si bien disímiles, estas dos estimaciones nos muestran que la influencia del sector turístico es totalmente determinante en el desarrollo de esta ciudad, lo cual puede significar una gran oportunidad para la misma teniendo en cuenta el continuo crecimiento de la actividad a nivel global y, especialmente, su apogeo en los países en desarrollo. A nadie escapa que para lograr aprovechar esta oportunidad es fundamental tanto la producción de nueva información relacionada con el fenómeno turístico como el procesamiento de la ya existente, con el objetivo de avanzar en la comprensión de los diversos aspectos del mismo y su influencia en la ciudad. No obstante esto, algunas investigaciones advierten la ausencia de una política integral que considere al turismo dentro de una estrategia de desarrollo territorial local [Barbini et al, 2002].

Son prácticamente inexistentes los análisis econométricos que, con datos referidos a la ciudad de Mar del Plata, examinen qué factores explican el gasto turístico. Esto puede deberse principalmente al difícil acceso que presentan las escasas encuestas turísticas realizadas. La presente investigación intenta contribuir en esta área de vacancia, efectuando una aproximación cuantitativa a la demanda turística en la ciudad de Mar del Plata desde una perspectiva microeconómica, que parte de la consideración del gasto turístico como variable de análisis para indagar acerca de sus principales determinantes. En particular, el estudio se focaliza en el gasto turístico realizado en concepto de recreación y alimentación. El estudio utiliza como fuente de información la “Encuesta de Gasto” que realiza anualmente el Ente Municipal de Turismo (EMTur) del Municipio de General Pueyrredon. Dicho relevamiento se lleva a cabo entre los meses de diciembre y marzo en diferentes puntos turísticos de la ciudad, indagando a los turistas arribados en cuanto a la cantidad de dinero destinado durante sus vacaciones en rubros como alojamiento, traslado, comida y otros bienes, así como también se les pregunta acerca de características propias de su viaje y de su valoración hacia Mar del Plata. En el estudio, se utilizó particularmente la encuesta relevada en la temporada 2003/2004, siendo este último el nuevo año base de las Cuentas Nacionales y, en particular, de las estimaciones del Producto Bruto Geográfico de General Pueyrredon.

La principal dificultad que presenta el análisis de esta base de datos es la gran cantidad de respuestas nulas que se observan como resultado de la indagación del gasto realizado por los turistas en las diferentes categorías en que el mismo se desagrega. Esta excesiva repetición de respuestas nulas constituye un disparador para formular algunas conjeturas. En primer lugar, la presencia de observaciones con gasto cero puede deberse a la naturaleza infrecuente de dicha erogación, debido a que el instrumento de recolección releva datos referidos al gasto realizado en un momento específico, que es el día anterior al del relevamiento. Por otra parte, también podríamos estar enfrentando una compilación de respuestas que se correspondan con cierto tipo de preferencias que, en la teoría microeconómica del consumidor, configuran lo que se denomina soluciones de esquina, esto es, situaciones en que los consumidores maximizan su presupuesto eligiendo no consumir cantidades positivas de algunos bienes, lo cual explicaría que algunos rubros de gasto registren valores positivos, mientras otros registran, simultáneamente, valores nulos. Finalmente, podría existir algún tipo de imperfección sistemática en la recolección de los datos que indujera involuntariamente a los encuestados a responder que no realizaron gastos en ocasiones en que sí lo hicieron. En tal caso, el dato habría sido computado como valor

nulo cuando, estrictamente, correspondería tipificarlo como dato faltante (*missing values*). Esto puede pensarse ya que, por ejemplo, en una gran cantidad de encuestas (344 de un total de 763, es decir, el 45 % de las mismas) encontramos que el turista declara que no realizó ningún tipo de gasto destinado a su alimentación sumando desayuno, almuerzo y cena durante el día anterior. Hay que remarcar que incluso en caso de que consumiese comida comprada con anterioridad, debiera imputarse ese gasto al día anterior, a los efectos de una correcta encuesta de gasto. Esto nos lleva a plantearnos que muy probablemente haya algún tipo de error a la hora de administrar la encuesta que haga que las respuestas no sean fidedignas, y de esta forma se sobreestima la cantidad de “gasto cero” en este rubro. Algo similar ocurre a la hora de analizar el gasto en recreación, si bien no es una categoría en la que debe realizarse erogaciones inevitablemente, llama la atención que en 478 casos (63 % del total) se declare gasto nulo tratándose de turistas.

Desde una perspectiva econométrica, cualquiera de estas conjeturas permite advertir un problema, que es el de la limitación de la información disponible, esto es, por una u otra razón no se observan algunos (o muchos) datos referidos al gasto realizado por la muestra de turistas entrevistados. En estas circunstancias, todo análisis referido a abordar los determinantes del gasto turístico generará resultados incorrectos, debido a que las estimaciones obtenidas resultarán inconsistentes y sesgadas. El trabajo efectúa las estimaciones econométricas pertinentes de ser aplicadas para cada una de las conjeturas formuladas, incluyendo las correcciones que deben aplicarse para subsanar los correspondientes sesgos. Arribar a resultados insesgados permite conocer el verdadero valor explicativo de cada determinante del gasto turístico y poder utilizar dichos resultados para la toma de decisiones futuras en materia de política sectorial.

§ 1.1 OBJETIVOS

El presente trabajo tiene como objetivo general:

Explorar los determinantes del gasto turístico realizado en concepto de recreación y alimentación en la temporada 2003/2004 en la ciudad de Mar del Plata.

A tal fin, se plantea la siguiente secuencia de objetivos particulares:

1. Analizar la estructura del relevamiento que constituye la fuente de información del estudio e indagar la forma en que dicha encuesta es suministrada a los turistas.

2. Explorar las características socio-demográficas y económicas de los individuos captados por el relevamiento.
3. Correlacionar los gastos declarados como nulos con las características socio-demográficas y económicas de los encuestados, así como del viaje que realizan.
4. Analizar el gasto turístico en recreación y alimentación, identificando aquellos determinantes que más influyen en el mismo.

§ 1.2 JUSTIFICACIÓN

En este trabajo se genera información que puede resultar de gran utilidad tanto para los gobernantes como para el sector comercial orientado a la demanda turística.

En primer lugar, el hecho de identificar los determinantes más significativos del gasto turístico puede ser aprovechado por estos dos tipos de actores. El gobierno puede a través de estos datos confeccionar y estudiar los perfiles de turistas estivales en Mar del Plata, para apuntar sus políticas de incentivo turístico hacia los sectores que considere que debe estimular en este sentido. Los comerciantes pueden reconocer y caracterizar a sus clientes, con lo que podrían orientar sus estrategias publicitarias hacia aquellos que pretenda captar desde su negocio particular.

Por otro lado, la investigación focaliza en los problemas que, a partir de las conjeturas enunciadas en los párrafos precedentes, podrían generar las limitaciones observadas en los datos primarios a la hora de efectuar un análisis de los determinantes del gasto turístico. Identificar correctamente qué tipo de problema existe es de gran importancia para el Estado Municipal, encargado de generar información que luego utilizará en su gestión y será herencia para las próximas.

En resumen, el trabajo arriba a conclusiones que serán útiles tanto para tener un perfil de los turistas que veranean en Mar del Plata como para indagar en los probables problemas existentes en la instancia de recolección de datos en las encuestas estivales de gasto turístico, proponiendo algunas recomendaciones útiles para subsanar estas deficiencias que, sin dudas, permitirán en un futuro recabar información de forma más eficiente.

§ 1.3 ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo se estructura de la siguiente manera. A continuación, se desarrolla el marco conceptual de la tesis, que inicia en el conocimiento de los orígenes del turismo como actividad y la génesis de su estudio para luego describir los aspectos fundamentales que marcan un análisis económico del turismo. A continuación se centra en la demanda turística para intentar conocer el proceso de toma de decisiones del consumidor turístico. Por último, se estudia al gasto como indicador de la demanda turística, describiendo los aspectos a tener en cuenta tanto en la medición como en la recolección de datos y se repasan los determinantes que en la literatura práctica han sido utilizados a la hora de intentar explicarlo.

En la sección siguiente, se detalla la metodología necesaria para aplicar los dos modelos estadísticos que son utilizados en el estudio. Luego se lleva a cabo un análisis descriptivo de la base de datos utilizada, haciendo foco principalmente en las frecuencias observadas.

Por último, se exponen los resultados principales de la tesis, con su interpretación correspondiente, para luego dar paso a las conclusiones finales.

- Capítulo 2 -

Marco Conceptual

§ 2.1 EL CONCEPTO DE TURISMO EN LA HISTORIA Y SU RELACIÓN CON LAS CIENCIAS SOCIALES

Es probable que el interés por viajar, tener nuevas experiencias y conocer distintas culturas y paisajes sea tan antiguo como el hombre. Sin embargo la mayoría de los autores coinciden en que el fenómeno del turismo relacionado al ocio tal como lo conocemos hoy, encuentra sus orígenes en el siglo XIX como consecuencia de la Revolución Industrial. Y es recién a partir de la segunda década del siglo XX que comienza a tomar relevancia el estudio del turismo como actividad, a partir de allí se distinguen dos grandes períodos de pensamiento sobre el tema, que se describen a continuación.

Según Dachary y Burne (2005), la etapa inicial en cuanto a estudio del turismo se extiende hasta el final de la Segunda Guerra Mundial y su importancia radica en que en ella se desarrollaron algunos conceptos que tienen vigencia e influencia hasta nuestros días. Quizás el principal aporte fue el de “consumo turístico”, concepto introducido por el austríaco Joseph Stradner (1930), en el que ya se vislumbra la estrecha e inevitable relación que tiene el análisis del movimiento turístico con el impacto del mismo en la economía. En esos años, paralelamente el alemán Leopold von Wiese (1930) predice muy agudamente un fenómeno que se hará evidente con el paso del tiempo hasta tornarse casi natural: la evolución del término “extranjero”, que muta desde una connotación algo hostil hasta referir a personas que gozan de ciertos privilegios, por asociarse su presencia a cierto provecho económico para la comunidad que los recibe. Estos estudios pioneros surgen desde una perspectiva eurocentrista ya que es en el viejo continente

donde se generaron los primeros movimientos turísticos relacionados al ocio.

A partir de la última mitad del siglo XX comienza la segunda etapa de pensamiento del turismo, que se caracteriza por fundar una mirada del mismo como una actividad de masas. En esta nueva forma de abordar la actividad toma una relevancia cada vez mayor el estudio del impacto que genera la actividad turística en la economía de los países y en su crecimiento. Complementariamente, en este período surgen, desde la sociología, distintos análisis que comienzan a caracterizar al turismo como un fenómeno muy amplio que requiere un abordaje multidisciplinario. La definición más representativa de estos años es la de Hunziker y Krampf (1942) que parte de una mirada económico-social reconociendo la complejidad del fenómeno. Esta definición fue, con ligeras variaciones, aceptada durante más de 60 años como canónica. Dada su importancia la reproducimos a continuación: *“El turismo es la suma de fenómenos y relaciones que surgen de los viajes y de las estancias (fuera del lugar de residencia) de los no residentes, siempre que no estén ligados a una estancia permanente ni a una actividad remunerada”*.

A raíz de esta muy atinada descripción de la actividad, que hace especial énfasis en su carácter complejo, a partir de la década del ‘60 surgieron una gran cantidad de visiones acerca de cómo pensar el turismo, que fueron complementándose y formaron a través de su síntesis la concepción que tenemos hoy en día. Jafari (1994) fue quién sintetizó de mejor manera esta multiplicidad de conceptos en cuatro plataformas de pensamiento principales, que surgen sin un orden preciso en el tiempo y se retroalimentan unas a otras. En primer lugar este autor distinguió a la llamada *plataforma defensora*, que refiere principalmente a la escuela económica y estudia el impacto del turismo en las cuentas nacionales de los países. En segundo lugar a la *plataforma de advertencia*, que coincide con la irrupción de las ideas ecologistas y destaca los costos y externalidades de la actividad turística en la sociedad y el medio ambiente. Luego nos habla de la *plataforma de adaptación*, que nace en el medio de las dos anteriores y postula la necesidad de un turismo blando de baja intensidad, es decir, que aproveche las bondades de la actividad pero de forma planificada y atenuando sus impactos negativos. Estas tres plataformas naturalmente ocasionaron un gran avance en el estudio del turismo y dieron lugar a la última y superadora *plataforma del conocimiento*, que es en gran parte la que prima hoy en día. En ella se analiza a la actividad turística como un gran negocio a nivel mundial que crece geométricamente y requiere una versión holística y global (como la mayoría de las problemáticas actuales) para analizar sus impactos, beneficios, problemas y consecuencias en nuestra sociedad.

Dentro de esta perspectiva y llegando a la actualidad, encontramos la definición que propone

la Organización Mundial del Turismo, que es quizás la más extendida hoy en día y reviste gran importancia por partir del órgano que la impulsa, referente en el estudio de la cuestión. Allí se dice que *“el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”* [OMT,1998].

Agregaremos a esta primera definición la de Figuerola Palomo (1998), reconocido académico del área económica quién define al turismo como *“toda actividad que supone desplazamiento y conlleva el gasto de renta, cuyo objeto principal es el de conseguir satisfacción y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa y cuyo objetivo final es obtener una rentabilidad”*.

Esta última definición resulta de especial interés, ya que en ella se observan de forma clara los argumentos que posicionan al turismo como una actividad que deba ser objeto de estudio de nuestra ciencia. La economía, según su acepción más aceptada, es el estudio de la asignación de recursos escasos a necesidades ilimitadas y Figuerola Palomo dice que el turismo es un desplazamiento que tiene como objetivo principal satisfacer necesidades del viajante con recursos que no se encuentran a su alcance en su lugar de origen. Esto muestra a las claras por qué el turismo es considerado parte de la actividad económica, y lo es porque tiene como finalidad la satisfacción de necesidades a través de recursos escasos.

§ 2.2 EL ESTUDIO DEL TURISMO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA ECONOMÍA

Este trabajo se enmarca por su naturaleza dentro de la denominada economía del turismo la cual, siguiendo a De Rus y León (1997), se puede definir como *“aquella parte de la ciencia económica que trata de la aplicación de los principios económicos y de las técnicas del análisis económico a la industria turística, considerada como un conjunto de actividades que tienen como objeto principal la satisfacción de la demanda de los turistas”*. Dentro de este marco hay dos cuestiones teóricas básicas que debemos definir antes de empezar una investigación y que son las que marcan la personalidad de nuestra tesis.

2.2.1. Demanda u oferta

A la hora de estudiar el turismo desde un punto de vista económico es necesario tomar una decisión habitual en esta ciencia y que marca de forma clara el perfil del estudio: especificar si el abordaje se hará desde un enfoque de demanda o desde una perspectiva de oferta.

La oferta turística está compuesta por el conjunto de bienes y servicios consumidos por los viajeros, los cuales también, en su mayoría, son consumidos por la población local. Es por este motivo que actualmente no existe a nivel mundial un acuerdo acerca de cuáles son bienes y servicios específicos del turismo, los límites son difusos y difíciles de marcar y hay pocas formas en que los oferentes pueden saber si sus productos están siendo consumidos por los visitantes o por la población local [OMT, 1997].

Teniendo en cuenta la definición de turismo de la OMT citada en el apartado anterior podemos deducir que prácticamente cualquier actividad podría percibir ingresos que se consideren parte del gasto turístico. Esto nos lleva a la conclusión de que el estudio estadístico del turismo desde la óptica de la oferta conlleva una gran dificultad por el hecho de que su delimitación no está clara. El hecho de que cualquier actividad que pueda ser consumida por residentes también es susceptible de ser consumida por turistas convertiría a estos ingresos en gasto turístico, muchas veces sin que el ofertante del bien o servicio siquiera lo advierta. Esta complicación ocasionó con el correr de los años que el enfoque más extendido en la literatura práctica sea el del análisis de la actividad económica que origina el turismo desde una perspectiva de demanda turística, la cual puede ser identificada de forma mucho más simple a través de encuestas realizadas a los turistas en determinada zona geográfica o, en su defecto, a los residentes de un país en relación a su comportamiento al viajar fuera del mismo.

2.2.2. Perspectiva macroeconómica o perspectiva microeconómica.

Dentro de las ciencias económicas existen principalmente dos grandes formas de abordar el estudio del gasto turístico: desde una perspectiva macroeconómica o con una mirada microeconómica; éste es el segundo aspecto básico que marca el carácter del presente estudio.

En términos generales, la macroeconomía se ocupa del funcionamiento de la economía en su conjunto, estudiando de forma agregada la dinámica de todos los mercados. La microeconomía, por su parte, se centra en el comportamiento de cada unidad económica, como las familias y las empresas y analiza cuestiones como la formación de precios de cada mercado en particular

[Dornbusch et al, 2004].

El enfoque macroeconómico ha tenido un gran peso históricamente debido a la vinculación que se le atribuye al turismo con el desarrollo económico, el cual es objeto de estudio de las ciencias económicas a nivel macro, por lo que se han aplicado innumerables teorías propias de esta disciplina al turismo [Bote Gómez, 1996; Almirón, 2008; en Varisco, 2010]. Dentro de este tipo de trabajos se encuentran temáticas relacionadas al desarrollo local, productivo, humano y propiamente el desarrollo turístico. Otras cuestiones que han sido muy estudiadas son la Matriz Insumo Producto Turística, los índices de precios relacionados al turismo, la influencia en la Balanza de Pagos, la contribución del turismo dentro del Producto Bruto y su aporte a la demanda de trabajo, entre otros [Varisco, 2010].

Respecto al enfoque microeconómico en el estudio del turismo, cabe mencionar que históricamente este tipo de publicaciones fueron en proporción muchas menos que las de perspectiva macro. Varisco, en su trabajo de 2010, releva las investigaciones presentadas en los congresos organizados por la CONDET (Consejo de Decanos y Directores relacionados con la Enseñanza del Turismo) en nuestro país entre los años 2002 y 2009. Aquí observa que de los trabajos turísticos con enfoques derivados de las ciencias económicas, el 53 % tuvo en sus resúmenes objetivos de tipo macroeconómico, el 41 % tuvo objetivos relacionados a la administración y el marketing y tan sólo el 6 % estuvieron relacionados a la microeconomía. Esto nos da un buen panorama de la situación en nuestro país, que es extrapolable al estado de la cuestión a nivel global.

Las investigaciones de perspectiva microeconómica acerca del turismo se ocupan básicamente de dos cuestiones principales: la demanda de turismo y los sectores. En cuanto a la demanda se suele estudiar a los turistas desde una perspectiva dada por la teoría de comportamiento del consumidor y, generalmente, se busca identificar los determinantes que influyen sobre los visitantes a la hora de decidir sus gastos. En cuanto al análisis de los sectores turísticos (la hotelería y el transporte, principalmente), se observan cuestiones como su intensidad de uso, las inversiones y la variación en sus precios.

En el presente trabajo se estudia la demanda de turismo desde una perspectiva microeconómica. Debido a esto, en el próximo apartado se describe un concepto microeconómico fundamental que tiene gran importancia en la práctica ya que nos indica qué variables incitan al individuo a demandar determinados productos y servicios: el proceso de toma de decisiones del consumidor. En esta descripción, el proceso está adaptado a la situación del consumidor turístico, con las particularidades que este tipo de consumo conlleva. Luego nos centraremos en

el gasto turístico repasando dos cuestiones fundamentales del mismo: los principales lineamientos a tener en cuenta cuando recabamos información para su medición y los determinantes más utilizados en la práctica para intentar explicarlo.

2.2.3. La toma de decisiones del consumidor turístico: enfoque microeconómico.

Es importante prestar atención al hecho de que, debido a la singularidad del producto turístico, el proceso de toma de decisiones del turista posee varios aspectos particulares respecto al del consumidor en general. Se puede decir que su decisión de consumo posee más etapas y es más amplia que en la generalidad de los casos, incluyendo los pasos habituales de cualquier otra decisión dentro de su proceso.

Siguiendo a Bull (1994) y Montford et al (1996) en André Romero (1999), a continuación repasaremos las diferencias principales entre el proceso de decisión del consumidor en general y el que tiene lugar en el caso del turismo.

En la teoría general microeconómica se considera que el consumidor de un bien o servicio se enfrenta a tres decisiones escalonadas en el proceso de toma de decisiones que tiene lugar cuando realiza un consumo, a saber:

- a Consumir o no ese bien.
- b Elegir uno en particular entre la variedad disponible del bien.
- c Decidir la cantidad a consumir. En algunos casos este paso puede no estar presente.

En comparación, el proceso en el turismo es más largo ya que debe tomarse un mayor número de decisiones, que a su vez incluyen a las del proceso general. Estas instancias no están claras ni consensuadas en el ámbito académico: es posible que dependiendo del caso modifiquen su orden, se incluyan o agrupen. Las etapas del proceso de decisión del consumidor turístico son las siguientes:

- a Elección de la cantidad de horas que el individuo dedica al trabajo y al ocio. Esta es una etapa preliminar, que limita el tiempo del individuo para viajar.
- b Decisión de realizar el viaje o no realizarlo en ese tiempo dedicado al ocio.
- c Asignación de una partida presupuestaria al viaje (gasto a realizar o “cantidad de turismo” a consumir).

- d Destino de viaje.
- e Duración del viaje.
- f Forma de viaje, alojamiento, régimen de estancia y actividades a realizar en el viaje.
- g Canal de compra o forma de contratación del servicio turístico.

Vale la pena remarcar que todas estas instancias se encuentran fuertemente correlacionadas y claramente la decisión en cada una de ellas afecta a las demás.

A continuación, se expone un análisis en detalle de estas etapas tomando como referencia a Pérez y Sancho (1992) y Morley (1992) en André Romero (1999) y sus modelos de gasto turístico. Aquí algunas instancias aparecen agrupadas debido al carácter simultáneo en el que se consuman dentro del proceso decisorio. Debemos considerar los siguientes supuestos como punto de partida del análisis:

- Todos los sujetos tienen el mismo tipo de función de utilidad, sólo diferenciadas por el parámetro θ_i . Este parámetro representa la preferencia hacia el consumo de ocio a partir de un vector de características propias de cada individuo, lo que determina también la inclinación de cada curva de indiferencia individual.
- El consumidor tiene la posibilidad de elegir la cantidad de horas que quiere trabajar y las que quiere destinar al ocio.
- Existe información perfecta.

a) Elección de las horas que el individuo dedica al trabajo y al ocio.

El primer paso describe la asignación del tiempo disponible entre trabajo y ocio; de esta decisión dependerá la cantidad de días disponibles para viajar (que se deriva de la cantidad de horas asignadas a ocio) y de los recursos monetarios disponibles a tal fin (que se derivan indirectamente de la cantidad de horas asignadas al trabajo).

Cada individuo intentará maximizar su función de utilidad, la cual estará fuertemente determinada por el parámetro θ_i que incluye sus características personales. El individuo escogerá la curva de utilidad más alejada del origen (aquella que le reporta mayor satisfacción) siempre y cuando sea compatible con la restricción impuesta por la función que representa a sus ingresos.

En conclusión, el individuo decide cuántas horas trabajar y cuántas dedicar al ocio influido por el número de horas disponibles, su renta, tanto salarial como no salarial, y un conjunto de

variables socioeconómicas y características individuales del individuo, teniendo en cuenta una restricción presupuestaria, dada por el dinero con el que desea contar

b) Realizar el viaje o no realizarlo (consumir o no).

c) Asignación de presupuesto al viaje.

Estas dos etapas pueden analizarse en forma conjunta en la teoría, considerando que una opción disponible para el consumidor es no demandar turismo, lo que significaría no realizar el viaje. En este punto es necesario aclarar que asumimos, por una cuestión práctica que facilita nuestra exposición, que demandar turismo es realizar un viaje. Esto en la teoría tiene excepciones, ya que una excursión que no demande un viaje puede considerarse turismo.

Siguiendo a Figuerola (1990), podemos decir que el turismo se clasifica como un “*bien de lujo relativo*”, lo que significa que la decisión de consumo de turismo encuentra un limitante dado por la satisfacción de las necesidades básicas del individuo y su grupo familiar. En el siglo pasado, los desplazamientos que no estuviesen justificados por una causa trascendental estaban reservados para las clases aristocráticas y burguesas. Si bien es cierto que hoy en día es muchísimo más grande la porción de la sociedad que se puede permitir el acceso al turismo, sólo cuando se han cubierto las necesidades más elementales es posible acceder a este tipo de consumo. Por tanto, puede concluirse que si bien actualmente el turismo no es actividad exclusiva de los ricos tampoco lo es de los más necesitados, por esto su clasificación como *bien de lujo relativo*. Entonces una persona o grupo familiar se permitirán consumir turismo solo una vez que hayan cubierto sus necesidades básicas.

En esta etapa el individuo busca maximizar su función de utilidad integrada por un agregado de bienes y servicios de consumo básico y la cantidad de turismo consumida, y condicionado por θ_i , que tal como en el apartado anterior representa un conjunto de parámetros relativos a las características socioeconómicas del individuo. En este caso, la restricción presupuestaria del individuo viene dada por el precio de los bienes y servicios de consumo básico, los precios del turismo y el tiempo dedicado al ocio del que se dispone (ya que cómo vimos, de esto depende la cantidad de turismo demandado). Aquí observamos las dos restricciones clásicas a la demanda de turismo: la renta y el tiempo.

La situación óptima en este caso estará dada por la combinación de bienes y servicios y turismo más alejada del origen, contemplando la restricción presupuestaria dada por los precios mencionados y las cantidades a consumir.

Entonces, la cantidad óptima de turismo para el individuo depende de los precios en general, los precios turísticos, el tiempo disponible, la renta y un vector de características socioeconómicas que representan los gustos de la persona.

d) Elección del destino.

e) Duración del viaje.

f) Forma de viaje, alojamiento, y actividades a realizar en el viaje.

g) Canal de compra o forma de contratación del servicio turístico.

La elección del destino turístico tiene una diferencia sustancial con lo que hemos visto en el apartado anterior: no se trata de una elección de bienes o servicios, sino de las características que estos productos pueden ofrecer al consumidor. Entonces, estamos hablando de una modelización de la demanda a partir de los supuestos de Lancaster (1966) y vamos a seguir la aplicación que hizo Bull (1994) de este modelo a la demanda turística. Además, utilizando su teoría podemos integrar varias etapas del proceso de decisión que pueden considerarse características del posible destino de viaje.

Lancaster plantea la maximización de la utilidad como función de un vector de características deseadas por el individuo en su destino de viaje. Tal como lo indica Lancaster puede ocurrir que el consumidor deba combinar elementos o productos turísticos para conseguir una de las características por él exigida en ese destino, a este hecho se lo denomina *tecnología del consumo*. Y aquí dentro podemos incluir elementos que forman parte de otras etapas de decisión del viaje: la duración del mismo, el alojamiento, el tipo de viaje, actividades a realizar y el canal de compra. La duración del viaje es probable que esté muy influida también por la restricción presupuestaria, pero en muchos casos uno le atribuye a ciertos destinos la cualidad de ser más “aptos” para viajes de cierta cantidad de días y no a otros. El tipo de viaje y la forma de contratación preferidas por nosotros claramente nos puede inclinar hacia ciertos destinos y hacernos descartar muchas alternativas. Y claramente aspectos como la forma alojamiento y las actividad disponibles son características claves en la toma de decisión de nuestro destino. Así, estamos considerando que estos influyen en la elección del destino ya que pueden considerarse características del mismo, incorporando así aquello que comentábamos de que todas las instancias de decisión del consumidor de turismo se interrelacionan, condicionan y muchas veces es difícil separarlas.

Un aporte que hace André Romero (1999) a la formalización del modelo es el hecho de que la tecnología de consumo dependerá de la valoración particular que haga cada individuo, por lo

tanto de sus características personales, entrando nuevamente en juego el vector θ_i .

Las restricciones de este modelo son una vez más la presupuestaria y la de tiempo libre. La que supere a la otra, condicionando la decisión final es la conocida como restricción efectiva, y la restante se denomina restricción redundante. Cómo en las etapas anteriores el individuo elegirá aquel destino que le permita alcanzar la curva de utilidad más alejada del origen.

Con esto completamos la caracterización teórica de los pasos del proceso de toma de decisión del turista, aclarando nuevamente que la estructura y orden de estas etapas no están aún totalmente consensuadas en la literatura, pudiendo variar su orden y cantidad. A través de los modelos teóricos que repasamos hemos podido deducir qué variables son aquellas que influyen en el consumidor en la toma de decisiones, lo cual tiene vital en la práctica. En el próximo apartado se ahonda en el concepto de gasto turístico y en sus determinantes.

§ 2.3 EL GASTO TURÍSTICO

Al momento de estudiar la demanda de turismo existen múltiples indicadores que han sido utilizados tanto en la teoría como en la práctica para aproximarse a la misma, pero sin lugar a dudas el más aceptado en la teoría y más utilizado en la práctica es el gasto turístico. Según la OMT (1994) *“la definición de gasto turístico está íntimamente ligada a la de consumo turístico”*. Y el consumo turístico claramente se puede considerar una aproximación de la demanda efectiva realizada por los turistas, debido a la gran e ineludible cercanía de los conceptos económicos del “consumo” y la “demanda”. Es por esto que en la mayoría de los estudios se extienden las conclusiones que se desarrollen acerca del gasto turístico a la demanda turística, y se considera que es su indicador natural.

En el presente trabajo se estudia al gasto turístico como indicador de la demanda de turismo a través de un marco metodológico perteneciente a la teoría microeconómica, específicamente se intenta identificar los determinantes de la demanda turística en la toma de decisiones del consumidor. Para esto es necesario contar con datos extraídos de la realidad que nos permitan una correcta medición del gasto, lo cual conlleva algunas dificultades. A continuación se repasan conceptos necesarios a tener en cuenta para una adecuada medición del gasto turístico.

2.3.1. Recomendaciones para la medición del gasto turístico.

El gasto turístico se define como *“todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino”* [OMT, 2008]. Como se intuye, es un concepto difícil de delimitar en la práctica, pero es de suma importancia su medición ya que es uno de los principales indicadores solicitados por los gobernantes para el diseño y establecimiento de políticas relacionadas al sector turístico. Es por esto que la Organización Mundial del Turismo publicó las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo (2008), las cuales tienen como objetivo establecer criterios unificadores en las estadísticas de la actividad para lograr que sean comparables a nivel mundial y tengan una correcta interpretación. Vamos a repasar a continuación las cuestiones más importantes a tener en cuenta a la hora de la medición del gasto turístico según este informe de la OMT, ya que consideramos que son los conceptos y lineamientos clave que deben respetarse en todo trabajo estadístico que busque cuantificarlo.

Cobertura del gasto turístico

El gasto turístico incluye toda suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. Incluye los gastos incurridos por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros. Las exclusiones al gasto que se detallan en el informe de la OMT son:

- El pago de tasas e impuestos que no forman parte del precio de compra de los productos adquiridos por el visitante;
- El pago de todo tipo de intereses, incluidos aquellos sobre los gastos realizados durante los viajes y para los mismos;
- La adquisición de activos financieros y no financieros, incluidos terrenos y bienes inmuebles, pero excluyendo objetos valiosos;
- La adquisición de bienes con fines de reventa, ya sea en nombre de terceros (productores u otros) o por cuenta propia, y
- Todas las transferencias en efectivo, como donaciones a organizaciones benéficas o a otras personas (en particular a la familia y a parientes), ya que no corresponden a la adquisición de bienes o servicios de consumo.

Asimismo se recomienda excluir la compra de bienes inmuebles así como todos los gastos y reparaciones relacionados a los mismos y todos los gastos corrientes relacionados con las viviendas de vacaciones.

El momento de registro

Aquí debe considerarse que el registro de los bienes y servicios tiene lugar en el momento en que son consumidos, independientemente de si fueron pagados con anticipación o se abonarán posteriormente (por ejemplo a través de una tarjeta de crédito), es decir, se utiliza el criterio del devengado. Además todos los servicios prestados antes del viaje y relacionados claramente con el mismo, por ejemplo servicios de viaje o controles médicos ad hoc, y todos los bienes adquiridos antes del viaje para utilizar durante su transcurso o traídos como regalos deben incluirse dentro del gasto turístico.

Economías que se benefician del gasto turístico

Existen excepciones en las que el territorio en donde se consume un bien o servicio turístico no coincide con el país cuya economía se ve favorecida por el mismo. El caso más común es el del transporte, que bien puede ser brindado por una empresa residente en el lugar de origen del turista, en el destino, o en un tercer punto geográfico. Es importante identificar estas excepciones a los efectos de analizar correctamente el impacto de la actividad turística en cada economía.

Clasificación

Para poder comparar la demanda turística con la oferta es necesario no solo recopilar información sobre el gasto total, sino también sobre los componentes del mismo.

En cuanto a la oferta en general, en las estadísticas industriales y en las cuentas nacionales los productos suelen analizarse en categorías obtenidas de la Clasificación Central de Productos (CCP). Entonces, al momento de realizar la encuesta de gasto turístico que apunta a conocer la demanda del mismo, debiera tenerse en cuenta la necesidad de conocer su finalidad detallada, de forma de facilitar la vinculación con la Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF), una clasificación internacional de productos vinculada con la CCP y utilizada en su mayor parte para la descripción del consumo personal en las estadísticas y encuestas generales referentes a los hogares. Es importante recordar que el desglose del gasto turístico por productos suele basarse en información directa proporcionada por los visitantes, por lo que es necesario

que sea lo más fácil posible de entender y transmitir para los mismos [OMT, 2008].

Se recomienda tener en cuenta la siguiente clasificación de gastos, por ser la más utilizada y relevada históricamente:

- i Viajes combinados, vacaciones combinadas y paquetes turístico
- ii Alojamiento
- iii Alimentos y bebidas
- iv Transporte local
- v Transporte internacional
- vi Actividades recreativas, culturales y deportivas
- vii Compras
- viii Otras

Medición del gasto turístico

Solicitar a los visitantes que proporcionen una información detallada de sus gastos asociados con visitas o viajes específicos exige particular atención y conocimientos especializados por parte de los encuestadores, a fin de asegurar un grado adecuado de exactitud. Cuando el período de referencia es largo o lejano en el tiempo puede además que signifique una complicación extra, ya que hay que apelar a la memoria y buena voluntad de los entrevistados. La OMT detalla cuestiones fundamentales que deben tenerse en cuenta para una medición del gasto turístico lo más simple y exacta posible, las cuáles deben considerarse tanto a la hora de la confección de la encuesta como en el momento de la entrevista con los encuestados. Se reproducen a continuación las recomendaciones que consideramos más relevantes:

- a Es importante identificar claramente las características básicas de los visitantes y sus viajes, para poder vincular la información con el universo de visitantes observados en otros procedimientos estadísticos y expandir apropiadamente los datos recopilados.
- b Es necesario detallar la residencia del visitante y del proveedor de los bienes y servicios consumidos, para reconocer en qué economía producen impacto. Esto reviste particular importancia en el caso de adquisiciones realizadas antes del viaje, especialmente en el caso del transporte internacional.

- c Para los visitantes que viajan en el marco de un paquete turístico, se debería recopilar información sobre la suma total pagada, pero también sobre el costo de cada uno de los componentes del paquete y del país de residencia del operador turístico o de la agencia de viajes a quienes se compró el viaje combinado.
- d Deberían señalarse claramente los medios de transporte utilizados para llegar al país, viajar dentro de él, y salir del mismo.
- e La mayoría de los elementos incluidos en el gasto turístico forman parte del consumo final de los hogares. No obstante, otros gastos no forman parte de aquél, como sucede con los gastos de alojamiento y transporte en los que incurren los visitantes que realizan viajes de negocios y por motivos profesionales, que el Sistema de Cuentas Nacionales considera parte del consumo intermedio de la entidad empleadora. Se recomienda presentar por separado este gasto turístico, para facilitar las comparaciones con otros marcos económicos.
- f Los objetos valiosos y los bienes de consumo duraderos adquiridos por los visitantes durante su viaje forman parte del gasto turístico. Pero, aquellos cuyo valor está por encima del umbral de aduana de un país deben incluirse en el comercio de mercancías para la elaboración de la balanza de pagos y las cuentas nacionales, y excluirse por tanto de los gastos de viaje realizados por los no residentes en la economía o por los residentes en el extranjero. Por esto, se recomienda presentarlos por separado.
- g Debe prestarse particular atención a los grupos de viaje, por los siguientes motivos:
- El fondo común de los gastos, totales o parciales, de un grupo de viaje, da lugar a que los diferentes datos proporcionados en una encuesta sobre los gastos hagan alusión, con frecuencia, al grupo de viaje, y no a cada miembro.
 - El reparto de los gastos en los grupos de viaje puede conducir a la reducción de los gastos per cápita, como sucede en el caso del alojamiento o del transporte. Para poder comparar los gastos per cápita cuando se viaja en grupo o de forma individual es necesario relevar de la forma más detallada posible el tipo y tamaño del grupo de viaje.

2.3.2. Los determinantes del gasto turístico: evidencia empírica en estudios de tipo microeconómico.

Como ya mencionamos, los trabajos con perspectiva microeconómica acerca de la demanda de turismo han estado históricamente rezagados respecto a los de mirada macro, pero en los últimos años han aumentado en proporción, y han incorporado nuevas herramientas técnicas en su análisis. En el muy interesante trabajo de Brida y Scuderi (2012) encontramos una revisión analítica de 86 artículos publicados, en los que se estudia a través de 354 estimaciones econométricas la demanda individual de turismo utilizando el gasto como indicador, a través de más de 900 regresores. Los autores nos dicen que el 84 % de estos trabajos han sido publicados a partir del año 2000, lo que ilustra claramente el avance que ha tenido el enfoque microeconómico en el estudio del turismo.

Siguiendo ese trabajo, que nos entrega de forma concisa una mirada global acerca de la cuestión, vamos a repasar los determinantes que han sido más utilizados a la hora de modelizar en la práctica la demanda turística con el gasto como variable dependiente. Estos determinantes se pueden ordenar en cinco categorías: variables macroeconómicas, variables microeconómicas, sociodemográficas, relacionadas al viaje y psicográficas. Observemos que teniendo en cuenta esta categorización podemos fácilmente relacionar los determinantes que describiremos a continuación con los que encontramos que la teoría propone como significativos cuando detallamos el proceso de toma de decisiones en el consumo turístico.

1. Variables macroeconómicas

1.1 Precios

En el turismo los efectos de las variaciones de precio sobre el nivel de demanda son complejos de analizar, ya que es un conjunto extenso de bienes y servicios el que se observa, y no un solo ítem. Hay dos condiciones concretas del precio que es necesario remarcar. La primera es que si bien los elementos del producto turístico son complementarios en términos de sus características ofrecidas, pueden además algunos ser sustitutos en términos del efecto del precio, si compiten por la misma porción de gasto. La segunda condición es que no solo son importantes los precios de los destinos sino también los precios relativos entre los destinos, y la diferencia entre estos y los precios de la zona emisora [Bull, 1994]. La relación esperada entre precio y gasto es negativa.

1.2 Tipo de cambio

En turismo internacional las variaciones en el tipo de cambio son lo que contribuye de mayor forma a las diferencias en el precio relativo que se mencionan en el ítem anterior. Se espera que a mayor valor del tipo de cambio haya mayor gasto por parte del turista [Bull, 1994].

2. Variables microeconómicas

Aquí se agrupan aquellos determinantes que funcionan como indicadores de la restricción presupuestaria del individuo. Se dividen en cinco subcategorías.

2.1. Bienes

Aquellos bienes financieros y no financieros relacionados al grupo familiar, generalmente utilizados como variable proxy del ingreso. Los más comunes son: valor de activos líquidos (cuenta bancaria) e ilíquidos (casa, auto), otros que suele utilizarse es el número de vehículos en la familia, el cual se supone que se relaciona positivamente con el gasto y en gran proporción de los estudios ha resultado significativo. *Park y Chung* utilizaron la variable “velocidad de la conexión a internet en el hogar”, la cual no se encontró relevante [Park y Chung, 2009 en Brida y Scuderi, 2012].

El monto del seguro médico fue utilizado en muchos estudios pero no en todos se le dio la misma implicancia, en algunos casos se considera que aquellos que pagan seguros altos pueden resultar “menos sanos”, lo cual presupone una dificultad al viajar y lleva a menores gastos, mientras que otra hipótesis es que indica ingresos altos, lo cual se relaciona positivamente con el monto del gasto.

2.2. Dificultades financieras

En el trabajo de *Alegre* se utiliza una variable binaria que expresa la existencia de dificultades económicas en la familia. Se confecciona dependiendo de la cantidad de desempleados en el hogar y las dificultades para llegar a fin de mes. Resultó tener una relación negativa con el gasto (a más dificultades menos gasto) y ser significativa para el análisis, lo cual la hace interesante para ser tenida en cuenta a futuro [Alegre, 2010 en Brida y Scuderi, 2012].

2.3. Límites a las importaciones, licencias

Davila et al encontraron que la ausencia de impuestos en la aduana mejicana a los bienes

comprados en el exterior tiene una relación significativa y positiva con el gasto de los turistas procedentes de este país [Davila et al, 1999 en Brida y Scuderi, 2012]. *Bilgic* analizó el turismo de pesca y caza y encontraron una relación positiva y significativa entre la posesión de una licencia para estas actividades y el gasto [Bilgic, 2008 en Brida y Scuderi, 2012].

2.4. Estado de salud

En un caso se chequea la posibilidad de que aquellas personas que declaran tener dificultades en su vida diaria causadas por enfermedades crónicas físicas o mentales vean afectados sus desembolsos. Como se esperaba, la variable binaria construida resulta ser negativa y significativa.

2.5. Ingresos

Claramente es una de las variables usadas más frecuentemente, se ha encontrado en el 58,8 % de los estudios analizados por Brida y Scuderi (2012), siendo en el 70 % de estos casos positiva y significativa. Puede variar la forma de su medición: podemos preguntar por el ingreso familiar, el de jefe de familia, el promedio por miembro o el del encuestado. Algunos investigadores lo relevan antes de impuestos y otros después, lo cual es más coherente con la teoría económica ya que refiere al concepto de “ingreso disponible”. Este dato es quizás el que más cuesta que los entrevistados respondan por tener un carácter personal, lo que lleva a que en muchos casos se confeccionen variables no continuas y se pida que ellos marquen en un papel cuál de estos rangos corresponde a su situación para facilitar su declaración. Esto pareciera afectar los resultados, ya que en un gran porcentaje de los casos en los que no se usó una variable continua (43 %), ésta resultó no significativa.

2.6. Fuentes de ingreso

Estas variables muestran si el ingreso proviene de un solo trabajo, de más de un trabajo, pensión, jubilación, seguro de retiro, rentas, transferencias, remesas, seguro de desempleo, planes sociales u otras fuentes. De los 51 casos en los que se usaron variables proxy, en 34 los regresores resultaron no significativos. En el único caso en el que se usó una variable métrica, *número de aportantes a la economía familiar*, la variable resultó significativa y negativamente relacionada al gasto.

3. Atributos sociodemográficos

Se dividen en ocho subgrupos: edad, educación, género, tamaño del grupo familiar, estado matrimonial, nacionalidad, residencia, ocupación/profesión, raza/etnia y orígenes familiares.

3.1. Edad

Las variables relacionadas a la edad son las más usadas, estando presentes en el 75 % de las regresiones. En muchos casos se arman variables dicotómicas o categóricas para testear la presencia de integrantes en el grupo de viaje de ciertas edades, principalmente niños. No se puede generalizar qué relación tiene la edad con el gasto turístico, ya que según el estudio que se observe se encuentran distintas conclusiones.

3.2. Educación

En la gran mayoría de los casos las variables relacionadas a la educación refieren a la situación del jefe de familia o grupo de viaje, y en todos los casos se hace a través de variables categóricas. En el 45 % de los trabajos se incluyeron, y en el 43 % de los casos resultaron significativas y positivas.

3.3. Género

Al igual que la educación es una variable muy utilizada pero que en la mayoría de los estudios no resulta significativa.

3.4. Tamaño del grupo familiar

Es importante remarcar que es una categoría distinta al tamaño del grupo de viaje, aquí se refiere a la familia del entrevistado. En algunos casos se indica además la cantidad de niños o adultos en la misma, y también se usan variables dicotómicas preguntando acerca de la presencia o no de niños o si la cabeza de familia es hombre o mujer por ejemplo. En el 48 % de los casos estas variables resultaron significativas, y dentro de este subgrupo en dos tercios de los casos se encontró una relación negativa entre el tamaño del grupo familiar y el gasto turístico.

3.5. Estado marital

Estas variables categóricas fueron usadas con buena frecuencia, obteniendo un porcentaje medio de casos significativos (52 de 161). *Hong et al* de forma original relevaron además de los estados clásicos (casado, soltero, en pareja, noviazgo), el momento del ciclo de vida de los

individuos, a través de categorías elaboradas por ellos mismos [Hong et al, 2005 en Brida y Scuderi, 2012].

3.6. Nacionalidad, lugar de residencia y lenguaje

Tanto nacionalidad como lugar de residencia son las variables binomiales usadas con mayor frecuencia, mientras que el lenguaje generalmente se utiliza como un indicador de los anteriores. En algunos estudios se indaga además acerca de otros detalles relacionados, como pueden ser el tamaño de la ciudad de referencia, su clima o la cercanía con el lugar de destino.

3.7. Ocupación/Profesión

Estas variables categóricas fueron utilizadas en el 30 % de los casos relevados, siendo significativas en un porcentaje medio de los mismos (48,5 %).

3.8. Raza/etnia y orígenes familiares

Un número escaso de estudios considera la etnia de pertenencia del jefe de familia. En el estudio de *Chabra* se testea si la pertenencia a un clan escocés o tener ancestros escoceses influía entre los asistentes a un festival en Escocia en sus gastos. Se encontró que la relación era negativa y significativa [Chabra, 2002 en Brida y Scuderi, 2012].

4. Características relacionadas al viaje

Las variables relacionadas al viaje son las que no nos hablan de atributos de los individuos sino de características del viaje turístico en sí mismo. Incluye 17 subcategorías que repasaremos a continuación.

4.1. Alojamiento

Estas variables no son usadas frecuentemente pero en la mayoría de los casos relevados en que se utilizaron resultaron significativas.

4.2. Actividades

También se encuentran en pocos modelos, se pueden distinguir cuatro tipologías básicas de actividades: visitas histórico-culturales, actividades de relajación en la naturaleza, actividades de placer y de actividad física en la naturaleza.

4.3. Relativas a los costos

Pueden utilizarse regresores cualitativos o cuantitativos en este apartado. Ejemplos de variables continuas son: diferencia entre gastos planeados y realizados, dinero perdido en el casino, porcentaje de los gastos pagados con tarjeta de crédito. Una variable categórica pueden ser preguntar si hay diferencias entre el gasto presupuestado y el realizado. Son variables muy poco usadas.

4.4. Destinos

Estas variables relacionadas al destino casi en su totalidad son dummy, solo en un caso se encontró un estudio que considere una variable métrica, cantidad de destinos visitados, que resultó estar positivamente relacionado con el gasto y ser significativa. Las más usadas están relacionadas con el tipo y tamaño de los lugares visitados y ubicación geográfica de los mismos.

4.5. Fuentes de información acerca del viaje

La inclusión de las fuentes de información (email, internet, boca en boca, periódicos, agencia de viaje, etc.) se encontraron en solo 8 regresiones, y en su gran mayoría no mostraron tener una influencia preponderante sobre el gasto turístico.

4.6. Duración de la estadía

Esta es una de las variables más comúnmente usadas ya que aparece en el 57% de los casos relevados, y puede armarse como variable categórica o continua. La mayoría de las veces se utiliza la pregunta de cuántos días o noches duró el viaje, y en ciertos estudios se incorpora este dato elevado al cuadrado para testear la posibilidad de relaciones no lineales. Si bien suele mostrar una relación positiva con el gasto, también existen numerosos ejemplos en los que resultó negativa y significativa.

4.7. Medio de transporte

En la mayoría de los casos en que fueron utilizadas estas variables resultaron significativas (73%).

4.8. Tamaño del grupo de viaje y composición

Son datos muy utilizados y hay una gran variedad de formas en las que son incorporados en los modelos, es muy común que se releve como una información fundamental el tamaño total y la cantidad de adultos y niños en el grupo. La otra cuestión que suele estar presente y muchas veces resulta relevante estadísticamente es si el grupo está conformado por matrimonios, familias, amigos, parejas, etc.

4.9. Anticipación en la reserva/planeamiento del viaje

La práctica demuestra que no suele ser una variable significativa, pero en los casos que resultó relevante se llegó a la conclusión de que cuanto mayor anticipación tenga el planeamiento del viaje más gasto turístico realiza el individuo.

4.10. Experiencias de viaje anteriores

Esta categoría incluye todos esos elementos relacionados a visitas anteriores al destino en términos de repetición y frecuencia. Las continuas más usadas refieren a la cantidad de visitas pasadas mientras que la categórica más común es la que indaga si es la primera vez en el lugar de destino.

4.11. Propósito

Aquí se buscan las necesidades que busca satisfacer el viajero durante su viaje. En algunos casos esta categoría se puede superponer con la de “actividades” por eso algunos ítems pueden aparecer en ambas. Algunos ejemplos de respuestas posibles son: ocio, trabajo, seminarios, visitar amigos o parientes, visitar una casa de veraneo, estar en contacto con la naturaleza y razones de salud.

4.12. Ítems pagados al momento de la reserva

Es una categoría muy amplia que incluye gran cantidad de variables, las cuales pueden tener distintos impactos sobre el gasto. Es importante remarcar el hecho de que en casi el 65 % de los casos en que fueron testeadas, resultaron significativas.

4.13. Tipo de intermediario en las reservas

Estos regresores indican si las reservas fueron hechas por agencia de viaje, internet, operador turístico, un club, asociación o empresa, o si el viaje fue organizado de forma totalmente

personal.

4.14. *Momento del viaje*

En estos casos se indaga acerca del efecto de la estación o mes de año en que se viajó, así también en la implicancia que pueda tener el hecho de viajar en el fin de semana o durante la misma, un fin de semana largo, a fin de mes y categorías similares. En el estudio de Henthorne (2000) curiosamente se hace uso del año de visita como una variable métrica.

4.15. *Momento de la entrevista*

Categoría que incorpora el momento del día, de la semana o del mes en que se hizo la entrevista.

4.16. *Distancia de viaje*

Se suele pensar que aquellos viajeros que realizan distancias más largas gastan más dinero en sus viajes, lo cual se verificó en el 62,5% de los casos, en los que las variables resultaron relevantes.

4.17. *Tipología del visitante*

A través de las actividades que realizan y algunas características en algunos estudios se arman categorías de visitantes. Por citar dos ejemplos, *Leones et al* encontraron una relación positiva y significativa entre los “turistas naturalistas” y el gasto [Leones et al, 1998 en Brida y Scuderi, 2012], mientras que *Chabra* en sus investigadores acerca de los apostadores, encontró que aquellos que al encontrarse con casinos cerrados lo cambiaban fácilmente por otra actividad eran propensos a ser más gastadores [Chabra, 2009 en Brida y Scuderi, 2012].

5. Variables psicográficas

Las variables psicográficas son aquellas características propias de los consumidores que pueden tener influencia en su respuesta a distintas particularidades de los productos, como sus avisos publicitarios o packaging, e incluye aspectos como su estilo de vida, su percepción de sí mismos, actitudes, intereses y opiniones, así como su valoración acerca de los atributos de los productos [Demby, 1974; Lehto et al, 2002, en Brida y Scuderi, 2012]. Una encuesta no es claramente la mejor manera de indagar en cuestiones complejas de la personalidad de los individuos,

por eso en estos casos es muy importante la habilidad del investigador para extraer la información intentado traducirla a indicadores y su posterior procesamiento. Vemos a continuación las subcategorías que incluyen estas variables.

5.1. Opiniones generales y actitudes

La forma que tomen estas variables depende de las intenciones y la imaginación del investigador, es difícil encontrar un patrón común entre ellas ya que pueden abarcar infinitos aspectos de la vida diaria, veamos algunos ejemplos a modo ilustrativo. *Asgary et al* encontraron que la percepción de precios más baratos en USA que en México no influye en los patrones de compra de los mexicanos en Texas [Asgary et al, 1997 en Brida y Scuderi, 2012]. *Crouch et al* relevaron porque opción optaban los individuos ante distintas alternativas de gasto: reducir sus deudas, realizar una inversión financiera, refaccionar la casa, actividades de ocio, viajes cortos y cercanos o viajes largos y lejanos [Crouch et al, 2007 en Brida y Scuderi, 2012]. *Dolnicar et al* exploraron la influencia de las preferencias del turista al planear el viaje: buscar variedad de diversión y entretenimiento, experiencias en la naturaleza, preferir un viaje muy organizado o darle importancia a las actividades culturales entre otros [Dolnicar et al, 2008 en Brida y Scuderi, 2012]. *Nicolau y Mas* encontraron una relación directa y significativa entre los individuos que tienen la voluntad de viajar una vez por año y su nivel de gasto turístico [Nicolau y Mas, 2005 en Brida y Scuderi, 2012].

5.2. Opiniones acerca del viaje

El juicio acerca del viaje ha sido medido con variables discretas y con variables continuas, utilizando escalas. Los aspectos más indagados son las comodidades del destino, hospitalidad, percepción del nivel de precios, calidad de la vida nocturna y del entretenimiento. También utilizando variables dummy se testeó la importancia de ciertos aspectos particulares del destino en la percepción del viajante, como puede la calidad del alojamiento o el nivel de precios.

5.3. Motivaciones para el viaje

Aquí se encuentran elementos intangibles que hacen a la satisfacción de los propósitos con lo que se realiza el viaje. Se han separado de la categoría “actividades”, para abarcar aquellos aspectos más generales del turismo que podrían encontrarse en más de una actividad. Un ejemplo podría ser “experimentar la cultura Australiana” o “conocer la comida de Perú”. *Mehmetoglu*

encontró seis motivaciones generales para realizar un viaje: disfrutar la naturaleza, realizar actividad física, buscar experiencias novedosas y relacionadas con el aprendizaje, conocer el día a día del lugar de destino, tener contacto social y otras motivaciones relacionadas al ego y la búsqueda de status [Mehmetoglu, 2007 en Brida y Scuderi, 2012].

Para finalizar esta sección se expone en el siguiente cuadro de doble entrada un resumen del comportamiento observado en las variables utilizando la clasificación propuesta. En la columna de “Signo esperado” se indica qué tipo de relación se presume entre cada variable independiente y la variable dependiente *gasto turístico*, siempre y cuando se desprenda de los trabajos consultados una supremacía clara de alguno de los dos.

En la columna “Porcentaje de casos en que resultó significativa” se indica en qué porcentaje de los estudios revisados resultó estadísticamente significativa cada una de las variables analizadas, en los casos en que esta casilla se encuentra vacía se debe a que no está expresado este porcentaje en la bibliografía de referencia para elaborar la sección. En los casos en que la variable se haya usado en sólo un estudio, se indica esto, y si resultó significativa o no. Cuando no se dispone de porcentajes pero si de tendencias se detalla lo observado en la mayoría de los casos.

Tabla 2.1: Tipo de variables que afectan al Gasto Turístico.

Tipo de variable	Variable	Signo esperado	Porcentaje de casos en que resultó significativa
Variables macroeconómicas	Precios	-	
	Tipo de Cambio	+	
Variables microeconómicas	Bienes	+	
	Dificultades financieras	-	sign. (un estudio)
	Límites a las importaciones	-	sign. (un estudio)
	Estado de salud	-	sign. (un estudio)
	Ingresos	+	70%
	Fuentes de ingresos	-	35%
Atributos sociodemográficos	Edad		
	Educación	+	43%
	Género		mayoría no sign.
	Tamaño del grupo familiar	-	48%
	Estado marital		32%
	Nacionalidad, residencia y lenguaje		
	Ocupación/Profesión		48,5%
	Raza/Etnia y orígenes familiares		sign. (un estudio)
Características relacionadas al viaje	Alojamiento		mayoría sign.
	Actividades		
	Relativas a los costos		
	Destinos		
	Fuentes de inf. acerca del viaje		mayoría no sign.
	Duración de la estadía	+	mayoría sign.
	Medio de transporte		73%
	Tamaño grupo de viaje		
	Anticipación de la reserva	+	mayoría sign.
	Experiencia de viajes anteriores		
	Propósito		
	Ítems pagados al momento de la reserva		65%
	Tipo de intermediario en la reserva		
	Momento del viaje		
	Momento de la entrevista		
Distancia del viaje	+	62,5%	
	Tipología del visitante		
Variables psicográficas	Opiniones generales y actitudes		
	Opiniones acerca del viaje		
	Motivaciones para el viaje		

Fuente: Elaboración propia en base a la bibliografía referenciada en la presente sección.

§ 2.4 LAS HIPÓTESIS DE TRABAJO

A partir de la revisión de la literatura efectuada y en base a los objetivos propuestos, se plantean las siguientes hipótesis de trabajo:

- I. El gasto turístico en recreación y alimentación de los individuos que veranean en Mar del Plata está determinado por ciertas características económicas y sociodemográficas (ingresos del jefe de familia, tamaño del grupo de viaje, procedencia), por aspectos del viaje que realizan (alojamiento, duración de la estadía), y por ciertas variables psicográficas tales como la opinión acerca de la ciudad y acerca del viaje.
- II. La elevada proporción de respuestas nulas en referencia al gasto en concepto de recreación y alimentación se debe a características propias de los encuestados que no los motiva a responder de manera fidedigna, más que a problemas de diseño del instrumento de recolección y/o a la forma en que es suministrado a los turistas.

- Capítulo 3 -

Metodología

El presente trabajo hace uso del método científico de las ciencias sociales, en el cual se plantean hipótesis que son verificadas o no luego de la aplicación de un marco teórico y una metodología de investigación a una base de datos preexistente. De esta manera, se trata de un estudio de tipo *cuantitativo* ya que utiliza el análisis de datos para contrastar las hipótesis formuladas previamente confiando en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población, y es *descriptivo-exploratorio* ya que busca especificar características y actitudes de estas personas. Además, es una investigación del tipo *no experimental* o *ex post facto*, lo que significa según la definición de Kerlinger (1983) que es “un estudio sistemático en la que el investigador no tiene control sobre las variables independientes, porque ya ocurrieron los hechos o porque no son intrínsecamente manipulables”, entonces nuestra tarea se limita a observar cierta situación ya existente y analizarla con las herramientas disponibles.

El objetivo principal está relacionado con identificar cuáles son los factores determinantes del gasto turístico en la ciudad de Mar del Plata y estimar su nivel promedio, para lo cual se analizan las encuestas realizadas por el Ente Municipal de Turismo (EMTUR) de la Municipalidad de General Pueyrredon durante la temporada 2003/04. Estas no son específicamente “encuestas de gasto turístico” sino que indagan acerca de una generalidad de cuestiones de los individuos conteniendo un apartado en el cual se pregunta acerca del gasto realizado el día anterior en una amplia cantidad de conceptos. Observando los resultados de la encuesta se advierte fácilmente que buena parte de estos datos tiene como respuesta “cero pesos”, lo que significa que los entrevistados declararon no haber hecho gastos en el día anterior en la mayoría de los campos.

Esto supone una complicación para nuestro estudio debido a que estamos perdiendo una gran cantidad de datos, creemos que es probable que estas personas hayan realizado algún gasto en estos conceptos a lo largo del viaje y estos serán desechados en los resultados. Podemos suponer entonces que estaremos perdiendo exactitud en la medición del nivel de gasto a través de los resultados de esta encuesta, por lo que encontramos un desafío extra que nos plantea el trabajo al intentar subsanar este defecto.

Esta respuesta nula en los entrevistados puede estar ocasionada por algunas características del cuestionario, como el hecho de no contar con una “encuesta de gasto” específica sino con una encuesta general que incluye un largo y tedioso apartado que indaga acerca de los gastos, lo cual puede generar efectos negativos en los individuos en cuanto a su predisposición para otorgar una respuesta completa. También es posible que la extensión y complejidad de la encuesta ocasione que los entrevistadores cometan algunas imperfecciones durante su administración, quizás por tedio, que deriven en esta pérdida de datos.

Entonces encontramos dos motivos principales por los cuáles se pudo haber ocasionado una pérdida al momento de la recolección de datos que podría subestimar el nivel de gasto: una falla o negligencia al momento de administrar la encuesta por parte de los entrevistadores, o cierta desidia o falta de interés por dar respuestas exactas por parte de los entrevistados.

Observando la teoría al respecto, podemos decir que encontramos en las respuestas *datos censurados*, esto significa que si bien ninguna observación se encuentra excluida (ya que hay respuestas siempre, aunque en muchísimos casos son “cero pesos”), cierta información de nuestra muestra se encuentra sistemáticamente alterada [Sosa Escudero, 1999].

La censura que se presenta en la variable de respuesta requiere efectuar una corrección por sesgo de selección, ya que de proseguir con el análisis descartando previamente las observaciones con gasto cero generaría un problema de truncamiento en la muestra y, en consecuencia, las estimaciones resultarían igualmente sesgadas e inconsistentes. El sesgo en la selección puede ser detectado y corregido econométricamente aplicando la corrección de Heckman [Heckman, 1979]. Este economista discutió el sesgo en muestras seleccionadas no aleatoriamente para estimar las relaciones de comportamiento como un error de especificación. La corrección propuesta implica un supuesto de normalidad, proporciona una prueba para el sesgo de selección de la muestra y la fórmula para el sesgo del modelo corregido.

Un caso especial del Modelo de Heckman (o Heckit) es el Tobit [Sosa Escudero, 1999]. El mismo está diseñado para aplicarse en aquellos casos en que la censura de la muestra se cree que

es consecuencia de la forma en que se armó empíricamente la variable. El Modelo Heckit, por su parte, debe usarse en situaciones en las que se cree que existe autoselección, es decir que los individuos entrevistados se autoseleccionan para pertenecer al grupo que brinda una respuesta nula.

El modelo Tobit considera los valores cero efectivamente como ceros y aplica una corrección para eliminar el sesgo que introducen estos datos censurados. Mientras que el modelo Heckit considera los valores cero como no observados y, mediante el mecanismo de selección, se produce una estimación contemplando la situación ideal en que todos los datos pudiesen ser observados [Hedo, 2010].

En esta tesis se realiza el análisis a través de los dos modelos, Heckit y Tobit, ya que resulta relevante testear las dos hipótesis, la posibilidad de que la censura esté dada por la forma en que se realizó la encuesta o por características individuales de los encuestados. Cabe señalar aquí que los problemas de sesgo de selección son endémicos a casi todos los modelos econométricos existentes, lo que hace que la técnica originalmente propuesta por Heckman, así como las mejoras posteriores de ella, sean indispensables en econometría aplicada. En 2000, Heckman recibió el Premio Nobel de Economía por este logro.

La herramienta utilizada para correr ambos modelos es el paquete de software para análisis econométrico Gretl, versión 1.9.14. El mismo es gratuito, de uso libre y código abierto.

§ 3.1 CENSURA EN LOS DATOS

La censura en los datos se da cuando la información con la que contamos se encuentra sistemáticamente alterada. En esas situaciones la distribución estadística de la variable dependiente no se encuentra en forma completa, en el caso que analizamos la parte censurada se concentra en el valor cero. Aunque toda la población se encuentre representada en la muestra, solo una parte de ella declara gastos para el día anterior y esos serán los únicos valores observados [Haab y McConell, 2002 en Hedo, 2010].

Como ya indicamos, existen dos modelos que pueden aplicarse para subsanar esta censura en los datos, según el caso al que corresponda. El modelo Tobit se aplica en los casos en que la variable dependiente fue censurada por imperfecciones en su recolección empírica, es decir, cuando la censura en los datos fue ocasionada por el entrevistador. En nuestro trabajo debería ser utilizado si se presume que la censura aparece por la forma en que fue administrada la encuesta

de gasto. El modelo Heckit permite estimar consistentemente los parámetros en el caso de censura dada por un tipo de sesgo de selección denominado autoselección, el cual está ocasionado por la forma de responder de los entrevistados. En nuestro caso sería aplicable si suponemos que las respuestas de gasto cero están determinadas por las características individuales de los encuestados, es decir que ellos deciden dar esa respuesta más allá de forma en la que está hecha la encuesta.

Cabe aclarar que nosotros aplicaremos los modelos para dos ecuaciones de gasto, en alimentación y en recreación. En este apartado nos referimos a todos estos con el nombre genérico de “gasto” para facilitar la descripción.

3.1.1. Modelo TOBIT

James Tobin, economista ganador del Premio Nobel, desarrolló un modelo a través del cual se intenta reparar el hecho de obtener estimadores inconsistentes por trabajar con datos censurados. En nuestro caso, la variable “gasto turístico” solo es observable en los casos en que es mayor a cero, ya que al utilizar este modelo presumimos que las respuestas de “cero gasto” en la mayoría de los casos se deben a defectos en la recolección de las encuestas. Entonces, tenemos una cantidad n_1 de consumidores en los que tenemos información tanto de los regresores (como ingresos, sexo, estado civil, etc) y de la variable dependiente (gasto turístico), y una cantidad n_2 de turistas de los que tenemos información acerca de los regresores pero no así del nivel de gasto [Gujarati, 2004].

Entonces, nuestra variable “Gasto Turístico” sólo es observable en los casos en que y es mayor a cero, detectándose una variable latente y^* que es aproximadamente continua pero está censurada en cero. Estadísticamente podemos expresar la ecuación de gasto en el Modelo Tobit como:

$$y_i^* = x\beta + \mu_i \text{ con } \mu_i \sim N(0, \sigma^2) \quad (3.1)$$

$$y_i = y_i^* \text{ si } y_i^* > 0 \quad (3.2)$$

$$y_i = 0 \text{ en caso contrario} \quad (3.3)$$

No podemos estimar el modelo utilizando solamente las n_2 observaciones, ya que generaríamos un sesgo y desecharíamos información incluida en la muestra, lo cual no es reco-

mendable. El problema es que incluir estos valores límite también constituye un sesgo, ya que estaríamos aceptando esas respuestas de “cero gasto” e incluyéndolas dentro del cálculo de los parámetros.

El Tobit resuelve este dilema a través de una corrección de la media, haciendo coincidir asintóticamente la estimación con la esperanza condicional de la variable latente. Utilizando el método de Maxima Verosimilitud en la estimación del Tobit se logra modelizar las observaciones límite:

$$y_i^* = x_i' \beta + \mu_i \text{ con } \mu_i \sim N(0, \sigma^2) \quad (3.4)$$

$$y_i = y_i^* \text{ si } y_i^* > 0 \quad (3.5)$$

$$y_i = 0 \text{ en caso contrario} \quad (3.6)$$

Siendo y_i^* el Gasto Turístico de cada individuo i , observable para todo valor positivo o igual a cero.

Cómo se observa en la formulación, el grupo de parámetros β afecta simultáneamente a la probabilidad de que el individuo declare “gasto cero” o no, cómo al nivel de gasto del mismo. Esta restricción puede hacer que el modelo no sea el que mejor estime la variable latente, por el hecho de no tomar en cuenta que es posible que los parámetros que determinen la respuesta nula sean distintos a los que influyen en el monto del gasto. Esto último puede resolverse planteando un modelo en dos etapas como el Heckman, en el que existen dos conjuntos distintos de parámetros, uno que influye sobre la probabilidad de que la respuesta no esté censurada, y otro que lo hace sobre el valor esperado de esa respuesta.

3.1.2. El método de dos etapas de Heckman.

En enero del año 1979 el economista norteamericano James Heckman publicó en la afamada revista *Journal of the Econometric Society* su trabajo *Sample selection bias as a specification error*. El mismo tuvo una gran influencia metodológica ya que introdujo en el análisis econométrico el problema conocido como sesgo de selección y propuso la manera de solucionarlo para poder llegar a obtener conclusiones acertadas con estimadores insesgados, consistentes y eficientes sobre las características de la población y la muestra en estudio.

El sesgo de selección: la autoselección

Un sesgo de selección es una distorsión en el análisis estadístico como resultado del método de recolección de las muestras. Surge habitualmente cuando las muestras tomadas por los investigadores no son aleatorias, lo que equivale a decir que no representan adecuadamente a la población que se pretende estudiar. Se puede dar por dos situaciones: o bien el propio analista puede elegir mal su grupo de estudio o puede haber un problema de *autoselección*, que existe cuando los individuos entrevistados se autoseleccionan para pertenecer a un determinado grupo.

El caso que contempla la teoría Heckit es el de la autoselección, que corresponde a cuando la observabilidad de la variable dependiente está en función del valor que tome otra variable, es decir, es posible que en nuestro caso haya factores que determinen si la variable dependiente “gasto” es nula o toma algún otro valor. Para obtener estimaciones no sesgadas debe considerarse este hecho, por lo que nosotros estimaremos cuales son los factores significativos que determinan que los turistas declaren gastos de “cero pesos” en cada uno de los campos que estudiamos. Heckman nos dice que estos individuos se “autoseleccionan” ya que hay características personales suyas que hacen que entren en el grupo de los que declararon gastos nulos.

El sesgo de selección muestral ocasiona que si empleamos el modelo lineal clásico de Mínimos Cuadrados Ordinarios obtengamos estimadores inconsistentes ya que no conoceremos el vector completo de características de los individuos [Heckman, 1979]. Como nosotros queremos obtener conclusiones para la totalidad de la población (tanto los individuos que declaren gastos para el día anterior como los que no lo hagan) con la corrección de Heckman evitaremos que la muestra se vuelva no aleatoria y lograremos que los estimadores sean consistentes.

Los datos censurados

La censura en los datos se da cuando, como ya dijimos, la información se encuentra completa pero sistemáticamente alterada. En esas situaciones la distribución estadística de la variable dependiente no se encuentra en forma completa, en nuestro caso la parte censurada se concentra en el valor cero. Aunque toda la población se encuentre representada en la muestra, solo una parte de ella declara gastos para el día anterior y esos serán los únicos valores observados [Haab y McConell, 2002 en Hedo, 2010].

El Modelo Heckit

El procedimiento sugerido por Heckman para tratar con este tipo de problemas es conocido

como el *método bietapico* o *Modelo Heckit*. Permite aislar el sesgo de selección muestral producto de la autoselección de los individuos que deciden no declarar gastos para el día anterior, ya que cuando se utilizan los métodos clásicos (Mínimos Cuadrados Ordinarios, por ejemplo) los coeficientes obtenidos por este procedimiento están sesgados debido a que el gasto de todos los individuos incluye un segmento de la población que ya pasó por un proceso de autoselección para decidir declarar gastos para el día anterior o no hacerlo.

El hablar de autoselección implica que la variable dependiente y depende a su vez de una segunda variable que funciona como un mecanismo de selección [Keneddy, 1998 en Hedo, 2010]. En nuestro caso presumimos que las variables que intervienen en la censura son distintas a las que determinan la media de los datos no censurado, lo cual puede subsanarse aplicando el Modelo Heckit. Aquí resulta problemático no solo el hecho de que muchos datos tengan un mismo valor (“cero pesos” en este caso) sino también que no existan observaciones por debajo del mismo.

Las ecuaciones individuales en nuestro modelo, teniendo en cuenta una muestra con N observaciones, se define de la siguiente manera:

$$Y_{1i}^* = X_{1i}B_1 + \varepsilon_{1i} \quad (3.7)$$

y la ecuación de regresión para la población es:

$$E[Y_{1i}^* | X_{1i}] = X_{1i}B_1 \quad (3.8)$$

donde Y_i representa los valores de la variable dependiente “gasto turístico”, X_i el conjunto de variables explicativas que determinan el nivel de gasto, y β el conjunto de coeficientes que relacionan a X_i con Y_i . ε_i es un término aleatorio que indica el carácter no exacto de esta relación.

Ahora, si en nuestro caso existe un número de observaciones de y_{1i} censuradas, o sea sistemáticamente alteradas, solo contaremos con los datos para la submuestra no aleatoria que haya declarado gastos distintos a “cero pesos”, y la ecuación de regresión estará dada por:

$$E[Y_{1i}^* | X_{1i}, \text{mecanismo de selección}] = X_{1i}B_1 + E[\varepsilon_{1i}, \text{mecanismo de selección}] \quad (3.9)$$

Como se observa, la única forma en la que ambas ecuaciones de regresión sean iguales es en

el caso de que la esperanza condicional de ε_{1i} sea igual a cero, en caso contrario contaremos con un sesgo de selección que alterará nuestros resultados y será necesario aplicar el modelo Heckit.

El método contiene dos instancias. En un primer paso a través de un modelo Probit se calcula la probabilidad (observando qué factores la determinan) de que un individuo pertenezca al grupo de los que declaran algún tipo de gasto para el día anterior o no lo haga. A esta función se la denomina *Ecuación de Selección*, y en esta estimación se obtiene el estadístico llamado *razón inversa de Mills* que captura la magnitud de dicho sesgo. Luego, se incorpora la razón de Mills al modelo de regresión de Mínimos Cuadrados Ordinarios como un regresor más, y la significatividad de este coeficiente nos muestra la magnitud del sesgo que existiría de no utilizar el Método de Heckman. Además, el signo del coeficiente nos indica si el gasto se sobreestima o subestima al calcularlo sin tomar en cuenta esta corrección.

Entonces, en el primer paso modelamos la ecuación de selección de la siguiente manera:

$$P = \begin{cases} 1 & \text{si } P_i^* = \beta x_i^* + \omega_i \\ 0 & \text{si } \textit{lo contrario} \end{cases} \quad (3.10)$$

en donde el error aleatorio ω_i tiene una distribución normal $N(0;1)$ y x_i^* es un vector de características de los individuos que determinan su propensión o no a declarar gastos para el día anterior. A partir de esta ecuación se arma la inversa del ratio de Mills, el selector de selectividad λ_i , que se forma a través del cociente de la función de densidad de probabilidad θ_i y la función de probabilidad acumulada Θ_i . Entonces:

$$\lambda_i = \frac{\theta_i}{\Theta_i} \quad (3.11)$$

La segunda etapa solo involucra a los individuos que declaren gastos positivos para el día anterior. En ella se estima una ecuación por Mínimos Cuadrados Ordinarios incluyendo como una variable más el regresor de selectividad. La ecuación determinada es la siguiente:

$$\Psi_i = \beta x_i + \rho \sigma \lambda_i + \varepsilon_i \quad (3.12)$$

en donde x_i es un vector de características que influyen en el gasto del individuo, β son sus respectivos coeficientes, σ es el desvío estándar de ψ_i y ρ es el coeficiente de correlación entre ε_i y ψ_i . Como podemos observar, si $[\rho = 0]$ no habría sesgo de selección, y la ecuación de selección

sería igual a la MCO.

El tamaño del sesgo dependerá de la magnitud de la correlación entre los errores (ρ), la varianza relativa del error (σ) y la severidad del truncamiento, que nos lo indica la razón inversa de Mills (λ_i) [Figueroa et al, 2011]. En la primer etapa estimamos los valores esperados de los residuos que están truncados y sus respectivos parámetros a través del modelo probit, y luego con el regresor de selectividad incorporamos estos valores en la ecuación MCO.

- Capítulo 4 -

Resultados

§ 4.1 CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

La base de datos utilizada proviene de encuestas realizadas por el Ente Municipal de Turismo (EMTUR) de la Municipalidad de General Pueyrredon, entre el 17 de Diciembre de 2003 y el 5 de Marzo de 2004 en diversas playas de la ciudad en la siguiente cantidad porcentual para cada una: *Perla Norte* (5,11 %), *La Perla* (18,61 %), *Centro* (20,71 %), *Varese/Cabo Corrientes* (5,9 %), *Playa Grande* (11,01 %), *Punta Mogotes* (20,31 %) y las *Playas del Sur* (18,35 %).

Las encuestas utilizan un muestreo de tipo coincidental, es decir que la circunstancia y lugar dónde se realizaron fueron definidos según criterios del investigador a fines de interceptar a los veraneantes en las playas a las que concurren. Se observa que la mayor cantidad de encuestas fueron realizadas en las playas de concurrencia más elevada, mientras que en balnearios más pequeños o no tan populares se realizaron menos entrevistas.

Las preguntas realizadas indagan acerca del grupo de viaje en su conjunto, por lo tanto, salvo cuando se consulta acerca de ciertos atributos del “jefe de grupo”, no contamos con información acerca de las características personales de los individuos que dieron las respuestas, sino con datos acerca del conjunto de personas que realizaron el viaje.

La encuesta cuenta con 37 ítems, de los cuáles 7 se refieren de forma detallada a los gastos realizados en diversas categorías: unidades de sombra, comida, supermercado, compras y regalos, indumentaria, recreación, otros gastos. En los restantes, se intenta conocer características del grupo de viaje, del “jefe de grupo”, del viaje actual y de los realizados en años anteriores.

En cuanto a las características socio-demográficas de la muestra analizada, los 763 grupos

de viaje analizados incluyen un total de 2483 personas, lo cual nos muestra un promedio de 3,25 individuos por conjunto analizado. Un 55,30% del total son de sexo femenino, mientras que el 44,70% restante son hombres. El rango etario con mayor cantidad de representantes sobre el total es el que va de los 25 a los 40 años, con casi un cuarto del global (24,57%), en segundo lugar se ubica el de 41 a 50 (18,49%) y tercero el que va de 51 a 65 (13,69%).

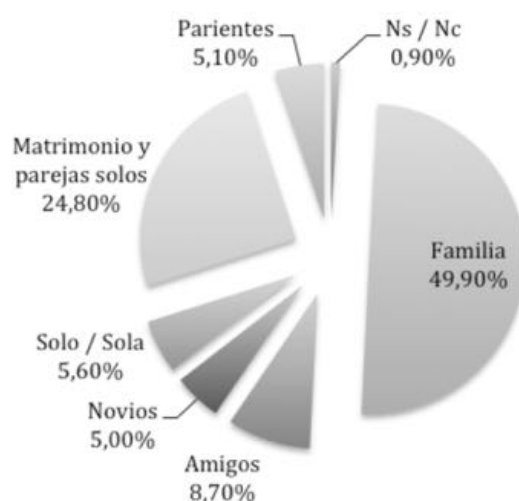
Tabla 4.1: Rango etario por sexo de los encuestados.

	Masculino		Femenino		Total	
	Cantidad	% del total	Cantidad	% del total	Cantidad	% del total
0 a 6 años	93	3,75%	100	4,03%	193	7,77%
7 a 12 años	109	4,39%	139	5,60%	248	9,99%
13 a 17 años	90	3,62%	122	4,91%	212	8,54%
18 a 24 años	116	4,67%	177	7,13%	293	11,80%
25 a 40 años	270	10,87%	340	13,69%	610	24,57%
41 a 50 años	205	8,26%	254	10,23%	459	18,49%
51 a 65 años	173	6,97%	167	6,73%	340	13,69%
Más de 65 años	55	2,22%	80	3,22%	135	5,44%
TOTAL	1110	44,70%	1373	55,30%	2483	100,00%

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

De los grupos de viaje encuestados, prácticamente la mitad (49,9%) están conformados por familiares, y casi un cuarto corresponde a matrimonios y parejas solas.

Figura 4.1: Relación entre las personas del grupo de viaje.



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

Observando la procedencia de los entrevistados, la mayoría proviene de *Capital Federal* y el *Gran Buenos Aires* (66,8% combinados), y si sumamos a los que tienen como origen el resto de la *Provincia de Buenos Aires* llegamos al 83,2%. De las provincias del interior del país, la que cuenta con mayor cantidad de representantes es *Santa Fe*, con 6,3%, más del doble que *Córdoba*, la provincia que le sigue. De todos los grupos entrevistados sólo 3 llegaron desde el exterior, 2 desde *España* y 1 procedente de *Ecuador*.

Tabla 4.2: Procedencia de los encuestados.

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Capital Federal	296	38,80%	38,80%
Gran Buenos Aires	214	28%	66,80%
Provincia de Buenos Aires	125	16,40%	83,20%
Córdoba	17	2,20%	85,50%
Santa Fé	48	6,30%	91,70%
Chubut	1	0,10%	91,90%
Río Negro	8	1%	92,90%
Mendoza	21	2,80%	95,70%
La Pampa	3	0,40%	96,10%
San Juan	1	0,10%	96,20%
San Luis	1	0,10%	96,30%
Salta	3	0,40%	96,70%
Tucumán	12	1,60%	98,30%
Sgo del Estero	3	0,40%	98,70%
Chaco	1	0,10%	98,80%
Entre Ríos	1	0,10%	99%
Corrientes	3	0,40%	99,30%
Misiones	2	0,30%	99,60%
España	2	0,30%	99,90%
Ecuador	1	0,10%	100%
TOTAL	763	100%	-

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

En cuánto al nivel educativo observamos que la mayoría de los jefes de grupos se concentran en dos categorías, *Secundario Completo* (29,9%) y *Universitario Completo* (29,4%). Las categorías inferiores combinadas, *Primaria incompleta*, *Primaria completa*, *Primaria incompleta*, *Primaria completa* y *Secundaria incompleta*, apenas alcanzan el 13% de la muestra.

Tabla 4.3: Nivel de estudios del jefe de grupo del encuestado.

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Ns / Nc	1	0,10%	0,10%
Primario incompleto	1	0,10%	0,30%
Primario completo	49	6,40%	6,70%
Secundario incompleto	49	6,40%	13,10%
Secundario completo	228	29,90%	43%
Terciario incompleto	18	2,40%	45,30%
Universitario incompleto	88	11,50%	56,90%
Terciario completo	83	10,90%	67,80%
Universitario completo	224	29,40%	97,10%
Postgrado	22	2,90%	100%
TOTAL	763	100	-

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

Refiriendonos a la ocupación laboral del jefe de grupo, encontramos que casi un tercio de la muestra, el 29,9%, pertenece a *Comerciantes sin personal, artesanos, empleados especializados*, es decir, individuos de la denominada clase media.

Tabla 4.4: Ocupación del jefe de grupo.

	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado
Ns / Nc	9	1,20%	1,20%
Desocupados	1	0,10%	1,30%
Ocupación informal	11	1,40%	2,80%
Autónomo/personal no calificado	70	9,20%	11,90%
Obrero calificado/especializado	14	1,80%	13,80%
Aut. especializados, empleados sin jerarquía	94	12,30%	26,10%
Comerciantes sin personal, artesanos, empleados especializados	228	29,90%	56,00%
Técnicos indeptes. y en relación de dependencia	73	9,60%	65,50%
Profesionales indeptes. sin empleados a cargo. Jefes intermedios	157	20,60%	86,10%
Dueño, socio de empresas de 1 a 5 empleados. Gerencias	62	8,10%	94,20%
Dueño, socio de empresas de 6 a 50 empleados. Alta gerencia	31	4,10%	98,30%
Dueño, socio de empresas de más de 50 empleados. Alto directivo.	10	1,30%	99,60%
FFAA	3	0,40%	100%
TOTAL	763	100%	-

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

En cuánto a los ingresos del grupo familiar; si los dividimos en tres categorías, ingresos bajos (de 0 a 1200 pesos por mes), medios (1201 a 2500) y altos (más de 2500), observamos que prácticamente la mitad de la muestra corresponde a familias de ingresos medios, mientras que el resto se reparte en forma bastante equitativa entre las familias con ingresos bajos y altos, 28 % y 22,30 % respectivamente.

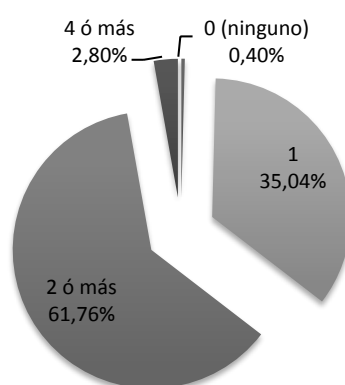
Tabla 4.5: Ingreso mensual del grupo familiar.

Rango	Frecuencia	Porcentaje	Acumulado	Por estratos
0	58	7,60%	7,60%	28%
0 a 400	4	0,50%	8,10%	
401 a 800	52	6,80%	14,90%	
801 a 1200	100	13,10%	28%	49,60%
1201 a 1600	107	14%	42,10%	
1601 a 2000	146	19,10%	61,20%	
2001 a 2500	126	16,50%	77,70%	22,30%
2501 a 3500	88	11,50%	89,30%	
3501 a 5000	50	6,60%	95,80%	
más de 5000	32	4,20%	100%	
TOTAL	763	100%	-	

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

La inmensa mayoría de los hogares (96,7% del total) cuentan con entre 1 y 3 *aportantes* a sus ingresos, y en el 35 % de los casos el aportante es uno sólo.

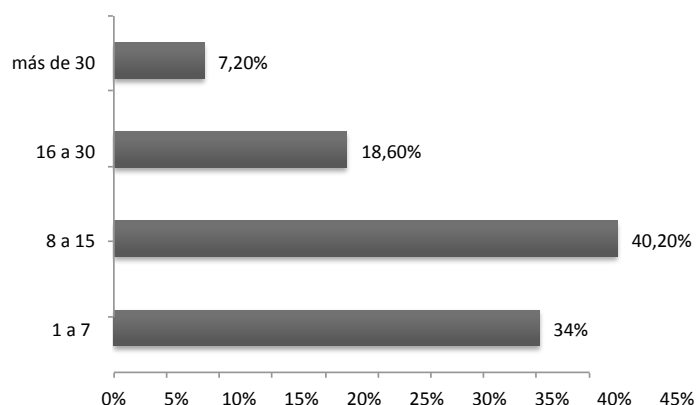
Figura 4.2: Cantidad de aportantes.



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

Haciendo foco en cuestiones relacionadas directamente con el viaje turístico, vemos que la mayor cantidad de turistas encuestados respondieron que permanecerían en la ciudad entre 8 y 15 días (40,2%), seguidos muy de cerca por los turistas que estarán una semana o menos (34%). La duración media de la estadía es de 16,45 días, con un máximo de 150.

Figura 4.3: Duración de la estadía en días.



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

A la hora de elegir un medio de transporte en el que llegar a la ciudad, más del 60% de los turistas elige el *auto*, y casi el 30% el *ómnibus regular*, siendo las demás opciones muy minoritarias.

Tabla 4.6: Medio de transporte.

	Frecuencia	Porcentaje
Automóvil	461	60,40%
Omnibus Regular	220	28,80%
Ferrocarril	47	6,20%
Avión	8	1%
Omnibus no regular	25	3,30%
Otros	2	0,30%
TOTAL	763	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

Aproximadamente el 80% de los turistas se hospedan en *casas*, siendo las propias y alquiladas, alrededor del 30% del total. Esto es una característica propia del turismo en nuestra ciudad que se afirma año a año, entre 2004 y 2012, sobre un total de un 1.130.000 visitantes, 900 mil se alojaron en viviendas (79,6%), y tan sólo 230 mil en hoteles (20,4%)[Atucha et al, 2015].

Tabla 4.7: Tipo de alojamiento.

	Frecuencia	Porcentaje	Combinado
Hotel 1 estrella	8	1%	12,80%
Hotel 2 estrellas	40	5,20%	
Hotel 3 estrellas	42	5,50%	
Hotel 4 estrellas	8	1%	
Hotel 5 estrellas	1	0,10%	
Hospedaje	4	0,50%	7%
Apart Hotel	4	0,50%	
Hotel Gremial	43	5,60%	
Camping	3	0,40%	79,90%
Vivienda Propia	231	30,30%	
Vivienda Alquilada	243	31,80%	
Vivienda Prestada	136	17,80%	
TOTAL	763	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

Según se desprende de la muestra analizada, casi un tercio de los turistas veraneó en Mar del Plata por poseer una vivienda propia o prestada, mientras que el 19,9% declara que lo hace por el simple hecho de que le agrada la ciudad.

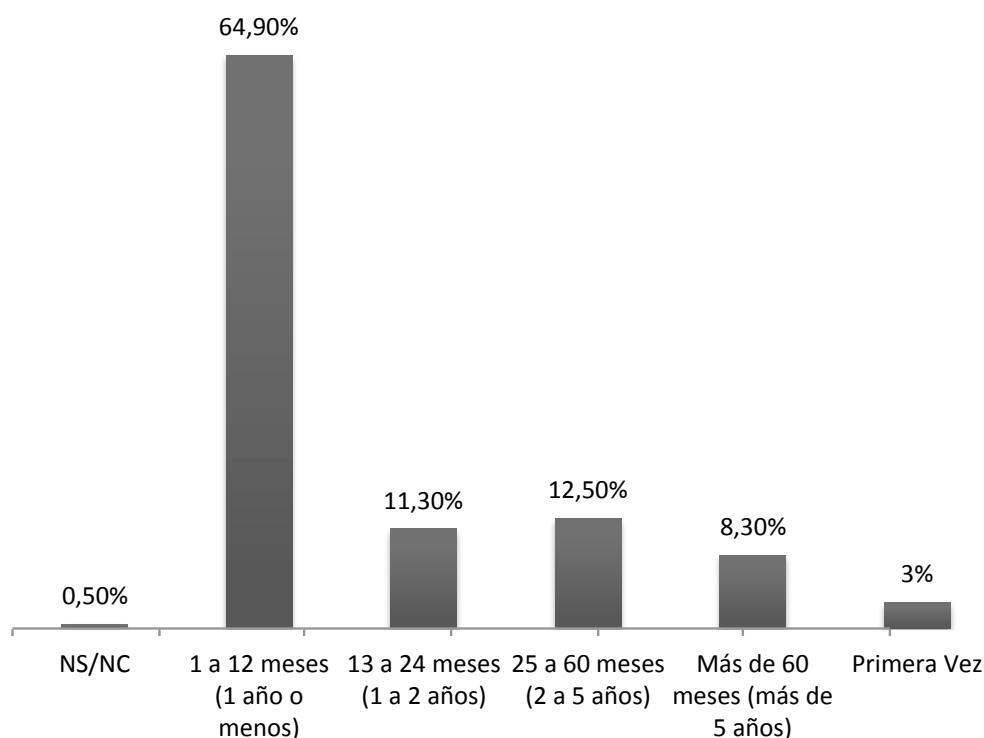
Tabla 4.8: Por qué eligió MDP para estas vacaciones.

	Frecuencia	Porcentaje
NS/NC	8	1%
Diversas opciones de recreación.	149	19,50%
Dispone de vivienda propia / prestada	249	32,60%
Descanso / tranquilidad	74	9,70%
Gastronomía	4	0,50%
Tradición / costumbre	93	12,20%
Le gusta la ciudad	152	19,90%
Cercanía al lugar de residencia	4	0,50%
Playas / mar	26	3,40%
Visitar familia / amigos	4	0,50%
TOTAL	763	100%

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

Además, se observa que el 64,5% de los encuestados visitó la ciudad dentro del último año.

Figura 4.4: Meses desde la última visita a Mar del Plata.



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

Como conclusión del análisis se presenta un perfil general del turista que veranea en Mar del Plata, a partir de las características de los mismos y sus viajes. Se trata en su mayoría de personas de entre 25 y 50 años, que viajan junto a su grupo familiar, primordialmente desde Capital Federal y el Gran Buenos Aires. Observando su nivel de estudios, ocupación e ingresos podemos decir que la clase media es el sector social más representado. Suelen quedarse entre 1 y 15 días, alojados en viviendas propias o alquiladas, y llegan a la ciudad en su propio automóvil. Por último, observamos que se trata de turistas asiduos de la ciudad, ya que repiten mayoritariamente su visita en lapsos de un año o menores.

§ 4.2 RESULTADOS DE LAS ESTIMACIONES

En primer lugar se estima un modelo Tobit, con el Gasto Turístico como variable dependiente. Luego, tal como se detalló en el apartado metodológico, se realizará una estimación en dos etapas, que cuenta con la ventaja de usar distintos conjuntos de variables para explicar la

probabilidad de que el dato esté censurado, y el nivel de gasto. Entonces, procederemos a estimar la variable dependiente a través de un Heckit bietápico, para finalmente comparar nuestros resultados finales.

4.2.1. Descripción de las variables utilizadas en los modelos

Los cuadros siguientes contienen la descripción de las variables explicativas y explicadas que fueron utilizadas a la hora de estimar los modelos Tobit y Heckit. Originalmente se consideró un conjunto más amplio de variables, aquellas que se excluyeron de las estimaciones finales se describen en el Anexo. Sombreadas en gris aparecen las variables construidas ad hoc para el presente trabajo, el resto de las variables se utilizaron tal como se encontraron en la base de datos suministrada por el EMTur.

Tabla 4.9: Descripción de las variables dependientes utilizadas.

Variable	Descripción	Tipo de variable	Media o %
<i>GtoAlim</i>	Gasto declarado del día anterior en desayuno + almuerzo + cena en todos los establecimientos.	Continua	22,47
<i>GtoAlimBin</i>	Muestra si declaró gastos en Desayuno, Almuerzo o Cena en todos los establecimientos para el día anterior.	Binaria. Valor 1 si declaró gastos.	0 = 45,47% 1 = 54,53%
<i>GtoRecreación</i>	Gastos declarados para el día anterior en todos los ítems de recreación sumados (21 ítems)	Continua	18,42
<i>RecreaciónBin</i>	Muestra si declaró gastos para el día anterior en alguno de los 21 ítems correspondientes a Recreación.	Binaria. Valor 1 si declaró gastos.	0 = 63,04% 1 = 36,96

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

Tabla 4.10: Descripción de las variables explicativas utilizadas.

Variable	Descripción	Categorías	Media o %
<i>HospedajeBin</i>	Hospedaje en casa o en otro tipo de establecimiento	Valor 1 si se hospedó en casa.	1 = 79,9%
<i>CantDePersonas</i>	Cantidad de personas que integran el grupo de viaje	-	6,52
<i>ProcCapitalBin</i>	Indica si provienen del interior o de Capital Federal	Valor 1 si proviene de Capital.	0 = 61,2% 1 = 38,8%
<i>Estudios</i>	Estudios del jefe de grupo	0 = ns/nc 1 = sin estudios 2 = primario incompleto 3 = primario completo 4 = secundario incompleto 5 = secundario completo 6 = terciario incompleto 7 = terciario incompleto 8 = terciario completo 9 = universitario completo 10 = posgrado	5 = 29,9% 9 = 29,4% 7 = 11,5% 8 = 10,9%
<i>GtoTraslado</i>	Gastos declarados en traslado ida y vuelta.	-	186,13
<i>EstudiosAgrup</i>	Estudios del jefe de grupo agrupados en cuatro categorías.	0 = ns/nc 1 = primario completo 2 = secundario completo 3 = terciario/universitario incompleto 4 = terciario/universitario completo 5 = posgrado	4 = 40,24%
<i>Ocupación</i>	Ocupación del jefe de hogar.	1 = Desocupado 2 = Ocupación informal 3 = Pasivos 4 = Autónomo y personal no calificado 6 = Obrero calificado, especial. 7 = autónomos especializados, empleados sin jerarquía 10 = comerc. sin personal, artesanos, emp. Especializados 16 = Profes. Independ. Sin empleados, jefes interm. 22 = Dueño, socio de empresa de 1 a 5 empleados, gerencia. 28 = Dueño, socio de empresa de 6 a 50, alta gerencia. 32 = Dueño, socio de empresa de mas de 50 empl., directorio.	10 = 29,9% 16 = 20,6% 7 = 12,3%

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

Continuación de Tabla 4.10.

Variable	Descripción	Categorías	Media o %
OcupaciónAgrup	Ocupación del jefe de hogar	1=Desocupado, pasivo. 2 = Ocupación informal, Autónomo no calificado, personal no calificado, Obrero calificado, especial. 3 = autónomos especializados, empleados sin jerarquía, comerc. sin personal, artesanos, emp. Especializados. 4 = téc. Indep. y en rel. De dependencia, Profes. Independ. Sin empleados, jefes interm., Dueño, socio de empresa de 1 a 5 empleados, gerencia, FFAA. 5 = Dueño, socio de empresa de 6 a 50, alta gerencia, Dueño, socio de empresa de mas de 50 empl., directorio.	3 = 38,6%
IngresosMens	Ingresos mensuales del jefe de hogar	1 = 0 a 400 2 = 401 a 800 3 = 801 a 1200 4 = 1201 a 1600 5 = 1601 a 2000 6 = 2001 a 2500 7 = 2501 a 3500 8 = 3501 a 5000 9 = más de 5000	5 = 19,1%
MesBin	Mes en el que se realizó la encuesta.	Binaria. Valor 1 si la encuesta se realizó en Enero.	0 = 57,8% 1 = 42,2%
Estadia	Días de estancia en Mar del Plata.	-	16,45
GrupoFamiliarBin	Relación entre las personas del grupo.	Binaria. Valor 1 si la relación es familiar.	0 = 50,1%
GrupoAmigosBin	Relación entre las personas del grupo.	Binaria. Valor 1 si la relación es de amistad.	0 = 91,3%
RelCalidadPrecio	Calificación de la relación Calidad/Precio en la ciudad.	Del 1 al 10.	7
CalifAtencTurista	Calificación a la atención al turista en la ciudad.	Del 1 al 10.	7,57
CalifRecreación	Calificación a las ofertas de recreación en la ciudad.	Del 1 al 10.	7,72

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de gasto turístico 2003/2004 del EMTUR.

4.2.2. TOBIT

Utilizando el software econométrico Gretl se estimaron ecuaciones de Gasto Turístico en Alimentación (Desayuno + Almuerzo + Cena) y Recreación través del Modelo Tobit. En los resultados se indica para cada coeficiente el valor de probabilidad asociado al “test t” con hipótesis nula $H_0: Coef=0$, aceptar esta hipótesis indicaría que el coeficiente testeado no resulta estadísticamente significativo para explicar el valor de la variable dependiente “gasto”.

Se representa con *** un $p < 0,01$; el cuál implica que se rechaza la H_0 con un nivel de confianza del 99 %. Es decir que el coeficiente resulta estadísticamente significativo para explicar el gasto, existiendo sólo un 1 % de posibilidades de rechazar la H_0 siendo esta verdadera. Con ** se representa $p < 0,05$ (nivel de confianza del 95 %); y con * se expresa $p < 0,1$ (nivel de confianza del 90 %).

Tabla 4.11: Estimación del Modelo TOBIT para Gastos en Alimentación.

Modelo TOBIT					
Variable dependiente: GtoAlim					
Usando las observaciones 1-763 (n = 760)					
Se han quitado las observaciones ausentes o incompletas: 3					
Observaciones censuradas por la izquierda: 344					
	<i>Coeficiente</i>	<i>Desv. Típica</i>	<i>z</i>	<i>Valor p</i>	
Const	13,4198	11,3691	1,1804	0,23785	
IngresosMens	2,63741	0,82518	3,1962	0,00139	***
CantDePersonas	-0,00354901	0,546785	-0,0065	0,99482	
ProcCapitalBin	-5,46967	3,7632	-1,4535	0,1461	
HospedajeBin	-28,2048	4,51946	-6,2407	<0,00001	***
Estadía	0,0191696	0,114665	0,1672	0,86723	
CalifAtencTurista	-0,568903	1,05834	-0,5375	0,59089	
Ocupación	0,797197	0,293383	2,7173	0,00658	***
RelCalidadPrecio	-0,0465011	0,986654	-0,0471	0,96241	
<i>Chi-cuadrado</i>	66,52758		<i>Valor p</i>	2,41E-11	
<i>Log-verosimilitud</i>	-2419,321		<i>Criterio de Akaike</i>	4858,642	
<i>Criterio de Schwarz</i>	4904,975		<i>Crit. de Hannan-Quinn</i>	4876,484	

En primera instancia se analizan las variables que explican el Gasto Turístico en Alimen-

tación (Desayuno + Almuerzo + Cena). Observando los resultados que arroja el modelo Tobit aplicado sobre la información disponible, advertimos en primera instancia que la variable *ingresos mensuales* del jefe de grupo explica significativamente los gastos en alimentación de los turistas, con una relación positiva tal como se espera a priori, lo que expresa que a mayores ingresos más dinero destina el grupo familiar a este apartado. Cabe consignar que esta variable resultó significativa en el 70% de los estudios reseñados por Brida y Scuderi (2012). La *ocupación* del jefe de familia también tiene una influencia significativa en los gastos, y con el signo positivo esperado, es decir que a “mejor” puesto laboral, mayores gastos en alimentación diarios. La *duración de la estadía* mostró una relación positiva con el gasto, en consonancia con el relevamiento expuesto en el marco teórico, sin embargo no demuestra relevancia. La variable *Hospedaje del grupo familiar* resultó significativa, como en la mayoría de los casos en que es utilizada. Mostró una relación negativa con el gasto, lo que expresa que aquellos turistas que se alojan en algún tipo de casa familiar tienden a gastar menos en su alimentación, esto resulta esperable por el hecho de tener la posibilidad de elaborar su comida. La *cantidad de personas* en el grupo de viaje exhibe una relación negativa con la variable dependiente tal como se espera, ya que a menos personas se requerirán menores gastos, aunque esta variable no resultó relevante estadísticamente.

Las variables psicográficas que indican la *calificación a la atención al turista* y la valoración de la *relación calidad/precio* en la ciudad mostraron signo negativo, lo que marca que a peor valoración de estos aspectos, mayores serán los gastos, algo que no resulta esperable. Estas dos variables tampoco mostraron relevancia estadística.

En cuanto a la prueba de Chi-cuadrado, presenta un *valor p* muy inferior a 0,01. Esto lleva a rechazar firmemente su *hipótesis nula conjunta* de que ninguno de los regresores tiene efecto sobre el gasto, con un nivel de confianza del 99%.

Observando la salida Tobit para los Gastos en Recreación encontramos similitudes y diferencias con el análisis anterior. Lo primero que se observa es que la *ocupación del jefe de familia* tiene una relación significativa y positiva también en estos gastos. Los *ingresos del jefe de familia* repiten su correlación positiva, pero no resultan significativos esta vez. La *duración de la estadía* también resulta determinante pero con signo negativo, al contrario que en la regresión de Alimentación. Bruda y Scuderi destacan que esta variable es una de las más comúnmente usadas, ya que aparece en el 57% de los casos relevados, y que si bien suele resultar positiva

existen numerosos estudios en los que muestra una relación negativa con el gasto. En nuestro caso, esto puede deberse al hecho de que al contar con una estadía más corta podemos ajustar lo que destinamos diariamente a las actividades recreativas, aumentando el monto diario. Otra variable que resulta con una relación positiva y altamente significativa es la *Calificación a las ofertas de Recreación de la Ciudad*, cumpliendo con la relación positiva que se esperaría a priori. La segunda variable psicográfica testeada, *Calificación a la Atención al Turista*, vuelve a tener una relación negativa con el gasto, y en este caso tampoco resulta significativa. La variable que indica la *procedencia*, diferenciando entre turistas capitalinos o del interior, resulta nuevamente con una relación negativa, reafirmando que aquellos turistas que llegan desde la Capital Federal incurren en menos gastos, y nuevamente no resulta significativa.

Tabla 4.12: Estimación del Modelo TOBIT para Gastos en Recreación.

Modelo TOBIT				
Variable dependiente: GtoRecreacion				
Usando las observaciones 1-763 (n = 760)				
Se han quitado las observaciones ausentes o incompletas: 3				
Observaciones censuradas por la izquierda: 478				
	Coefficiente	Desv. Típica	z	Valor p
const	-67,5879	26,6769	-2,5336	0,01129 **
IngresosMens	0,26682	1,8911	0,1411	0,8878
CantDePersonas	-0,658465	1,28143	-0,5139	0,60735
ProcCapitalBin	-12,6075	8,71319	-1,4469	0,14791
HospedajeBin	1,36753	10,5958	0,1291	0,89731
Estadía	-0,486529	0,276209	-1,7615	0,07816 *
CalifRecreación	4,16478	1,81552	2,294	0,02179 **
CalifAtencTurista	-0,930731	2,50544	-0,3715	0,71028
Ocupacion	1,40936	0,671738	2,0981	0,0359 **
<i>Chi-cuadrado</i>	17,08949		<i>Valor p</i>	0,029191
<i>Log-verosimilitud</i>	-1929,827		<i>Criterio de Akaike</i>	3879,654
<i>Criterio de Schwarz</i>	3925,987		<i>Crit. de Hannan-Quinn</i>	3897,496

Por último, la forma de *hospedaje* muestra una relación positiva con el Gasto en Recreación, contrariamente a lo sucedido con los Gastos en Alimentación. Esto puede estar ocasionado por el hecho de que estos dos tipos de gastos suelen ser competidores dentro del presupuesto de

viaje, y aquella porción ahorrada en Alimentación por obtener alojamiento en una casa familiar, podría ser volcada a actividades recreativas. El estadístico Chi-cuadrado tiene un *valor p* menor a 0,05, por lo que rechazamos con un nivel de confianza del 95% la *hipótesis nula conjunta* de que ninguno de los regresores tiene efecto alguno sobre el gasto.

4.2.3. HECKIT

Se aplicó el modelo de Heckman a nuestros datos para corroborar si realizando una estimación en dos etapas logramos un mayor poder explicativo del Gasto Turístico, por el hecho de considerar variables distintas que determinen por un lado, la propensión de los individuos a responder que realizan gastos de cero pesos, y por el otro, el monto del gasto de estos individuos. Nuevamente, el programa econométrico utilizado para la estimación es el Gretl.

Tabla 4.13: Estimación del Modelo HECKIT para Gastos en Alimentación.

Modelo Heckit					
Estimación en dos etapas de Heckit, usando las observaciones 1-763					
Variable dependiente: GtoAlim					
Media de la variable dependiente: 41,21851					
Variable de selección: GtoAlimBin					
Observaciones censuradas: 347 (45,5%)					
	<i>Coficiente</i>	<i>Desv. Típica</i>	<i>z</i>	<i>Valor p</i>	
const	43,7509	10,6025	4,1265	0,00004	***
Ingresos Mens	2,14819	0,585852	3,6668	0,00025	***
CantDePersonas	2,2764	0,564445	4,033	0,00006	***
Estadía	0,11144	0,09075	1,228	0,21945	
HospedajeBin	-7,07828	3,13313	-2,2592	0,02387	**
ProcCapitalBin	2,89508	3,68625	0,7854	0,43224	
RelCalidadPrecio	-0,00946703	0,861756	-0,011	0,99123	
<i>lambda</i>	35,3424	12,9577	2,7275	0,00638	***
<i>Ecuación de selección</i>					
const	-0,323934	0,281211	-1,1519	0,24935	
OcupacionAgrup	0,14982	0,0585372	2,5594	0,01049	**
ProcCapitalBin	-0,184568	0,0953822	-1,935	0,05299	*
CantDePersonas	-0,0336723	0,0138923	-2,4238	0,01536	**
zona	0,0133066	0,00556257	2,3922	0,01675	**
RelCalidadPrecio	-0,0044221	0,0243257	-0,1818	0,85575	
<i>sigma</i>	38,35683		<i>rho</i>	0,92141	

Al igual que en el caso del Modelo Tobit, en los resultados el valor de probabilidad asociado al “test t” con hipótesis nula $H_0: Coef=0$ se indica con *** un $p < 0,01$; ** $p < 0,05$; y * para un $p < 0,1$.

En nuestra estimación del Gasto en Alimentación (Desayuno + Almuerzo + Cena) de los turistas, tenemos un 45,5% de las observaciones censuradas. Esto significa que prácticamente la mitad de ellos respondieron que no habían realizado ningún tipo de estipendio para el grupo familiar en cuanto a su alimentación, durante el día anterior, lo cual resulta poco creíble y a priori nos daría el indicio de que es posible que exista algún sesgo de selección.

Observando la ecuación de selección, notamos que aquellas personas que tienen una *ocupación* de “menor status” son más propensas a declarar gastos de Alimentación, resultando esta variable significativa. También notamos que a *menor cantidad de personas* en el grupo de viaje, aumenta la posibilidad de que declaren gastos nulos, y que aquellos encuestas que no provienen de Capital Federal son más propensos a declarar gastos positivos, resultando también significativas estas dos variables.

Analizando la estimación del nivel de gastos, en primer lugar notamos que la variable de corrección λ (o Razón Inversa de Mills) es positiva y significativa al 99% lo que nos dice que el sesgo de selección existe y que excluir estas observaciones nos lleva a subestimar el verdadero gasto turístico. Además, vemos que la variable de *ingresos* del jefe de grupo es positiva y altamente significativa, al igual que en la estimación Tobit. También se observa que a mayor *cantidad de personas* en el grupo de viaje, existen mayores gastos en alimentación, tal cómo es esperable, y esta relación es significativa. La duración de la *estadía* muestra una relación positiva con el gasto en alimentación pero no resulta relevante, tal cómo sucedió al estimar el modelo precedente. La variable que refiere al *hospedaje*, al mostrar signo negativo, nos vuelve a indicar que aquellos turistas que se alojan en casa tienden a gastar menos en su alimentación.

El estadístico *rho*, al resultar con signo positivo, indica que la correlación entre los términos de error de la ecuación de selección y la regresión, tienen una relación directa. Esto significa que aquellas variables no observadas que pudiesen influir sobre ambos pasos del Modelo, lo hacen en igual sentido.

Tabla 4.14: Estimación del Modelo HECKIT para Gastos en Recreación.

Modelo Heckit					
Estimación en dos etapas de Heckit, usando las observaciones 1-763					
Variable dependiente: GtoRecreación					
Media de la variable dependiente: 49,84752					
Variable de selección: RecreaciónBin					
Observaciones censuradas: 481 (63%)					
	Coefficiente	Desv. Típica	z	Valor p	
const	110,036	40,4154	2,7226	0,00648	***
Ingresos Mens	3,24363	1,83419	1,7684	0,07699	*
CantDePersonas	0,664663	1,51388	0,439	0,66063	
GtoTraslado	-0,013309	0,0177598	-0,7494	0,45362	
GrupoFamiliarBin	-26,5205	10,1171	-2,6214	0,00876	***
HospedajeBin	15,1572	10,0016	1,5155	0,12965	
lambda	75,5368	38,6359	-1,9551	0,05057	*
<i>Ecuación de selección</i>					
const	-0,341541	0,214693	-1,5908	0,11165	
ProcCapitalBin	-0,195125	0,0968506	-2,0147	0,04394	**
MesBin	-0,124369	0,0952067	-1,3063	0,19145	
GrupoAmigosBin	0,464274	0,163665	2,8367	0,00456	***
Estudios	-0,0106852	0,0247978	-0,4309	0,66655	
OcupacionAgrup	0,0490336	0,0630976	0,7771	0,4371	
<i>sigma</i>	91,32555		<i>rho</i>	0,827116	

En la estimación Heckit del Gasto de Recreación encontramos una mayor cantidad de datos censurados, en este caso el porcentaje asciende al 63 %.

Su ecuación de selección nos indica, tal como en la estimación anterior que los individuos más propensos a declarar gastos positivos son aquellos provenientes del interior del país, siendo esta variable significativa. Además la variable binaria que indica si el grupo de viaje está compuesto por amigos muestra un signo positivo y significativo, lo que nos dice que es más probable que aquellos que viajan de esta forma declaren con mayor predisposición que sus gastos en recreación del día anterior son nulos. Nuevamente la variable que indica la *ocupación* muestra una relación positiva, aunque en este caso no resulta significativa.

Observando los determinantes del monto del Gasto Turístico en Recreación, vemos nuevamente que el *ingreso* del jefe del grupo familiar tiene una relación positiva y significativa con el

gasto. Una variable que resulta significativa en gran medida para explicar el gasto es el hecho si el *grupo de viaje* está integrado por familiares exclusivamente o no, los gastos son mayores en aquellos grupos no constituidos exclusivamente por familiares. La variable *HospedajeBin* nos indica que los grupos de viaje alojados en casas familiares realizan mayores gastos en recreación, tal como en el Modelo Tobit.

Además, la variable de corrección λ resulta significativa y positiva, por lo que podemos concluir que en este caso también existe un sesgo de selección, y que si no tomamos en cuenta las observaciones sesgadas subestimaremos el monto del Gasto en Recreación.

Nuevamente el estadístico *rho* se muestra positivo, indicando que la correlación entre los términos de error de la ecuación de selección y la regresión, tienen una relación directa.

- Capítulo 5 -

Conclusiones

El objetivo del presente trabajo fue investigar los principales determinantes del gasto turístico en recreación y alimentación para la temporada 2003/2004, haciendo hincapié en las características socioeconómicas de los individuos relevados, así como del viaje que realizan.

Al observar la entrevista utilizada durante la toma de datos notamos que el apartado destinado al gasto turístico es extenso y exhaustivo, lo que resulta poco conveniente a la hora de ser administrada a individuos que se encuentran vacacionando, en situación de distensión y ocio. Posiblemente el tedio o la incomodidad ocasionada por una encuesta con un diseño poco conveniente para su público objetivo llevó a que gran parte de los encuestados declaren erogaciones de “cero pesos” para el día anterior al de la entrevista, en dos conceptos en los que resulta muy difícil no efectuar gastos durante las vacaciones, cómo los son los Gastos en Alimentación (que cuenta con un 45,5 % de datos nulos) y Gastos en Recreación (63 % de ceros). Esta conclusión nos lleva a pensar que la muestra está censurada en cero, es decir que hay datos recodificados para un subconjunto de la población, que efectuó gastos el día anterior en estos apartados pero al responder declaró que no lo hizo. A través del Modelo Tobit se estimaron funciones de Gasto Turístico en Alimentación y en Recreación, se utilizó esta técnica ya que subsana el problema de censura en los datos, permitiendonos identificar los determinantes más influyentes sobre estas variables.

En la función de Gasto en Alimentación, encontramos que las variables que mejor lo explican son: el Ingreso del Jefe de Familia, el Tipo de Hospedaje, el hecho de si los turistas proceden

de Capital Federal o del Interior, y la Ocupación de los mismos.

Al observar el Gasto en Recreación, vuelve a resultar relevante el Ingreso del encuestado, su Procedencia y Ocupación, y en este caso también resultan determinantes los Días de Estadía de los viajeros en la ciudad, así como la Calificación a las Ofertas Recreativas de la Mar del Plata.

En segunda instancia se utilizó el Método Bietápico de Heckman, conocido como Heckit, que toma en consideración otro tipo de problema en los datos, el Sesgo de Selección.

En la primera etapa del Modelo, en la que se identifican los determinantes que influyen sobre la posibilidad de declarar cero gastos, analizando al Gasto en Alimentación, resultaron más propensas a esta respuesta aquellas personas con un Ocupación de menor rango, y también quienes viajaron en Grupos más grandes. En el análisis de los Gastos en Recreación, encontramos que el Tipo de Grupo de Viaje influye determinantemente en la posibilidad de declarar gastos nulos, quienes viajan en grupos de amigos tienden a declarar “cero pesos” con mayor asiduidad. Para ambos casos se destaca como variable relevante la Procedencia del entrevistado, indicando que aquellos provenientes del interior del país son más propensos a declarar gastos positivos al ser encuestados. Esto nos permite elaborar un perfil preliminar de las personas más tendientes a declarar que no efectuaron gastos durante el día anterior, a través de estas características propias, y del grupo con el que viajan.

En la segunda etapa, las variables que explicarían mayormente el monto del gasto son los Ingresos de los entrevistados, y el Tipo de Hospedaje, variables que se repiten respecto al Modelo Tobit. En ambas ecuaciones la variable de ajuste lambda resulta significativa, lo que nos indica que al utilizar distintos sets de variables para definir la propensión de declarar gastos nulos y los determinantes del monto del gasto logramos un mayor poder explicativo.

En el apartado de Análisis de Datos podemos extraer información para definir un perfil sociodemográfico y económico de los individuos captados por el relevamiento. Observamos que la mayor proporción corresponde a individuos entre 25 y 40 años, que viajan junto a su grupo familiar. La inmensa mayoría es procedente de Capital Federal y el Gran Buenos Aires, y pertenecen a la clase media, definida por sus ingresos, ocupación, y nivel de estudios.

En cuánto a nuestras hipótesis de trabajo, podemos aceptar las dos que se plantearon previamente al análisis de datos y resultados.

En principio podemos decir que el nivel de Gasto Turístico de los veraneantes en la ciudad de Mar del Plata está determinado por ciertas variables, que corresponden tanto a cualidades propias de los turistas como a características del viaje que realizan. Siguiendo la clasificación propuesta en el Marco Teórico podemos dividir las variables que resultaron relevantes en tres categorías:

- características sociodemográficas y económicas de los turistas: *el Nivel de Ingreso, el Tipo de Ocupación y la Procedencia;*
- características del viaje que realizan: *el Tipo de Alojamiento;*
- en el caso del Gasto en Recreación resultó relevante una variable psicográfica: *la evaluación que hace el turista de la Oferta de la Ciudad en actividades relativas a la Recreación.*

Por otro parte, los resultados del Modelo Heckit nos llevan a aceptar la hipótesis de que la gran cantidad de respuestas nulas se debe a características propias de los encuestados y del viaje que realizan, es decir que estaríamos ante un tipo de Sesgo de Selección en particular, la autoselección. Abordamos a esta conclusión teniendo en cuenta que la variable de corrección lambda resulta altamente significativa en ambas ecuaciones de gasto, y justamente la significatividad de este coeficiente nos muestra la magnitud del sesgo que existiría de no utilizar el Metodo de Heckman. Esto indica que obtenemos un mayor poder explicativo al utilizar dos conjuntos de variables, por un lado aquellas que se influyen sobre el hecho de estar o no dispuestos declarar gastos y, en una segunda etapa, aquellas que determinan el monto del gasto. Por lo tanto, existen características propias de los individuos y su tipo de viaje que nos indican quienes serían los mejor predispuestos a responder una encuesta de gasto de este tipo, de manera fidedigna.

Finalmente, queda definida la información que el presente trabajo aporta tanto a los decisores de política económica local como a aquellos actores del sector privado que busquen conocer el perfil de los veraneantes en nuestra ciudad y las variables que influyen en sus gastos.

Conocer los determinantes del gasto genera herramientas para orientar la oferta de aquellos establecimientos que ofrezcan opciones de alimentación y recreación a los veraneantes en nuestra ciudad hacia los turistas con características que los hacen más propensos al gasto, así cómo puede motivar estrategias para satisfacer también a aquellos que son menos tendientes a emitir desembolsos.

Por parte del Estado Municipal, en primer lugar resulta fundamental para la gestión turística conocer el perfil del turista y sus formas de gasto. Por otro lado, en cuanto al proceso de toma de datos se concluye que hay características propias de ciertos veraneantes que llevan a que no respondan de forma correcta las encuestas de gasto, como lo son su ocupación, su grupo de viaje y su procedencia. Modificar el diseño de las encuestas de gasto de manera de facilitar su administración y respuesta, podría hacer que estos individuos cambien su predisposición hacia las mismas, perfeccionando la información recabada y optimizando el uso de los recursos del Estado.

Bibliografía

- [André Romero, 1999] ANDRÉ ROMERO, M. E. (1999). *El turismo urbano y la segmentación motivacional: aplicación econométrica a la ciudad de Barcelona*. Tesis de Doctorado. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- [Atucha et al, 1998] ATUCHA, A; LÓPEZ, M.T; VOLPATO, G. Y WIERNY, M. (1998). "Mar del Plata ¿una ciudad a puro servicio?" en *Quipu*, 1 (4), 15-19.
- [Atucha et al, 2015] ATUCHA, A; LABRUNÉE, M; LÓPEZ, M. T. Y STUDNITZ, L. (2015). "Aportes para la medición del valor añadido por el turismo. El turismo residencial estival en las mediciones del Producto Bruto Geográfico del Partido de General Pueyrredon, Argentina" en *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24 (2), 296-315.
- [Barbini et al, 2010] BARBINI, B., BIASONE, A., CASTELLUCCI, D., CACCIUTTO, M; CORBO, Y. A.; CRUZ, G. Y ROLDÁN, N. G. (2013). "Gobernanza turística y desarrollo local. Mar del Plata frente a estrategias de reconversión incluyentes". Comunicación presentada en *Jornadas de Difusión de la Investigación en Ciencias Económicas y Sociales*, Mar del Plata, Argentina.
- [Bull, 1994] BULL, A. (1994). *La economía del sector turístico*. Madrid: Alianza Economía.
- [Brida y Scuderi, 2012] BRIDA, J. Y SCUDERI R. (2012). *Determinants of tourist expenditure: a review of microeconomic models*. Bozen; Free University of Bozen-Bolzan.
- [Dachary y Burne, 2006] DACHARY, A. Y BURNE, S. (2006). "El estudio del turismo ¿un paradigma en formación?" en *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 2 (15), 179-193.

- [Dieckow, 2010] DIECKOW, L. M. (2010). *Turismo. Un abordaje micro y macro económico*. Edición digital gratuita. Recuperado de <http://ecaths1.s3.amazonaws.com/economiadeempresas/Turismo%20Un%20abordaje%20micro%20y%20macroeconomico.pdf>
- [Figuerola et al, 2011] FIGUEROA, C; VÁZQUEZ, P Y TEJERA, M. (2011). *James Heckman: el sesgo de selección muestral*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- [Figuerola, 1990] FIGUEROLA, M. (1990). *Teoría económica del Turismo*. Madrid: Alianza Universidad Textos.
- [Greene, 2002] GREENE W. H. (2002). *Econometric analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- [Gujarati, 2004] GUJARATI, D. (2004). *Basic Econometrics*. Nueva York: McGrawHill.
- [Heckman, 1979] HECKMAN, J. (1979). "Sample selection bias as a specification error." en *Journal of the Econometric Society*, (47), 153-161.
- [Hedo, 2010] HEDO, J. P. (2010). *Atributos de calidad en los alimentos: Metodologías de estimación de la Disponibilidad a Pagar de los Consumidores*. Tesis de Grado. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata
- [Jafari, 2005] JAFARI, J. (2005). "La cientificación del turismo" en *Contribuciones a la Economía*. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2005/jafari.htm>
- [Kafka, 1996] KAFKA, F. (1996). *Teoría Económica (Tercera edición)*. Lima: Universidad del Pacífico.
- [Kerlinger, 1983] KERLINGER, F. (1983). *Investigación del comportamiento, técnicas y metodología*. México: Editorial Interamericana.
- [FCEyS, 2002] UNMDP. FCEyS. (2002). *Mar del Plata productiva: diagnóstico y elementos para una propuesta de desarrollo local*. Mar del Plata: FCEyS.
- [Muñoz, 2007] MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2007). *El turismo explicado con claridad. Autopsia del turismo 2da parte*. Madrid: Edición electrónica gratuita. Recuperado de <http://www.instituto178.com.ar/Academicos/Catedras/Farias/MunozDeEscalona-ElTurismoExplicadoconClaridad.pdf>
- [OMT, 2008] OMT (2008). *Introducción al turismo*. Madrid: Edición Digital.

-
- [OMT, 2015] OMT (2015). *Anuario estadístico de turismo 2014*. Buenos Aires: Edición Digital.
- [ONU, 2008] ONU. DEPARTAMENTO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES, DIVISIÓN DE ESTADÍSTICA. (2008). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo*. Madrid/Nueva York: Edición Digital.
- [Sosa Escudero, 1999] SOSA ESCUDERO, W. (1999). *Tópicos de Econometría Aplicada*. Notas de Clase. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- [Studnitz, 2014] STUDNITZ, L. (2014). *La actividad turística en la ciudad de Mar del Plata: estimación y análisis de su importancia económica, período 2004-2012*. Tesis de grado. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- [Varisco, 2011] VARISCO, C. (2011). "Economía del turismo. Revisión de trabajos presentados en CONDET" en *Aportes y Transferencias*, 15(2), 103-124.
- [Wierny, 2012] WIERNY, M. (2012). *Producto Bruto Geográfico del Partido de General Pueyrredon. Año base 2004. Estimaciones y metodología*. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.

ANEXO

FORMULARIO DE ENCUESTA DE GASTO TURISTICO. TEMPORADA 2003/2004. EMTUR

Encuesta de Gasto Verano 2003 -04- Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata

ENCUESTADOR:

PLAYA:.....

DÍA:...../...../..... SECTOR:

1. TIPO DE ALOJAMIENTO ELEGIDO

- Hoteles 1 Estrella 1
- Hoteles 2 Estrellas 2
- Hoteles 3 Estrellas 3
- Hoteles 4 Estrellas 4
- Hoteles 5 Estrellas 5
- Hospedaje 6
- Apart Hotel 7
- Hotel Gremial 8
- Camping 9
- Vivienda Propia 10
- Vivienda Alquilada 11
- Vivienda Prestada 12

..... (Dirección exacta)

GASTO EN ALOJAMIENTO	
-----------------------------	--

. VIVIENDA ALQUILADA

- En inmobiliaria en Mar del Plata 1
- En inmobiliaria Procedencia 2
- Entre particulares 3
- Ns/Nc 0

. CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS TURISTICOS

- Independiente 1
- Agencia de viajes 2
- Gremio / Obra social 3
- Ns/Nc 0

2. ESTADIA (Cantidad de NOCHES)

--

3. RELACIÓN ENTRE LAS PERSONAS DEL GRUPO

Familia	1
Amigos	2

Novios	3
Solo/sola	4
Matrimonio y parejas solos	5
Parientes	6
No sabe/no contesta	0

4. CANTIDAD DE COMPONENTES SEGÚN EDAD

	EDAD	N	es	en
VA	0 a 6 años			
VB	7 a 12 años			
VC	13 a 17 años			
VD	18 a 24 años			
VE	25 a 40 años			
VF	41 a 50 años			
VG	51 a 65 años			
VH	Más de 65 años			
VT	TOTAL			

5. PROCEDENCIA

- Capital Federal 1
- Gran Buenos Aires 2
- Resto de la Provincia de Buenos Aires 3
- Otra Provincia*
- Otro País*
- No sabe/No contesta 0

*Especificar.....

6. MEDIO DE TRANSPORTE ELEGIDO

- Automóvil 1
- Omnibus Regular 2
- Ferrocarril 3
- Avión 4
- Omnibus No Regulares 5
- Otros 6
- No Sabe/No Contesta 0

Encuesta de Gasto Verano 2003 -04- Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata

7. GASTO EN TRASLADO DE IDA Y VUELTA (Nafta, pasajes, etc.)

8. HA VISITADO LA OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL EMTUR

- Sí 1
- No 2
- No/No 0

9. POR QUE ELIGIO MAR DEL PLATA PARA ESTAS VACACIONES

- Diversas opciones de recreación 1
- Vivienda propia/prestada 2
- Descanso/Tranquilidad 3
- Gastronomía 4
- Tradición / costumbre 5
- Le gusta la ciudad 6
- Cercanía a lugar de residencia 7
- Playas / Mar 8
- Asistir a un evento en particular- Indicarla

- Realizar alguna actividad recreativa en particular . Indicarla

10. DISTINGA LAS TRES ZONAS QUE MÁS LE GUSTARON DE LA CIUDAD:

1.
2.
3.

11. DÓNDE CONCURRIÓ DE VACACIONES ...

En caso de que no se haya viajado o no se responde indicarlo

Verano 2003	No viajó
Semana Santa	No viajó
Fines de Semana Largos	No viajó
Vacaciones de Invierno	No viajó
Otros fines de semana durante el año	No viajó

12. CUÁNTO TIEMPO HACE QUE NO VENÍA A MAR DEL PLATA?

13. ¿CON CUÁNTOS DÍAS DE ANTICIPACIÓN DECIDIÓ EL VIAJE?

14. DURANTE ESTE VERANO, ¿VIAJARÁ O VIAJÓ A OTRO DESTINO?

- No Viajará 99
- No tiene decidido si viajará 999
- Viajará pero no tiene decidido el destino 9999
- No sabe / No contesta 0

15. QUE LUGARES EN TORNO A LA CIUDAD... (marcar con una cruz)

	Conoce	Le agrada	Desearía c
a. otras playas			
b. médanos			
c. acantilados			
d. bosques			
e. lagunas			
f. sierras			
g. estancias			
h. otros lugares			

16. QUE LOCALIDADES EN TORNO A LA CIUDAD ...

	Conoce	Le agrada	Desearía conocer
a. Villa Gesell			
b. Mar Chiquita			
c. Cnel Vidal			
d. Balcarce			
e. Necochea			
f. Miramar			
g. otras localidades			

17. QUE RUTAS EN TORNO A LA CIUDAD....

	Transitó	Le agrada	Desearía transitar
a. Ruta 11 norte			
b. Ruta 2			
c. Ruta 226			
d. Ruta 88			

Encuesta de Gasto Verano 2003 -04- Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata

<p>e. Ruta 11 Sur</p> <p>18. QUE LE INDUCE A HACER UN PASEO / UNA EXCURSION (marque 3 opciones en orden)</p> <p>la naturaleza 1 la cultura 2 la gente 3 un paisaje 4 un espectáculo 5 una actividad 6 un almuerzo/cena 7 un encuentro 8 una compra 9 otros 10</p> <p>19. QUE DISTANCIA / TIEMPO DE TRASLADO ES LIMITE ACEPABLE PARA UN PASEO /EXCURSION DEL DIA</p> <p>25 km. / ½ hora 1 50 km. / 1 hora 2 75 km. / 1 ½ horas 3 100 km. / 2 horas 4</p> <p>20. ¿CONTRATA UNIDADES DE SOMBRA EN LA PLAYA?</p> <p>• Si 1 • No 2 • No Sabe/No Contesta (pasa a) 0</p> <p>21. ¿QUÉ CANTIDAD DE DIAS, Y A QUE COSTO?</p> <p>a. Dias <input style="width: 50px;" type="text"/></p> <p>b. Costo \$ <input style="width: 100px;" type="text"/></p> <p>GASTOS DEL DÍA ANTERIOR</p> <p>22. COMIDAS</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%;">Comida</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">Gastron. Balneario</td> </tr> </table>	Comida															Gastron. Balneario	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>a. Desayuno</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>b. Almuerzo</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>c. Cena</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>23. SUPERMERCADO</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 60%;">Subrubro</th> <th style="width: 40%;">Gasto</th> </tr> <tr> <td>a. Alimentos</td> <td></td> </tr> <tr> <td>b. Otros Gastos supermercado</td> <td></td> </tr> </table> <p>24. GASTOS EN COMPRAS Y REGALOS</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 60%;">Subrubro</th> <th style="width: 40%;">Gasto</th> </tr> <tr> <td>a. Productos artes. y trad. no comestibles</td> <td></td> </tr> <tr> <td>b. Productos artes. y tradicionales comestibles</td> <td></td> </tr> <tr> <td>c. Otros gastos en compras y regalos</td> <td></td> </tr> </table> <p>25. GASTOS EN INDUMENTARIA</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 60%;">Subrubro</th> <th style="width: 40%;">Gasto</th> </tr> <tr> <td>a. Ropa</td> <td></td> </tr> <tr> <td>b. Calzados, zapatillas</td> <td></td> </tr> <tr> <td>c. Otra indumentaria</td> <td></td> </tr> </table> <p>26. RECREACIÓN</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 60%;">Actividad</th> <th style="width: 20%;"></th> <th style="width: 10%;"></th> <th style="width: 10%;">ACTIVIDAD</th> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">C</td> <td style="text-align: center;">Z</td> <td style="text-align: center;">IDA</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">T</td> <td style="text-align: center;">T</td> <td style="text-align: center;">D</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">C</td> <td style="text-align: center;">C</td> <td></td> </tr> <tr> <td>a. Cine</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>b. Teatro</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>c. Espectáculos Musicales</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>d. Casino</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>e. Espectáculos deportivos</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>f. Parques Temáticos</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>g. Discotecas</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>h. Exposiciones y muestras</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>i. Juegos Electrónicos</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>j. Espectáculos infantiles</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>k. Sierra / Laguna de los Padres</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>l. Excursiones / Serv. de Guías</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>m. Golf</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>							a. Desayuno						b. Almuerzo						c. Cena						Subrubro	Gasto	a. Alimentos		b. Otros Gastos supermercado		Subrubro	Gasto	a. Productos artes. y trad. no comestibles		b. Productos artes. y tradicionales comestibles		c. Otros gastos en compras y regalos		Subrubro	Gasto	a. Ropa		b. Calzados, zapatillas		c. Otra indumentaria		Actividad			ACTIVIDAD		C	Z	IDA		T	T	D		C	C		a. Cine				b. Teatro				c. Espectáculos Musicales				d. Casino				e. Espectáculos deportivos				f. Parques Temáticos				g. Discotecas				h. Exposiciones y muestras				i. Juegos Electrónicos				j. Espectáculos infantiles				k. Sierra / Laguna de los Padres				l. Excursiones / Serv. de Guías				m. Golf			
Comida																																																																																																																																			
							Gastron. Balneario																																																																																																																												
a. Desayuno																																																																																																																																			
b. Almuerzo																																																																																																																																			
c. Cena																																																																																																																																			
Subrubro	Gasto																																																																																																																																		
a. Alimentos																																																																																																																																			
b. Otros Gastos supermercado																																																																																																																																			
Subrubro	Gasto																																																																																																																																		
a. Productos artes. y trad. no comestibles																																																																																																																																			
b. Productos artes. y tradicionales comestibles																																																																																																																																			
c. Otros gastos en compras y regalos																																																																																																																																			
Subrubro	Gasto																																																																																																																																		
a. Ropa																																																																																																																																			
b. Calzados, zapatillas																																																																																																																																			
c. Otra indumentaria																																																																																																																																			
Actividad			ACTIVIDAD																																																																																																																																
	C	Z	IDA																																																																																																																																
	T	T	D																																																																																																																																
	C	C																																																																																																																																	
a. Cine																																																																																																																																			
b. Teatro																																																																																																																																			
c. Espectáculos Musicales																																																																																																																																			
d. Casino																																																																																																																																			
e. Espectáculos deportivos																																																																																																																																			
f. Parques Temáticos																																																																																																																																			
g. Discotecas																																																																																																																																			
h. Exposiciones y muestras																																																																																																																																			
i. Juegos Electrónicos																																																																																																																																			
j. Espectáculos infantiles																																																																																																																																			
k. Sierra / Laguna de los Padres																																																																																																																																			
l. Excursiones / Serv. de Guías																																																																																																																																			
m. Golf																																																																																																																																			

Encuesta de Gasto Verano 2003 -04– Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata

n. Turismo Rural		
o. Pesca Recreativa		
p. Paseos por la ciudad		
q. Paseos por el centro		
r. Paseos por la costa		
s. Deportes naturaleza		
t. Compras		
Otras		

27. OTROS GASTOS

Subrubro	Gasto
a. Diarios y Revistas	
b. Gastos Médicos	
c. Tintorería / lavandería	
d. Farmacia/perfumería	
e. Kioskos / cigarrillos	
f. Viáticos (comb, taxis, remises, col.)	
g. Gastos telefónicos/Internet	
h. Otros Gastos	

28. CÓMO CALIFICARÍA A : (1 a 10)

a. Alojamiento	
b. Limpieza de la ciudad	
c. Seguridad ciudadana	
e. Estado y servicios en playa	
f. Información Turística	
g. Estacionamiento	
h. Relación Calidad / Precio	
i. Recreación	
j. Gastronomía	
k. Atención a los turistas	
l. Transporte de Aproxim.	
m. Taxis/Remises	

29. ESTUDIOS DEL JEFE DE GRUPO

Código	
--------	--

30. OCUPACIÓN DEL JEFE DE GRUPO

Código	
--------	--

31. CANTIDAD DE APORTANTES

4 ó más	9
2-3	7
1	1

32. BIENES

Internet en el hogar	8
Computadora	6
Tarjeta de Débito	5

33. CANTIDAD DE AUTOS*

2 ó más	22
1	11
No posee automóvil	0

*Autos con más de 15 años de antigüedad se deben excluir

34. ATENCIÓN MÉDICA

Privada – Obra Social – Prepaga	5
Hospital Público	0

35. INGRESOS MENSUAL DEL GRUPO FAMILIAR

Mostrar tarjeta

Código	
--------	--

DESCRIPCIÓN DE LAS VARIABLES NO UTILIZADAS EN LAS ESTIMACIONES.

Variables dependientes

Variable	Descripción	Tipo de variable	Media o %
<i>GtoAlimSuper</i>	Gasto declarado del día anterior en desayuno + almuerzo + cena en todos los establecimientos. Se suma el gasto en el supermercado en alimentos.	Continua	47,71
<i>GtoAlimSuperBin</i>	Muestra si declaró gastos en Desayuno, Almuerzo o Cena en todos los establecimientos, o en el supermercado en alimentos para el día anterior.	Binaria, valor 1 si declaró gastos.	0 = 13,36% 1 = 86,64%
<i>Viáticos</i>	Gastos declarados en viáticos para el día anterior.	Continua	2,34
<i>ViáticosBin</i>	Muestra si declaró gastos en viáticos para el día anterior.	Binaria, valor 1 si declaró gastos.	0 = 80,6% 1 = 19,4%

Variables explicativas

Variable	Descripción	Categorías	Media o %
<i>ProcCP+GBABin</i>	Indica si provienen del interior o de Capital Federal+Gran Buenos Aires	Binaria. Valor 1 si proviene de Capital+Gran Buenos Aires	0 = 33,2% 1 = 66,8%
<i>GtoTraslado</i>	Gastos declarados en traslado ida y vuelta (nafta, pasajes, etc.)	Continua	186,13
<i>CantAportantes</i>	Cantidad de aportantes a la economía del hogar del jefe de grupo.	1 = 1 7 = 2/3 9 = 7 o más	7 = 62,1% 1 = 35% 9 = 2,6%
<i>CantAportantesBin</i>	Cantidad de aportantes a la economía del hogar del jefe de grupo.	0 = 1 1 = 2 o más	1 = 64,8%
<i>Anticipación</i>	Tiempo de anticipación con que planeó el viaje (meses).	Continua	0,81

Índice de figuras

4.1. Relación entre las personas del grupo de viaje.	43
4.2. Cantidad de aportantes.	46
4.3. Duración de la estadía en días.	47
4.4. Meses desde la última visita a Mar del Plata.	49

Índice de tablas

2.1. Tipo de variables que afectan al Gasto Turístico.	31
4.1. Rango etario por sexo de los encuestados.	43
4.2. Procedencia de los encuestados.	44
4.3. Nivel de estudios del jefe de grupo del encuestado.	45
4.4. Ocupación del jefe de grupo.	45
4.5. Ingreso mensual del grupo familiar.	46
4.6. Medio de transporte.	47
4.7. Tipo de alojamiento.	48
4.8. Por qué eligió MDP para estas vacaciones.	48
4.9. Descripción de las variables dependientes utilizadas.	50
4.10. Descripción de las variables explicativas utilizadas.	51
4.11. Estimación del Modelo TOBIT para Gastos en Alimentación.	53
4.12. Estimación del Modelo TOBIT para Gastos en Recreación.	55
4.13. Estimación del Modelo HECKIT para Gastos en Alimentación.	56
4.14. Estimación del Modelo HECKIT para Gastos en Recreación.	58