

CONTRATACIÓN DE UN/A CONSULTOR/A PARA EL ANÁLISIS DE ENCUESTAS DE LÍNEA DEL PROGRAMA NACIONAL DE TURISMO

1. DEFINICIONES

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

Organismo Ejecutor o Beneficiario: Secretaría Nacional de Turismo

Programa: Programa Nacional de Turismo Contrato de Préstamo N° 2453/OC-PR

Consultores Individuales: Profesional contratado para realizar las actividades indicadas en el numeral 5.

2. ANTECEDENTES

a. Descripción del Programa

Paraguay es el destino con los índices de desempeño y competitividad turística más bajos de América Latina, lo que acredita el débil desarrollo del sector en el país, como corresponde a un destino en etapa de desarrollo y crecimiento turístico. Conviene destacar que Paraguay ha registrado un aumento sostenido del turismo receptivo¹, superando la cifra de 3 millones de visitantes anuales, lo que demuestra el creciente interés que despierta en los mercados extranjeros. Sin embargo, una proporción muy alta de las llegadas internacionales (85%) son excursionistas² (visitantes de día) que permanecen sólo unas horas en el país visitando las áreas conexas a Yguazú y Misiones, como parte de sus vacaciones a Brasil y/o Argentina; pero que no contribuyen al despegue definitivo del sector turístico paraguayo y no generan ingresos por turismo comparables a la media de la región³.

El objetivo general del Programa Nacional de Turismo de Paraguay (Contrato de Préstamo 2453/OC-PR) es la promoción del desarrollo económico y social a través del incremento del ingreso y del empleo turístico en Paraguay. Los objetivos específicos contemplan (i) el fortalecimiento y descentralización de la administración turística en el país; (ii) la generación de capacidades locales para la planificación y gestión sustentable de la actividad turística; y (iii) la creación de las condiciones necesarias para el impulso a una oferta de destinos y productos turísticos que sea competitiva y exportable.

El Programa apuesta por el Fortalecimiento Institucional como mecanismo estratégico de mejora de las capacidades de los distintos actores involucrados en el desarrollo turístico de Paraguay. En este sentido, la formación de sectores públicos y privados constituye un eje prioritario del Programa en sus objetivos (i) y (ii).

La Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR) ejecutará el Programa PR-L1050 a través de la Dirección General de Gestión Turística, que contará con el apoyo de una Unidad Coordinadora del Programa 2453/OC-PR que será parte de la Unidad Ejecutora de Proyectos de la SENATUR (UEP), la que de esta manera será reforzada para asumir la ejecución y seguimiento del Programa.

Las acciones previstas en el Programa, tanto en aquellas vinculadas a la creación de productos estratégicos como en el fortalecimiento institucional, se ubican en tres áreas de intervención: (i) región del Chaco Central, (ii) Eje fluvial Villa Hayes-Chaco, y (iii) el entorno del Lago Yguazú.

El programa está estructurado en dos componentes principales: (1) Desarrollo de Productos Turísticos Estratégicos; y (2) Fortalecimiento Institucional.

El Componente 1. Tiene el propósito de generar productos turísticos que aprovechen altas potencialidades y oportunidades turísticas del país. Incluye las siguientes inversiones: en El Chaco Central y Húmedo para turismo fluvial y de naturaleza y aventura; (i) Centro de Interpretación Interactiva del Gran Chaco Americano; (ii) senderos temáticos al aire libre de la fauna, flora, historia y cultura del Chaco; (iii) adecuación turística de la ruta Transchaco que conecta el Chaco con Asunción (con miradores paisajísticos, señalética, ciclovías, senderos pedestres, centro ecológico y audio guía); (iv) estación fluvial y de ocio en Chaco-Bahía de Asunción; (v) embarcaderos menores en afluentes del río Paraguay que discurren por el Chaco Húmedo, para facilitar recorridos recreativos; (vi) proyectos de puesta en valor de los atractivos naturales y culturales en el

¹ Según UNWTO –United Nations World Tourism Organization-, las llegadas internacionales al país han tenido un incremento promedio del 10% anual desde 2002, muy superior al promedio mundial (4,5%).

² El ratio turistas/excursionistas es uno de los más bajos del continente (1/6).

³ Es el país con menos ingresos turísticos y gasto promedio por visitante del continente (US\$209 frente al promedio en Latinoamérica de US\$740 por persona y estadía, según datos de la UNWTO).

área de influencia de los embarcaderos menores; (vii) integración y participación de las comunidades indígenas del Chaco en el desarrollo de oferta ligada al Centro y los circuitos temáticos; y (viii) capacitación y asistencia técnica a las MIPYMES locales y sus asociaciones gremiales para la generación de servicios turísticos relacionados. En el Lago Yguazú para turismo cultural guaraní: (i) Circuito Vivencial del Mundo Guaraní; (ii) integración y participación de la etnia guaraní en el desarrollo del Centro; y (iii) apoyo a las MIPYMES locales y sus asociaciones gremiales para la generación de oferta turística y recreacional relacionada al circuito.

Componente 2. Fortalecimiento Institucional, está dirigido a la SENATUR y a los municipios integrantes de los destinos de Lago Yguazú y Chaco Central y Húmedo, a fin de crear capacidades para una planificación y gestión ordenada de la actividad turística en sus territorios que contribuya a maximizar la captación de los beneficios a nivel local de forma sustentable. Comprende las siguientes actividades: (i) desarrollo del marco normativo y regulatorio de la oferta turística y para las actividades de turismo de aventura y fluvial; (ii) fortalecimiento del Sistema Nacional de Estadísticas Turísticas, investigación de mercados y la Cuenta Satélite de Turismo; (iii) puesta en marcha de un centro compartido de difusión de información y recursos documentales en turismo (CIRDTUR); (iv) apoyo al sistema de registro, habilitación, control e inspección de empresas turísticas (REGISTRO NACIONAL DE TURISMO); (v) apoyo a la implementación del Sistema Nacional de Calidad Turística; (vi) capacitación en asistencia a sector privado, diseño, gestión y evaluación de proyectos, y formación de formadores; (vii) elaboración de planes de desarrollo turístico para los departamentos y municipios seleccionados; (viii) elaboración y apoyo a la implementación del plan de marketing para la promoción de la marca país y de los productos apoyados por el Componente 1; y (ix) diseño e implementación de un sistema de evaluación de efectividad de las acciones de promoción.

b. Justificación

La Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO) recomienda previo al comienzo de las estadísticas de análisis del turismo receptor/emisor, la cooperación institucional de las Administraciones Nacionales de Turismo, con las Oficinas de Estadísticas, las Autoridades de Migración, el Banco Central del Paraguay, las Autoridades de Control en Frontera y las Administraciones de Transporte de Pasajeros.

SENATUR trabaja de manera coordinada con la Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos, la Dirección General de Migraciones y el Banco Central del Paraguay. La problemática con la que se encuentra el Departamento de Estadísticas e Investigación de Mercado de la SENATUR es que los datos de migración no responden a la realidad de entrada y salida de visitantes al país, por ello se hace preciso incorporar un instrumento o encuesta que complemente los datos recibidos de la Dirección General de Migraciones. Situación similar a los datos proveídos por el Banco Central en cuanto a los gastos por visitantes (turistas y excursionistas).

SENATUR tiene disponibilidad de información estadística a partir del **turismo emisor y receptor**, a través de información primaria proporcionada por el registro de la Dirección General de Migraciones, así también con datos de **establecimientos turístico** provenientes del Departamento de Registro y Calidad Turística de la SENATUR, en este caso, la información es deficiente con motivo de la inexistencia de control o regulación de la apertura y funcionamiento de los establecimientos turísticos. La misma situación se produce con informaciones de las agencias y operadores de turismo.

Por un convenio entre la SENATUR y la Dirección de Encuestas, Estadísticas y Censos DGEEC, se desarrolló el **Módulo de TURISMO INTERNO** en la Encuesta Permanente a Hogares, por lo cual la SENATUR cuenta con informaciones del 2004, 2008 y 2009.

Finalmente, SENATUR, en colaboración con del Banco Central de Paraguay lleva a cabo una serie de **indicadores económicos** en referencia a la representación del peso del consumo turístico receptor en el PIB, la balanza turística en proporción al PIB, el grado de apertura turística, el grado de cobertura, el % de consumo turístico receptor

Sin información completa no hay posibilidad de actuar con eficiencia y rigor en política turística. Así, las actuaciones de los responsables de las decisiones, tanto públicos como privados, se moverán por inercia, sin que existan verdaderas orientaciones sobre lo que se debe de hacer, cómo se debe de hacer, cuándo se debe de hacer y donde se debe de hacer. Por ello, se hace necesario plantear una mejora del Sistema Nacional de Estadísticas de la SENATUR

En el 2014 la SENATUR a través del programa Nacional de Turismo lleva acabo la realización de encuestas para la obtención de una la línea de base para hogares, turistas y empresas en las tres zonas de Intervención del Programa (Municipio de Filadelfia, Villa Hayes e Yguazú) el cual arrojaría informaciones de este universo:

Encuestas	Cantidad realizada
Turismo Receptor	1.500
Hogares	381
Empresa	322

Encuestas a **HOGARES Y EMPRESAS** en las zonas de intervención del Programa

- Eje 1: Región del Chaco Central, **DISTRITO DE FILADELFIA**
- Eje 2: Eje fluvial Villa Hayes-Chaco'i, **DISTRITO DE VILLA HAYES**
- Eje 3: Entorno del Lago Yguazú. **DISTRITO DE YGUAZU**

Encuestas a **TURISTAS** internacionales en los puestos de salida más importantes del País

- Aeropuerto Silvio Pettrossi,
- Puente Internacional San Roque González de Santa Cruz,
- Puente Internacional de la Amistad,
- Aeropuerto Internacional Guaraní y
- Puerto Falcón

Por ello, a través de ésta consultoría se pretende analizar e interpretar los datos obtenidos a partir de la encuesta de línea de base realizada por el Programa Nacional de Turismo – PRONATUR en el periodo 2014.

3. OBJETIVOS DEL LLAMADO

Objetivo General: Analizar e interpretar los datos obtenidos a partir de la encuesta de línea de base realizada por el Programa Nacional de Turismo – PRONATUR en el periodo 2014. Este estudio abarca el análisis de encuestas de turismo receptor, encuestas a hogares (turismo interno), encuestas a empresas, estas dos últimas de las zonas de intervención del PRONATUR.

Objetivos específicos:

- Analizar, interpretar y realizar un informe de los resultados de la encuesta de turismo receptivo realizadas en el 2014
- Analizar, interpretar y realizar un informe de los resultados de la encuesta a hogares (turismo interno) de las zonas de intervención del programa realizadas en el 2014
- Analizar, interpretar y realizar un informe de los resultados de la encuesta a empresas de las zonas de intervención del programa realizada en el 2014
- Proponer otros instrumentos que se puedan incorporar a los formularios de encuestas (receptor, turismo interno, empresas) a fin de mejorar el Sistema Nacional de Estadística de la SENATUR
- Proponer indicadores que sirvan a la institución para la determinación de políticas públicas relacionadas al turismo.

4. ACTIVIDADES DEL TRABAJO

La nominación de las actividades indicadas es meramente enunciativa, debiéndose ejecutar todas aquellas actividades necesarias para el logro del objetivo previsto en la presente consultoría.

4.1. El consultor deberá analizar, interpretar y realizar un informe de los resultados de la encuesta de turismo receptivo realizadas en el 2014

Dichas encuestas de han realizado a TURISTAS internacionales en los puestos de salida más importantes del País

- Aeropuerto Silvio Pettrossi,
- Puente Internacional San Roque González de Santa Cruz,
- Puente Internacional de la Amistad,
- Aeropuerto Internacional Guaraní y
- Puerto Falcón

Totalizando un número de 1.500 encuestas,

4.2. El consultor deberá analizar, interpretar y realizar un informe de los resultados de la encuesta a hogares (turismo interno) de las zonas de intervención del programa realizadas en el 2014

Las encuestas a **HOGARES** se han realizado en las zonas de intervención del Programa

- Eje 1: Región del Chaco Central, **DISTRITO DE FILADELFIA**
- Eje 2: Eje fluvial Villa Hayes-Chaco í, **DISTRITO DE VILLA HAYES**
- Eje 3: Entorno del Lago Yguazú. **DISTRITO DE YGUAZU**

Totalizando un número de 381 encuestas

4.3. El consultor deberá analizar, interpretar y realizar un informe de los resultados de la encuesta a empresas de las zonas de intervención del programa realizada en el 2014.

Las encuestas a **EMPRESAS** se han realizado en las zonas de intervención del Programa

- Eje 1: Región del Chaco Central, **DISTRITO DE FILADELFIA**
- Eje 2: Eje fluvial Villa Hayes-Chaco í, **DISTRITO DE VILLA HAYES**
- Eje 3: Entorno del Lago Yguazú. **DISTRITO DE YGUAZU**

Totalizando un número de 322 encuestas

4.3. El consultor deberá analizar las variables por cada tipo de encuestas según el anexo 1.

4.4. El consultor deberá proponer otros instrumentos que se puedan incorporar a los formularios de encuestas (receptor, turismo interno, empresas) a fin de mejorar el Sistema Nacional de Estadística de la SENATUR, esto a partir del análisis realizado de los resultados obtenidos

4.5. El consultor deberá proponer indicadores que sirvan a la institución para la determinación de políticas públicas relacionadas al turismo.

4.6. El consultor deberá proveer los resultados necesarios para completar lo indicado en el siguiente cuadro

Indicadores de Resultado	Resultado del análisis
Volumen de turistas receptivos (en número).	
Gasto medio diario por turista receptivo (en US\$/ día).	
Proporción de turistas en el total de las llegadas de visitantes al Paraguay (ratio turistas/excursionista).	
Volumen de empleos turísticos formales, directos e indirectos (en número).	
Renta percibida en los hogares por turismo (en US\$/año).	
Ocupación de Camas (en % de ocupación de camas)	

4.7. El consultor deberá realizar talleres de presentación en dos momentos, uno en el momento de la presentación del segundo informe a efectos de consensuar con el equipo de SENATUR los resultados obtenidos, el segundo taller tendrá lugar en el momento de la presentación del resultado final de la consultoría.

5. PRODUCTOS, INFORMES Y PLAZOS

El/la consultor/a deberá presentar su plan de trabajo. Dicho plan deberá contener los resultados, actividades y cronograma a:

PRODUCTOS	DETALLE	PLAZOS
<p>Producto 1: Plan de trabajo y estructura del informe</p>	<p>El/la consultor/a deberá presentar un informe que contenga los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plan de trabajo • Propuesta de estructura del Informe de Análisis de línea de base 	<p>15 días a partir de la firma del contrato</p>
<p>Producto 2: Informe que contenga el análisis de los resultados de las encuestas de línea de base 2014</p>	<p>El/la consultor/a deberá presentar un informe que contenga los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ El análisis, interpretación e informe de los resultados de la encuesta de turismo receptivo realizadas en el 2014 ▪ El análisis, interpretación e informe de los resultados de la encuesta a hogares (turismo interno) de las zonas de intervención del programa realizadas en el 2014 ▪ El análisis, interpretación e informe de los resultados de la encuesta a empresas de las zonas de intervención del programa realizada en el 2014 <p>El consultor deberá presentar el análisis de los resultados a funcionarios y funcionarios de la SENATUR a través un taller de validación.</p>	<p>30 días a partir de la firma del contrato</p>
<p>Producto 3. Informe Final</p>	<p>El/la consultor/a deberá presentar un informe final que contenga los resultados indicados en el producto 2 y lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Una propuesta de otros instrumentos que se puedan incorporar a los formularios de encuestas (receptor, turismo interno, empresas) a fin de mejorar el Sistema Nacional de Estadística de la SENATUR ▪ Una propuesta de indicadores que sirvan a la institución para la determinación de políticas públicas relacionadas al turismo. <p>El consultor deberá realizar un taller de presentación de los resultados finales del análisis de las encuestas de línea de base.</p>	<p>45 días a partir de la firma del contrato</p>

El informe final deberá ser aprobado por el Coordinador General del Programa con el Visto Bueno del Director General del Programa y debe contar con la no objeción del BID para el pago correspondiente.

6. LUGAR Y PLAZO

Duración del contrato será de 45 días.

La consultoría se desarrollará en la ciudad de Asunción.

7. SUPERVISIÓN Y COORDINACIÓN

La supervisión estará a cargo del Coordinador del Componente II, quien a su vez coordinará las actividades con un equipo a ser conformado con representantes de las áreas pertinentes de la Institución.

Se establecerán reuniones periódicas de coordinación, estableciéndose el contenido y las conclusiones de la misma, a través de actas y teniendo un carácter vinculante en la ejecución de la consultoría. El consultor debe comprometer su participación en cada una de dichas reuniones convocadas por la SENATUR para informar los avances de la consultoría y ceñirse a las orientaciones que en ellas se acuerden. Además, el consultor deberá levantar un acta en cada reunión que se sostenga con la contraparte, la que deberá ser enviada al Coordinador del Componente II para su aprobación.

8. PRESUPUESTO Y MODALIDAD DE CONTRATACIÓN

El Presupuesto total es de Guaraníes **28.600.000** (Guaraníes veinte y ocho millones seiscientos mil) IVA incluido, a ser pagados contra presentación de los productos indicados, en el numeral 10.

El/la consultor/a deberá contar con movilidad propia para realizar este trabajo.

La presente consultoría se financiará con 90% recursos del préstamo y el 10% correspondiente al IVA con recursos de contrapartida local.

9. FORMA DE PAGO

El monto convenido será cancelado en moneda nacional, contra presentación de los productos mencionados

Porcentaje	Monto	IVA	Productos	PLAZOS
20%	5.200.000	520.000	Producto 1: Plan de trabajo y estructura del informe	15 días a partir de la firma del contrato
50%	13.000.000	1.300.000	Producto 2: Informe que contenga el análisis de los resultados de las encuestas de línea de base 2014	30 días a partir de la firma del contrato
30%	7.800.000	780.000	Producto 3: Informe Final	45 días a partir de la firma del contrato
TOTAL	28.600.000			

10. PERFIL REQUERIDO DEL CONSULTOR

El consultor debe acreditar los siguientes requisitos a través de la presentación de su Curriculum Vitae en carácter de Declaración Jurada, en el formato del modelo presentado en el Anexo I, declarando las fechas y cantidad de horas de cursos realizados, así como el mes y año inicial y final de cada experiencia laboral.

El Consultor debe acreditar los siguientes requisitos: **Cumple/No Cumple**

10.1. Formación Profesional

Título académico con grado de licenciatura o ingeniería en Economía, Estadística, Administración o áreas afines. **Cumple/No Cumple**

10.2. Experiencia Profesional General

Acreditar al menos 5 años de experiencia profesional general desde la obtención del primer título académico.

Cumple/No Cumple

10.3 Experiencia Específica (por cada trabajo)

Al menos 3 (tres) trabajo y/o consultoría, con una duración mínima de 3 meses, para el análisis de encuestas. **Cumple/No Cumple**

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los criterios de calificación para los postulantes fueron preparados en función al perfil requerido en los términos de referencia de la consultoría y los factores son los siguientes:

A. Los requisitos mínimos exigidos en los términos de referencia para formación profesional y experiencia profesional específica no son puntuables, por ello, los factores de habilitación con criterio Cumple/No Cumple son:

1. El postulante tiene que poseer el título académico mínimo requerido.
2. El postulante tiene que poseer la experiencia profesional general mínima requerida.
3. El postulante tiene que poseer la experiencia profesional específica mínima requerida.

B. Factores con criterio de evaluación:

B.1 Calificaciones (puntajes) máximas

Las hojas de vida de los concursantes serán evaluadas aplicando los siguientes criterios, con los cuales se obtendrá la calificación final de los participantes sobre máximo cien (100) puntos.

Elementos de Evaluación	Puntaje Máximo
1. Formación Académica	15
2. Experiencia Profesional	75
2.1. Experiencia Profesional General	20
2.2. Experiencia Profesional Específica	55
3. Otros factores	10
3.1. Entrevista	10
Total	100

B.2. Criterios para la asignación de puntajes

Para la asignación de los puntajes se aplicarán los siguientes criterios:

B.2.1 Formación Profesional (*Máximo 15 puntos*)

La educación requerida corresponderá a profesionales con título universitario, con especialidad en materias afines a la naturaleza de la consultoría.

FORMACIÓN PROFESIONAL	MÁXIMO (15 PUNTOS)
- Maestría en temas relacionados a la Consultoría (700 hs. mínimo) Con título 7 (siete) puntos Con tesis defendida 6 (seis) puntos. (título en trámite) Curso culminado 5 (cinco) puntos	7
- Postgrado o especialización en temas relacionados a la Consultoría (mínimo 360 horas) hasta máximo 4 puntos	4
- Cursos, seminarios, talleres, etc., sobre temas relacionados con los servicios	4

requeridos, (desde 40hs.) Se otorgará 1 punto por cada curso, seminario, talleres hasta máximo 4 puntos	
TOTAL	15

B.2.2 Experiencia Profesional General (Máximo 20 puntos)

Dos puntos por cada año contados a partir de la fecha de obtención del primer título académico profesional.

B.2.3 Experiencia Profesional Específica (Máximo 55 puntos)

- 10 (diez) puntos por cada año de trabajo y/o consultoría para el levantamiento de Línea de Base, procesamiento de datos, análisis de datos y elaboración de informes estadísticos, hasta 40 puntos
- 5 (cinco) puntos por cada año de trabajo y/o consultoría para el análisis de encuestas, preferentemente en turismo, análisis de encuestas de turismo interno, análisis de encuestas de empresas relacionadas al turismo, hasta 15 puntos.

B.3 Otros factores. (Máximo 15 puntos)

B.3.1. Docencia, hasta máximo 5 puntos

Docente universitario* **hasta 5 puntos**

Docente/facilitador/instructor/capacitados: 1 (un) punto por cada curso/taller/seminario realizado, **hasta 3 puntos**

(*) en el caso de docentes universitarios, se otorgará el total de puntos equivalente a 5 puntos.

B.3.2. Entrevista, hasta máximo 10 puntos

La entrevista lo realizará el equipo técnico de la institución, con puntajes correspondientes hasta un máximo de 10 (diez) puntos

Observaciones

- El puntaje total mínimo de calificación por todas las áreas no podrá ser menor de 70 puntos sobre una escala de 100 puntos.
- En caso de empate la definición se hará de acuerdo al mayor puntaje obtenido en el siguiente orden:
1) Experiencia Profesional específica,
- El consultor deberá acompañar a su CV el Cuadro proveído por el Ejecutor donde se declaran las fechas y cantidad de horas de cursos realizados, así como el mes y año inicial y final de cada experiencia laboral.

ANEXO 1

Variables para a ser analizadas

La nominación de las variables indicadas es meramente enunciativa, debiéndose ejecutar todas aquellas necesarias para el logro del objetivo previsto en la presente consultoría.

A. Variables para analizar de la **ENCUESTAS DE TURISMO RECEPTIVO**

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL VISITANTE:

- a. Tipo de visitante (turista, excursionista)
- b. Nacionalidad
- c. País de residencia
- d. Edad
- e. Sexo,
- f. Ocupación principal del turista
- g. Ocupación principal de excursionista
- h. Medio de transporte utilizado
- i. Motivo de la visita
- j. Organización del viaje
- k. Donde se hospedo
- l. Promedio de estadía
- m. Departamentos más visitados
- n. Promedio de gastos
- o. Promedio según alojamiento
- p. Distribución de gasto de los turistas
- q. Distribución de gasto del excursionista
- r. Medio de información del lugar visitado
- s. Motivo por el cual elije Paraguay como destino Turístico
- t. Nivel formativo o actividad profesional

B. Variables para analizar **ENCUESTA DE HOGARES (TURISMO INTERNO)**

- a. Volumen de turismo interno
- b. Principales destinos turísticos
- c. Tipo de visitantes (turista y excursionista)
- d. Medio de alojamiento más utilizado
- e. Estacionalidad del turismo interno
- f. Tiempo de pernote
- g. Motivo principal del viajes
- h. Gasto del visitante
- i. Perfil del visitante

C. Variables a análisis de la **ENCUESTA A EMPRESAS (EMPRESAS RELACIONADAS AL TURISMO)** de las zonas de intervención del programa

1. Para todo tipo de empresa

- a. Año de inicio de la empresa
- b. Cantidad de personas ocupadas en la empresa
- c. Cantidad de horas trabajadas por el personal de la empresa
- d. Gasto por compra de bienes y servicios realizados por la empresa
- e. Gasto derivados del pago de impuestos y los gatos financieros
- f. Ingreso de las empresas por suministros de bienes y servicios
- g. Ingreso financiero de la empresa

2. Para establecimiento de alojamiento

- a. Tipo de alojamiento
- b. Cantidad de habilitaciones
- c. Cantidad de camas
- d. Ocupación de camas
- e. Cantidad de huéspedes por mes
- f. Mes de mayor demanda

- g. Mes de menos demanda
- h. Otros servicios abiertos
- i. Tipo de clientes

3. Para establecimiento de alojamiento HOSTALES

- a. Tipo de servicios que brinda
- b. Servicios y precios
- c. Particularidad que brinda a hostelería

4. Comercio en general

- a. Ramo de la actividad, promedio de aporte de la venta del comercio, área de la venta.
- b. Mes de mayor demanda
- c. Mes de menor demanda de personas
- d. Relación con agencias de turismo
- e. Áreas de camping
- f. Atractivos de la zona
- g. Servicios especiales ofrecidos y sus precios
- h. Personal ocupado para el servicio ofrecido y su remuneración.
- i. Registro en SENATUR
- j. Meses de ingresos de mayor demanda
- k. Meses de ingresos de menos demanda

5. Agencias de viajes

6. Guías de turismo

7. Todo tipo de agencias

8. Empresas de servicios turísticos

9. Empresas de transporte

- a. Tipo de transporte que brinda la empresa
- b. Localidad de intervención
- c. Acceso a la localidad
- d. Cantidad de unidades de transporte
- e. Transporte de alcance nacional y/o internacional
- f. Medios más utilizado para la compra de pasajes internacionales
- g. Precio de pasajes
- h. Mes de mayor demanda de personas
- i. Mes de menor demanda de personas
- j. Ingresos por meses de mayor demanda
- k. Ingresos por meses de menor demanda