

**Departamento Administrativo
Nacional de Estadística**



**Dirección de Metodología y Producción
Estadística - DIMPE**

**Ficha Metodológica
Muestra Trimestral de Agencias de
viaje
- MTA**

Mayo 2010



FICHA METODOLÓGICA
MUESTRA TRIMESTRAL DE AGENCIAS DE
VIAJES - MTA

CÓDIGO: TE-MTA-FME-01
VERSIÓN: 01
PÁGINA: 2
FECHA: 13-04-2010

ELABORÓ: SECRETARIO TÉCNICO DE
MTA

REVISÓ COMITÉ TÉCNICO DE LA MTA

APROBÓ : DIRECTOR METODOLOGIA Y
PRODUCCIÓN ESTADÍSTICA

CONCEPTO O VARIABLE	DESCRIPCIÓN
NOMBRE DE LA INVESTIGACIÓN	MUESTRA TRIMESTRAL DE AGENCIAS DE VIAJES
SIGLA DE LA INVESTIGACIÓN	MTA
ANTECEDENTES	La actividades de agencias de viajes como suministro de información, asesoramiento y planificación en materia de viajes, la venta de paquetes de viajes y el suministro de tiquetes, como parte integral del sector servicios, ha sido cubierta por el DANE a través de la Encuesta Anual de Servicios. Sin embargo, carece de información coyuntural con cobertura nacional que ofrezca estadísticas de desempeño. La Muestra Trimestral de Agencias de viajes inició en julio de 2004, como complemento de la información de la Encuesta Anual de Servicios, frente a la necesidad de datos para la construcción de indicadores que midan la evolución a corto plazo de las actividades de las empresas que operan en el sector de asesoramiento, planificación y organización de viajes, venta de planes turísticos y tiquetes de viaje.
OBJETIVO GENERAL	Producir información coyuntural sobre el comportamiento de las agencias de viajes a través de índices y variaciones
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Obtener la información indispensable que sirva de base al cálculo de los índices de valor y variaciones de los ingresos, sueldos y salarios y personal ocupado promedio.
DEFINICIONES BÁSICAS	<p>Servicios: es el conjunto de actividades desarrolladas por las unidades económicas encaminadas a generar y poner a disposición de las personas, los hogares o las empresas una amplia gama de servicios cada vez que estos sean demandados y sobre los cuales no recaen derechos de propiedad por parte del usuario. Es importante tener en cuenta dos aspectos fundamentales sobre los servicios. Primero, los servicios no son susceptibles de ser almacenados ni transportados y, en consecuencia, no pueden ser transados en forma independiente de su producción y segundo, no existe un traslado de la propiedad del producto; se vende por parte del productor y se compra por parte del consumidor un derecho al uso del servicio, cada vez que éste sea requerido.</p> <p>Empresa: Para efectos de las estadísticas económicas, empresa es toda unidad económica, o combinación de unidades económicas, propietaria o administradora que actuando bajo una denominación jurídica única, abarca y controla directa o indirectamente todas las funciones y actividades necesarias para el desarrollo y realización del objeto social para el que fue creada.</p>



FICHA METODOLÓGICA
MUESTRA TRIMESTRAL DE AGENCIAS DE
VIAJES -MTA

CÓDIGO: TE-MTA-FME-01
VERSIÓN : 01
PÁGINA : 3
FECHA: 13-04-2010

CONCEPTO O VARIABLE	DESCRIPCION
DEFINICIONES BÁSICAS	<p>Agencias de viajes: Son las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, y que debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios (Artículo 84: Ley 300 del 26 de julio de 1996). Las actividades turísticas son el suministro de información, asesoramiento y planificación en materia de viajes; la organización de viajes personalizados y del alojamiento y transporte para viajeros y turistas; la venta de paquetes de viajes organizados; el suministro de tiquetes de viaje, etc. Las actividades de las oficinas locales de información turística y las oficinas de alojamiento. Las actividades de asistencia turística no clasificadas en otra parte como las de los guías turísticos, ecoturismo, acuaturismo (canotaje), agroturismo, etnoturismo, turismo metropolitano, montañismo, espeleología (ingreso al interior de cavernas).</p> <p>Ingresos netos operacionales: Lo constituyen la totalidad de los ingresos percibidos por la prestación de los servicios de intermediación en la venta de pasajes y demás actividades conexas al turismo.</p> <p>Personal ocupado: Se refiere al número promedio de personas que ejercen una labor, remunerada o no remunerada, en la empresa durante el mes. Se solicita la información por tipo de contratación (Propietarios, socios y familiares sin remuneración fija, personal permanente, personal temporal contratado directamente por la empresa, personal temporal contratado a través de otras empresas y aprendices)</p> <p>Los sueldos y salarios en dinero: Es la remuneración que recibe el trabajador, en contraprestación a los servicios prestados, dentro de una relación laboral. Comprenden los sueldos y salarios, sobresueldos, recargos por horas extras, trabajos nocturnos, dominicales y festivos, comisiones sobre ventas y viáticos permanentes constitutivos de salario.</p>
ALCANCE TEMÁTICO	La investigación cubre las actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicios entre los viajeros y proveedores, a través de agencias de viajes. Se excluyen las viviendas con actividad económica.
TIPO DE INVESTIGACIÓN	Es una muestra probabilística, seleccionada por muestreo estratificado según el tamaño de la empresa, medido en términos de los ingresos y el personal ocupado.
VARIABLES E INDICADORES	<u>De estudio:</u> Los ingresos, personal ocupado, sueldos y salarios. <u>Otras:</u> número de pasajes según motivo de viaje de los clientes.
PARÁMETROS A ESTIMAR	Índices y variaciones para las variables de estudio.
UNIVERSO DE ESTUDIO	Son las unidades económicas formalmente establecidas (con NIT y registro mercantil) ubicadas en el territorio nacional y dedicadas a prestar el servicio turístico entre los viajeros y proveedores a través de agencias de viajes.
POBLACIÓN OBJETIVO	Son las unidades económicas formalmente establecidas, ubicadas en el territorio colombiano, y dedicadas a prestar los servicios turísticos entre los viajeros y proveedores.
UNIDADES ESTADÍSTICAS DE OBSERVACIÓN, MUESTREO,	Unidad estadística: La empresa, que de manera exclusiva o predominante se dedica a la prestación de servicios de turismo a través



FICHA METODOLÓGICA
MUESTRA TRIMESTRAL DE AGENCIAS DE
VIAJES -MTA

CÓDIGO: TE-MTA-FME-01
VERSIÓN : 01
PÁGINA : 4
FECHA: 13-04-2010

CONCEPTO O VARIABLE	DESCRIPCION
INFORMACIÓN Y ANÁLISIS	de agencias de viajes, en el territorio nacional y respecto de la cual exista o pueda recopilarse información. Unidad de observación: La empresa dedicada a la actividad de turismo a través de agencias de viaje, con personería jurídica y NIT. Unidad de muestreo: La empresa dedicada a la actividad de turismo a través de agencias de viaje, con personería jurídica y NIT. Unidad de información: El contador, gerente, dueño o persona que maneja los balances de la empresa. Unidad de análisis: La empresa dedicada a la actividad de turismo a través de agencias de viaje, con personería jurídica y NIT.
MARCO ESTADÍSTICO MUESTRAL	Encuesta anual de servicios. - EAS
PRECISIÓN REQUERIDA	La muestra se diseñó para entregar estimaciones a nivel nacional con un error de estimación menor o igual a 5%.
DISEÑO MUESTRAL	Muestreo probabilístico estratificado de elementos. Los criterios de estratificación son ingresos y personal que dividen el universo en dos estratos, uno de inclusión forzosa y otro de inclusión probabilística. Las empresas que tienen ingresos iguales o superiores a \$457 millones del año 2000 ó 20 o más empleados hacen parte del estrato forzoso, las empresas que no cumplen estos límites pertenecen al estrato probabilístico.
TAMAÑO DE MUESTRA	200 empresas de las cuales 136 son del estrato de inclusión forzosa.
INDICADOR DE CALIDAD	Indicador de calidad de las estimaciones: <ul style="list-style-type: none">▪ El Coeficiente de Variación CV.▪ Tasa de no respuesta.
COBERTURA GEOGRÁFICA	Se entregarán resultados al nivel nacional.
PERÍODO DE REFERENCIA	El mes anterior al de recolección
PERÍODO DE RECOLECCIÓN	45 días después del mes de referencia
PERIODICIDAD DE LA RECOLECCIÓN	Mensual
PERIODICIDAD DE LA PUBLICACIÓN RESULTADOS	Trimestral
DESAGREGACION DE RESULTADOS	A nivel nacional
MÉTODO DE RECOLECCIÓN	<ul style="list-style-type: none">➤ Por medio electrónico diligenciado directamente por la empresa o fuente de información a través de la página web del DANE y con posibilidad de asesoría en los caso que se requiera.➤ La segunda opción, formulario auto diligenciado para remitirlo posteriormente al DANE y también con posibilidad de asesoría en los casos que se requieran. La distribución de los formularios es por correo o personalizada, según la territorial.
AÑOS Y PERÍODOS RECOLECTADOS.	Desde julio 2004 a la fecha
MEDIOS DE DIFUSION	Boletines de prensa, tabulados, Internet
SISTEMA INFORMÁTICO: HERRAMIENTA DE DESARROLLO	PHP4, MYSQL, LINUX, JAVA2 y SAS
SISTEMA INFORMÁTICO: MODULOS DESARROLLADOS	Captura, depuración, modificación, eliminación, informes y utilitarios.



FICHA METODOLÓGICA
MUESTRA TRIMESTRAL DE AGENCIAS DE
VIAJES -MTA

CÓDIGO: TE-MTA-FME-01
VERSIÓN : 01
PÁGINA : 5
FECHA: 13-04-2010

CONCEPTO O VARIABLE	DESCRIPCION
SISTEMA INFORMÁTICO: ARQUITECTURA DE DESARROLLO	Multiusuario
SISTEMA INFORMÁTICO: NIVEL DE DESARROLLO	Mediano
PUBLICACIONES	Boletines y comunicados de prensa, anexos y presentación.