



SAN FERNANDO  
DEL VALLE DE  
CATAMARCA

Catamarca  
Capital.

Vacaciones de  
**INVIERNO**  
en **SFVC**

Informe Estadístico  
Julio 2023



# INTRODUCCIÓN

El presente informe tiene como objetivo proporcionar un análisis detallado de la actividad turística en San Fernando Del Valle de Catamarca durante el Receso Invernal de Julio 2023. Se evaluarán diversos aspectos clave, incluyendo la afluencia de turistas, la ocupación hotelera, las principales atracciones visitadas y las actividades promocionales llevadas a cabo durante este período.

El Receso Invernal de Julio 2023 fue un período próspero para la actividad turística en SFVC debido a la significativa afluencia de turistas, que generó una alta ocupación hotelera evidenciando el éxito de las estrategias de gestión implementadas por la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico de la Municipalidad de la Capital, como así también la que se lleva a adelante por parte del Ministerio de Cultura, Turismo y Deporte de la provincia.

La diversidad de atractivos turísticos de la Ciudad, las condiciones externas como el receso invernal de las provincias que más nos aportan visitantes y la 52° Edición de la Fiesta Nacional e Internacional del Poncho, jugaron un papel fundamental en la elección de SFVC como destino turístico durante esta temporada. Se espera que el impulso positivo continúe en los próximos años, respaldado por un enfoque continuo en la promoción y el desarrollo sostenible del turismo local.

Desde la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico, se diagramaron actividades que se extendieron por tres semanas y no solo por dos, como tradicionalmente suele hacerse. Esta decisión se funda en el análisis de estadísticas previas, que permitieron llegar a esta conclusión para promover y lograr una buena experiencia por parte de los visitantes.

Es por esto que, el presente análisis se centra en los resultados semanales además de los resultados generales. Se considera importante aclarar los periodos que abarca todo el Receso Invernal, así como las semanas en las que se disgrega este estudio.

**Receso Invernal: 07 - 31 de Julio de 2023**

**Semana 1: 07 - 16 de Julio de 2023**

**Semana 2: 17- 23 de Julio de 2023**

**Semana 3: 24 al 30 de Julio de 2023**



# 1. Ocupación Hotelera y Estadía Promedio

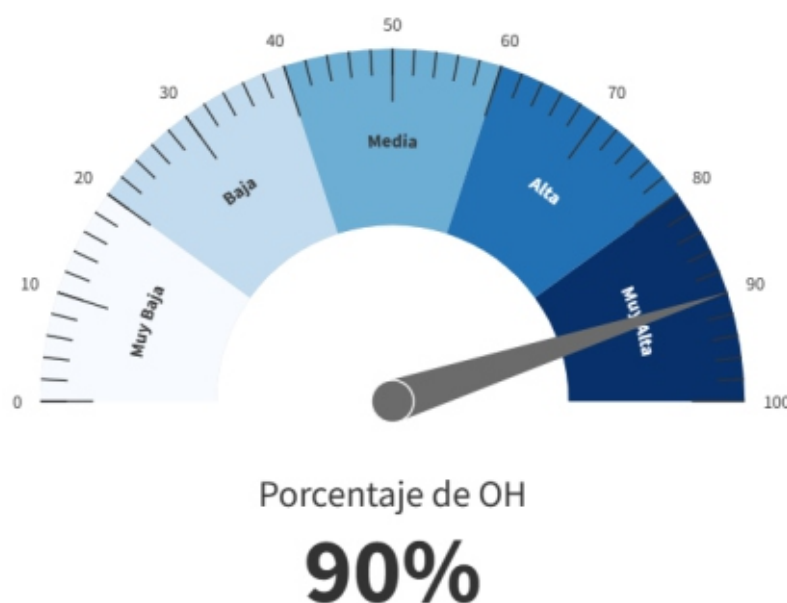
Para determinar la Tasa de Ocupación Hotelera (OH) se realiza un relevamiento que implica el empleo de una encuesta estandarizada, que se completa de forma telefónica y/o presencial, dependiendo del caso.

La población objeto de estudio está comprendida por la totalidad de alojamientos registrados y habilitados por parte del Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes de la provincia, y se trabaja en formato censo y no así con una muestra. Esta decisión se funda en el hecho de que los alojamientos registrados forman una población pequeña con demasiada variabilidad entre sí, y al trabajar con una muestra se corre el riesgo de introducir demasiado sesgo, más aún en el caso de no lograr recabar información de la totalidad de la muestra.

Si bien algunos alojamientos deciden no colaborar con este proceso, la gran mayoría se muestra colaborativo y comparte esta información tan valiosa para la evaluación y la gestión del turismo en la Ciudad. Durante este receso invernal, aproximadamente el 83% de los alojamientos colaboró aportando información, por lo que se considera que los resultados aquí expuestos son consistentes.

## Ocupación hotelera

Tasa de OH promedio para todo el receso invernal

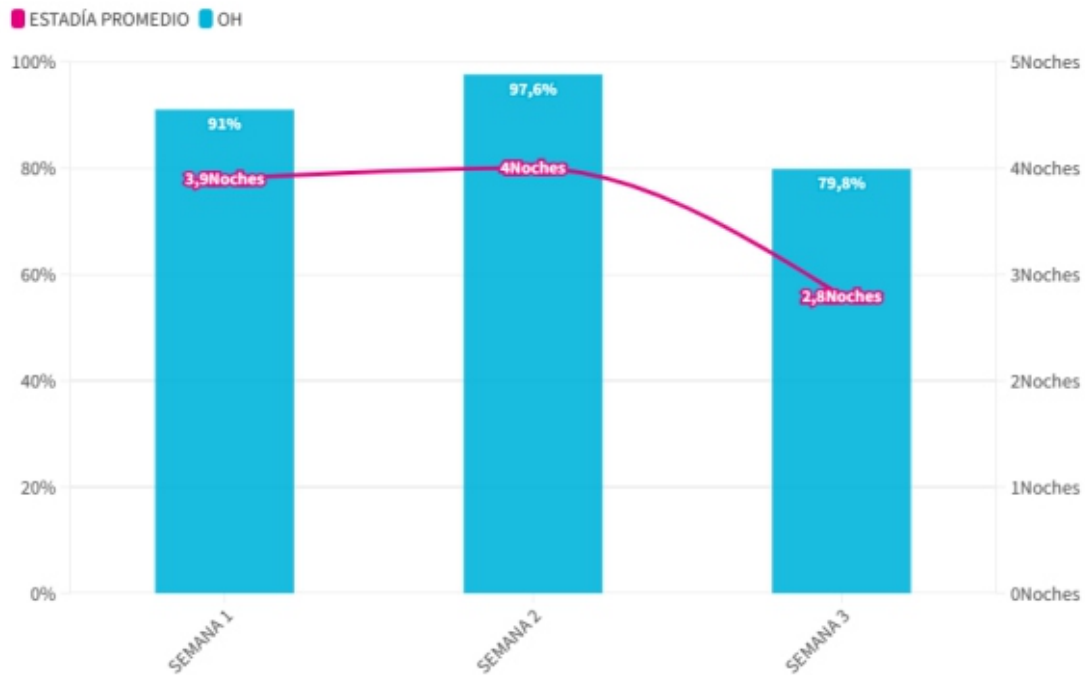


**Estadía Promedio:  
3,6 noches de pernocte**



## Ocupación hotelera y estadía promedio

Variación semanal



Durante el receso invernal, SFVC registró una tasa de ocupación hotelera muy alta, la que estuvo en un 90% en promedio. Sin embargo, este indicador merece un análisis más pormenorizado debido a que tuvo fluctuaciones semana a semana.

- **Semana 1:** La ocupación hotelera fue del 91% con una estadía promedio de 3.9 noches.
- **Semana 2:** La ocupación hotelera aumentó significativamente al 97.6%, y la estadía promedio también fue más larga, alcanzando las 4.0 noches de pernocte en el destino.
- **Semana 3:** La ocupación hotelera disminuyó a un 79.80%, y la estadía promedio fue de 2.8 noches.

Es en la segunda semana cuando se registró la tasa más alta de ocupación hotelera (97.6%), también se observó la estadía promedio más larga (4.0 noches). Claramente estos datos demuestran la influencia de la 52° Edición de la Fiesta Nacional e Internacional del Poncho que se realizó desde el 14 al 23 de julio en nuestra Ciudad. Esta Fiesta tan importante para los catamarqueños cada vez cobra más relevancia, y se fortalece como atractivo cultural que promueve la afluencia de turistas de todo el país y del mundo.

Por otro lado, en la tercera semana, cuando la ocupación hotelera disminuyó al 79.80%, también se observó una reducción en la estadía promedio (2.8 noches). Esto indica que, en esta semana, la ciudad recibió menos turistas o que aquellos que llegaron decidieron quedarse por un período más corto.





## 2. Impacto Económico

Para la Municipalidad de la Capital, la actividad turística se constituye como una política de gobierno debido a que promueve el crecimiento y desarrollo económico de la Ciudad. Es por esto que, además de estudiar todos los indicadores y variables aquí expuestos, poder estimar el impacto económico resulta de interés.

Este cálculo constituye una estimación a partir de otros indicadores, como la Tasa de OH, Plazas Hoteleras disponibles, Estadía Promedio, el Gasto Diario Promedio, entre otros. Es importante remarcar la importancia de que se trata de una estimación, debiendo ser tratado con los recaudos que esto merece.

### Cantidad de Turistas

**40.000**

### Gasto diario promedio por turista

**\$13.894**

### Impacto Económico

**\$415.000.000**



## 3. Atractivos y Servicios

### a) Afluencias en atractivos del 07 al 30 Julio 2023

Atractivos - Centros de informes		Visitantes Semana 1	Visitantes Semana 2	Visitantes Semana 3	Total Individual	Total General
Propios	Casa de SFVC	135	150	98	383	8.328
	Cabina de Informes	430	550	350	1.330	
	Pueblo Perdido de la Quebrada	863	1.211	575	2.649	
	Casa de La Puna	1.116	1.764	1.086	3.966	
Externos	Museo de la Ciudad - Casa Caravati	412	762	193	1.367	8.759
	Museo Adán Quiroga	667	849	572	2.088	
	Museo de la Virgen del	1.820	2.134	1.350	5.304	

Los atractivos turísticos que pertenecen a la gestión municipal registraron una importante afluencia de visitantes durante todo el periodo de receso invernal.

Los atractivos que se encuentran bajo la gestión de la Secr. de Turismo y Des. Económico, registraron un total de 8.328 visitantes, en tanto que los dependientes de la Secretaría de Cultura y Educación fueron visitados por 8.759 personas.

Tal como sucedió a niveles generales con todos los indicadores, la semana 2 fue en la que se registraron las mayores afluencias, para luego reducirse en la semana 3 pero aún con valores muy interesantes.

Al contrastar estos resultados con los correspondiente al mes de julio del año 2022, los resultados son los siguientes:

Atractivos - Centros de informes	Afluencia Receso Invierno 2022	Afluencia Receso Invierno 2023	Variación
Casa de la Puna	869	3.966	356,30%
Pueblo Perdido de la Quebrada	1.064	2.649	149,60%
Centros de informes (Casa SFVC y Cabina de Inf.)	1.075	1.713	59,30%
Museo de la Ciudad - Casa Caravati	1.148	1.367	16,80%
Museo Adán Quiroga	1.843	2.088	13,30%
Museo Virgen del Valle	4.503	5.304	15,10%

## Propuestas y actividades por atractivo

Atractivo	Propuestas	Asistentes totales
<b>Casa de la Puna</b>	Visitas guiadas	<b>3.966</b>
	Taller de Danzas Folclóricas	
	Patio Criollo	
	Peña	
	Taller de armado de barriletes	
	Diverti Poncho	
	Taller de bordado	
	Obras de teatro	
	Ritual del mate	
	Payaso acrobático	
<b>Pueblo Perdido de la Quebrada</b>	Visitas guiadas al Sitio Arqueológico	<b>2.649</b>
	Arqueojuegos	
	Encuentros de Luna Llena	
	Ritual del Pacha Raymi	
	Eco Feria Pura Vida	
	Taller de Sikus	
	Taller de Habilidades Ancestrales	
	Taller de Cerámica	
	Charla y degustación de alimentos autóctonos	
	Espectáculos infantiles	



## b) Usuarios por actividades y servicios del 07 al 30 de Julio 2023

Actividades y servicios	Usuarios Semana 1	Usuarios Semana 2	Usuarios Semana 3	Total	
<b>Actividades y servicios propios y de prestadores privados</b>	Bus Turístico	116	135	95	346
	Bici Tour	8	19	9	36
	Kayak	80	140	119	339
	Tirolesa	25	32	17	74
	Bici guiada	2	2	0	4
	Free Tour	11	20	9	40
	Visita al Campanario	53	73	22	148
	Eco Tour	8	5	4	17



## 4. Perfil del Turista

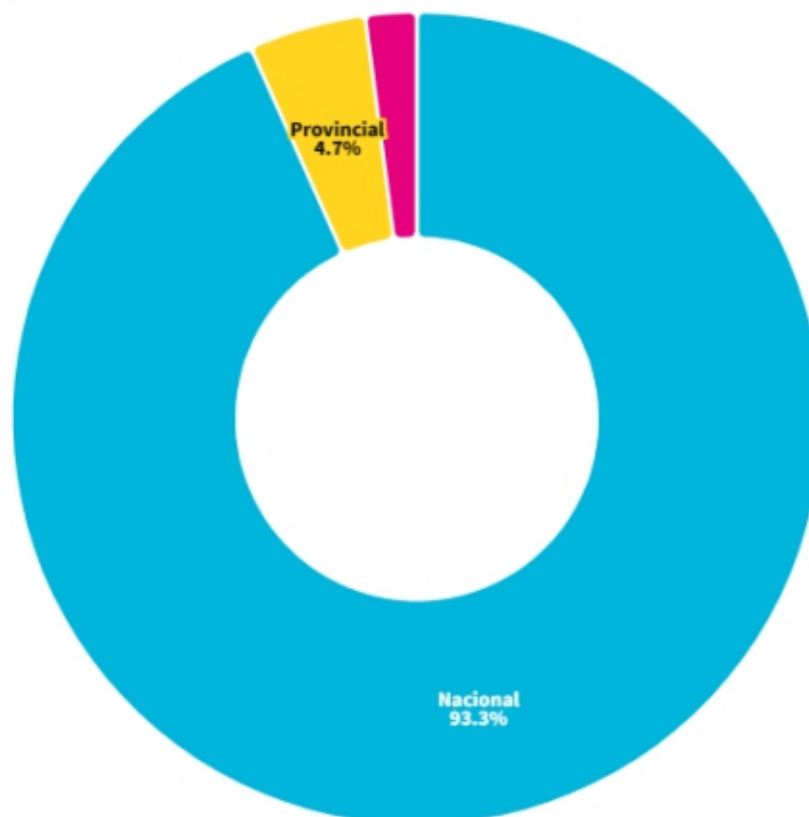
Estudiar el perfil del turista es de suma importancia para el desarrollo y la gestión efectiva de la actividad turística en la ciudad. Al conocer las características, preferencias y comportamientos de los turistas que visitan nuestro destino, se pueden tomar decisiones estratégicas y adaptar la oferta turística para satisfacer sus necesidades, maximizando así la experiencia del viajero y generando beneficios tanto para el destino como para los propios turistas.

Desde el punto de vista metodológico, se planteó la recolección de datos en campo a partir de un equipo de encuestadores previamente capacitados y formados, para luego ser distribuidos en grupos de trabajo por turnos. La distribución se hizo en grupos fijos e itinerantes; en tanto que los grupos fijos trabajaron en los atractivos turísticos y las zonas de mayor afluencia de visitantes, los grupos itinerantes se encargaron de recorrer las áreas de mayor flujo de turistas.

La población objeto de estudio fue tratada como una población infinita (no se podía determinar claramente la cantidad de turistas que arribarían), y se planteó una muestra que permitiese alcanzar un nivel de confianza del 95% con un margen de error que estuviera en torno al 0.5. La cantidad de muestras recolectadas por los equipos de trabajo fue superior a lo previamente establecido, por lo que se puede afirmar que el nivel de confianza de los resultados obtenidos es del 97,8%.

### a) Procedencia de los Turistas

■ Nacional ■ Provincial ■ Internacional



Durante todo el receso invernal se registró una gran afluencia de visitantes nacionales, los que alcanzaron el 93,3% del total. Los turistas de origen provincial comprendieron el 4,7%, en tanto que los visitantes internacionales representaron el 2%.

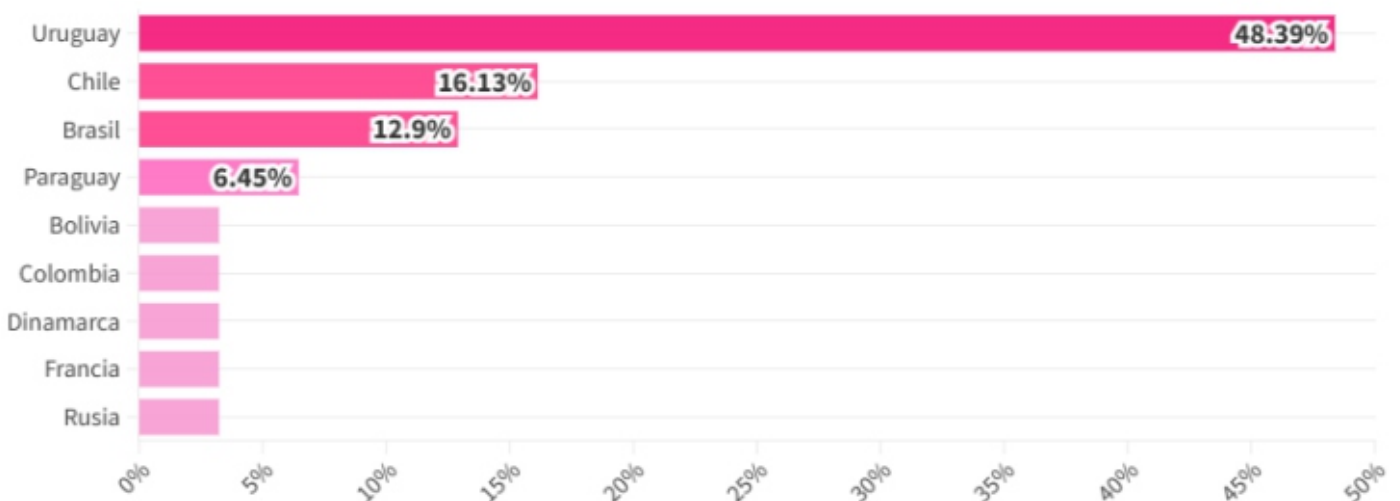
El alto porcentaje de turismo nacional sugiere que la ciudad ha logrado atraer la atención de los argentinos como un destino que se fortalece cada vez más en la época de receso invernal.

El turismo provincial interno está representado por el 4,7% del total. Este dato puede indicar que la ciudad es también un lugar popular para los propios habitantes de la provincia que buscan disfrutar de su receso invernal en un destino local, atraídos principalmente por el Festival del Poncho que es un evento cultural de gran relevancia para todos los catamarqueños.

El 2,04% de los turistas llegó desde otros países para disfrutar de su receso invernal en SFVC. Aunque este porcentaje es menor en comparación con el turismo nacional y provincial, la presencia de turistas internacionales sugiere que la SFVC ha logrado captar interés más allá de las fronteras argentinas, convirtiéndose en una opción para visitantes extranjeros.

## Procedencia de turistas internaciones

Porcentaje por país respecto del total general



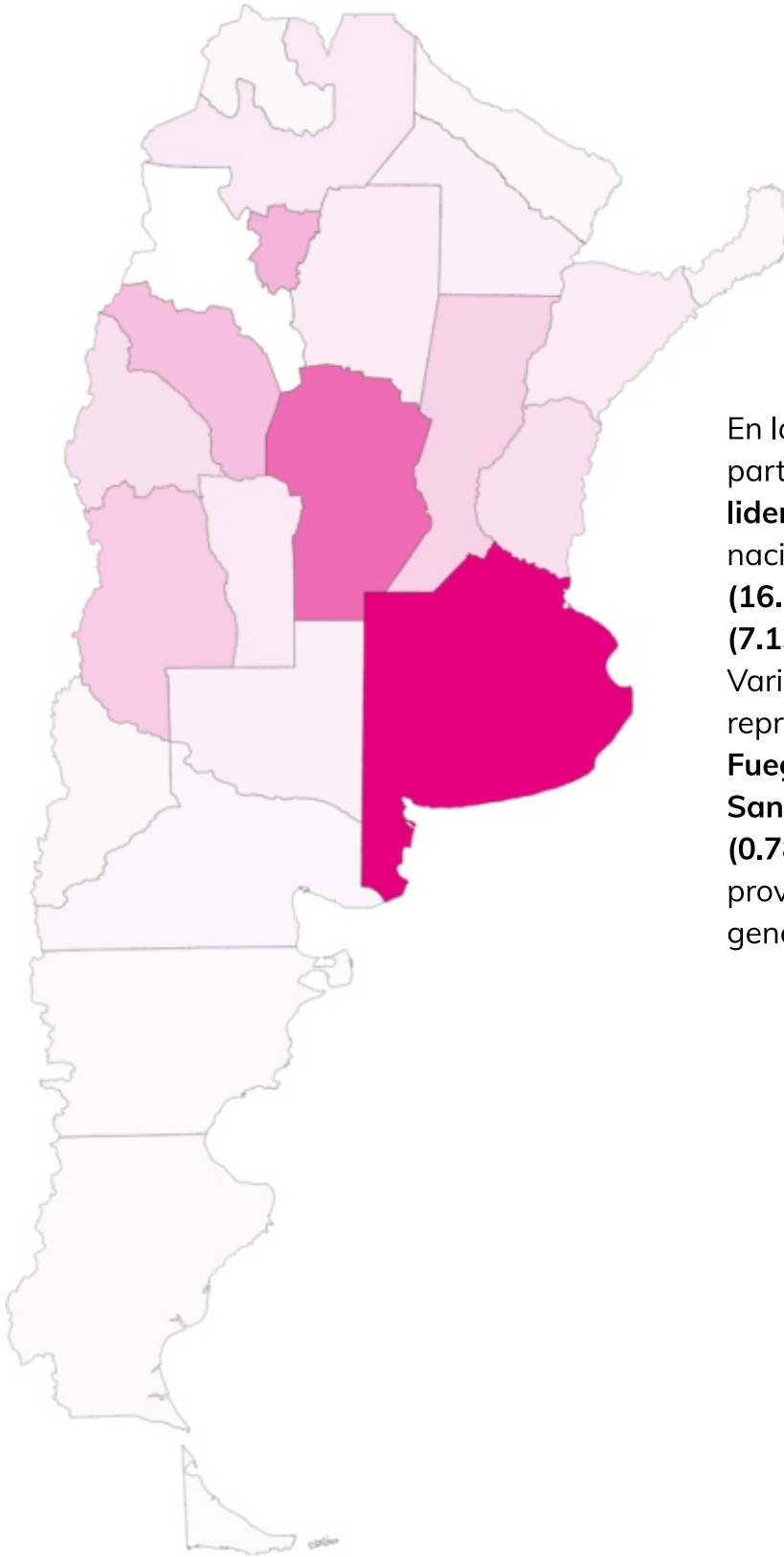
Durante el periodo analizado, SFVC atrajo principalmente turistas internacionales de Uruguay, seguido de países como Chile y Brasil. Se observaron fluctuaciones significativas en la participación de algunos países a lo largo de las semanas, lo que sugiere que factores específicos pudieron influir en la afluencia de turistas desde distintas procedencias. La presencia de un grupo turístico danés en la segunda semana y un considerable aumento de turistas brasileños en la tercera semana son ejemplos de estas variaciones.

La diversidad de turistas internacionales resalta la capacidad de SFVC para atraer visitantes de diferentes partes del mundo, lo que enriquece la experiencia cultural y contribuye al crecimiento económico de la ciudad.



## Procedencia de turistas nacionales

Porcentaje por provincia respecto del total general

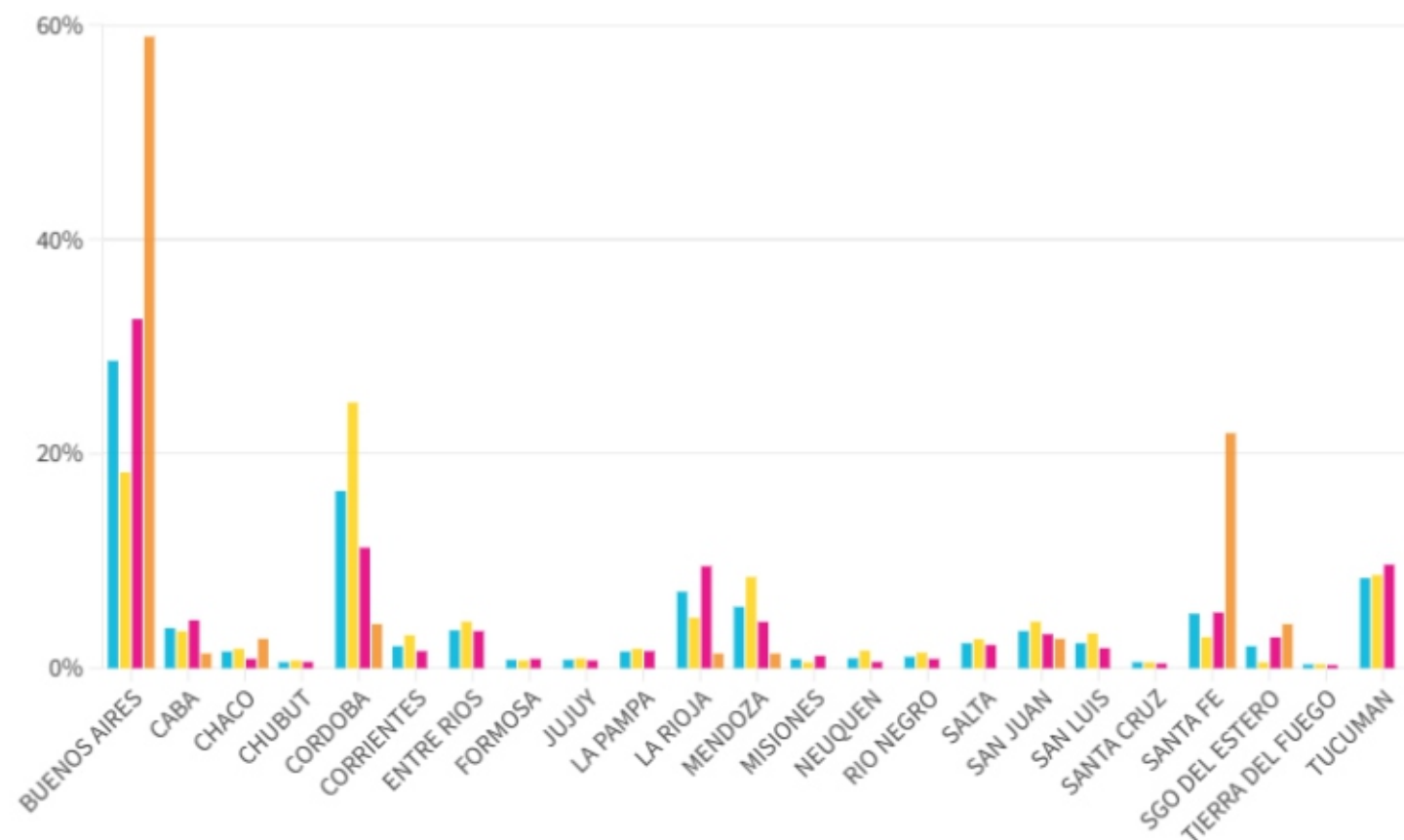


En las provincias con mayor participación general, **Buenos Aires lidera con un 28.67%** de los turistas nacionales, seguida de **Córdoba (16.53%)**, **Tucumán (8.40%)**, **La Rioja (7.13%)**, y **Mendoza (5.72%)**. Varios orígenes tienen una representación menor, como **Tierra del Fuego (0.35%)**, **Chubut (0.56%)**, **Santa Cruz (0.56%)**, y **Formosa (0.78%)**, convirtiéndolas en las provincias con menor participación general.

## Procedencia de turistas nacionales

Distribución general y por semana según provincia de origen.

General Semana 1 Semana 2 Semana 3



### Buenos Aires:

- **Semana 1: 18.26%**
- **Semana 2: 32.56%**
- **Semana 3: 58.90%**

Observación: Se evidenció un aumento progresivo en la afluencia de turistas de Buenos Aires a lo largo de las 3 semanas. El mayor incremento se produce entre la semana 1 y la semana 2, seguido de un crecimiento significativo entre la semana 2 y la semana 3.

### CABA (Ciudad Autónoma de Buenos Aires):

- **Semana 1: 3.44%**
- **Semana 2: 4.47%**
- **Semana 3: 1.37%**

Observación: Se produce un aumento modesto en la segunda semana, pero luego disminuye en la tercera semana.

### Córdoba:

- **Semana 1: 24.77%**
- **Semana 2: 11.24%**
- **Semana 3: 4.11%**

Observación: La provincia de Córdoba muestra un patrón inverso al de Buenos Aires, con una mayor afluencia de turistas en la semana 1 y una disminución progresiva en las semanas siguientes.

### Santa Fe:

- **Semana 1: 2.89%**
- **Semana 2: 5.19%**
- **Semana 3: 21.92%**

Observación: Santa Fe experimenta un aumento significativo en la tercera semana, lo que la convierte en una de las provincias con mayor crecimiento en esa etapa del receso invernal.

### Otras provincias:

- La mayoría de las otras provincias muestran una participación más estable durante las semanas, con variaciones mínimas o nulas. Algunas provincias, como Santiago del Estero, experimentan un aumento significativo en la tercera semana.

El análisis de los datos revela una participación destacada de turistas provenientes de Buenos Aires durante el receso invernal de 2023 en SFVC. Sin embargo, se observan importantes variaciones semanales en la procedencia de los turistas, siendo la tercera semana la que muestra mayores cambios en la afluencia de visitantes desde distintas provincias.

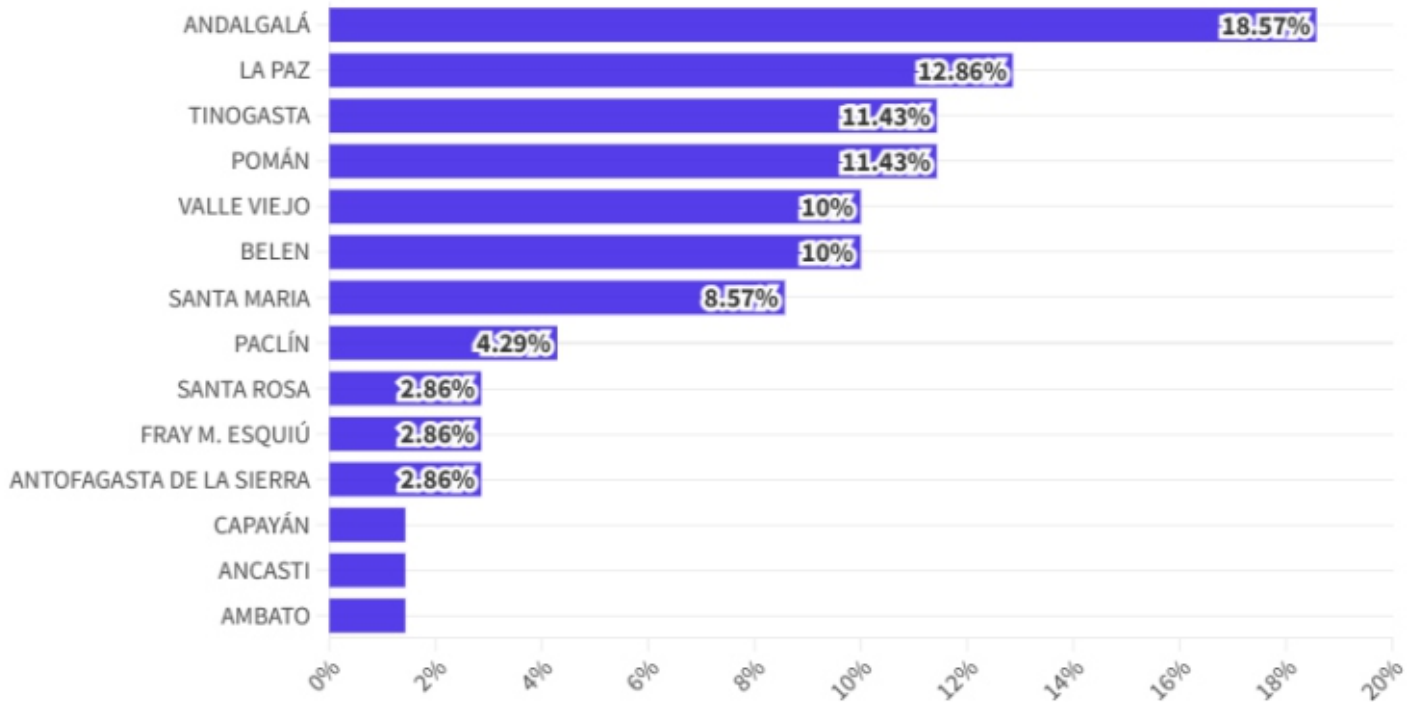
Es importante tener en cuenta estas variaciones para adaptar estrategias de promoción y marketing turístico en el futuro, ya que la demanda puede fluctuar en función de la semana dentro del receso invernal.





## Procedencia de turistas provinciales

Distribución general y por semana según provincia de origen.



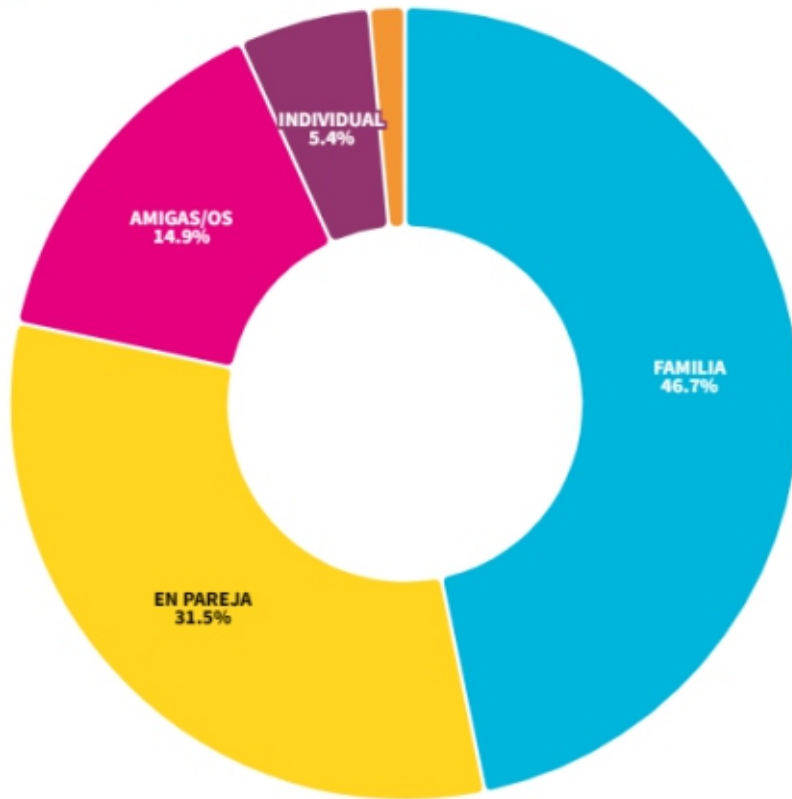
Respecto a los turistas provenientes de diversos departamentos de la provincia de Catamarca, Andalgalá lideró la lista con la mayor participación, seguido por La Paz, Pomán y Tinogasta, que compartieron el tercer lugar en representación.

La presencia significativa de turistas de otros departamentos muestra el atractivo que SFVC ejerce sobre los propios habitantes de la provincia, quienes optaron por disfrutar de su receso invernal en un destino local. Este flujo de turismo interno es importante porque refuerza los lazos regionales y culturales dentro de la provincia de Catamarca.



## b) Grupos de viaje

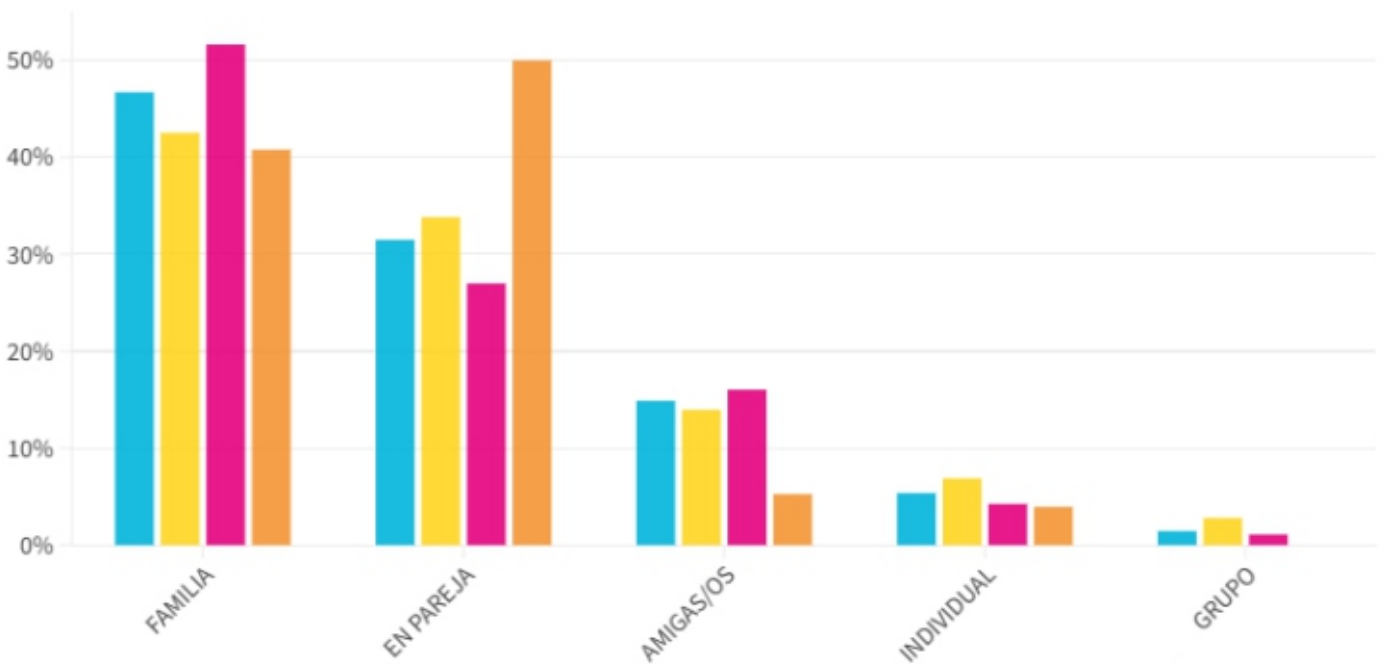
FAMILIA EN PAREJA AMIGAS/OS INDIVIDUAL GRUPO CORPORATIVO/TRABAJO/ESTUDIO



## Grupos de viaje

Distribución general y por semana según grupo de viaje

General Semana 1 Semana 2 Semana 3



- **EN FAMILIA:** Representaron el 46.7% del total de turistas, siendo el primer grupo más numeroso. Al igual que el grupo en pareja, la presencia de turistas en familia experimentó cambios notorios a lo largo de las semanas.
- **EN PAREJA:** Fueron el segundo grupo más representativo, con un 31.5% del total de turistas. Su participación tuvo una variación significativa a lo largo del receso invernal, incrementándose notablemente en la tercera semana.
- **AMIGAS/OS:** Representaron el 14.9% del total de turistas. Su presencia se mantuvo relativamente estable a lo largo de las semanas, con una ligera disminución en la tercera semana.
- **INDIVIDUAL:** Representaron el 5.3% del total de turistas. Su participación se mantuvo relativamente constante durante el receso invernal, con una leve disminución en la tercera semana.
- **GRUPO CORPORATIVO/TRABAJO/ESTUDIO:** Fueron el grupo de menor participación con un 1.4% del total de turistas. Su presencia fue mínima en la tercera semana.

A niveles generales, se observa una diversidad de grupos de viaje entre los turistas que visitaron SFVC. Los turistas que viajaron en familia y en pareja fueron los grupos más numerosos, representando entre ambos aproximadamente el 78% del total de visitantes.

El grupo en pareja tuvo una participación significativa y experimentó un crecimiento importante en la tercera semana, lo que sugiere que San Fernando del Valle de Catamarca puede ser percibida como un destino atractivo para este tipo de turistas.

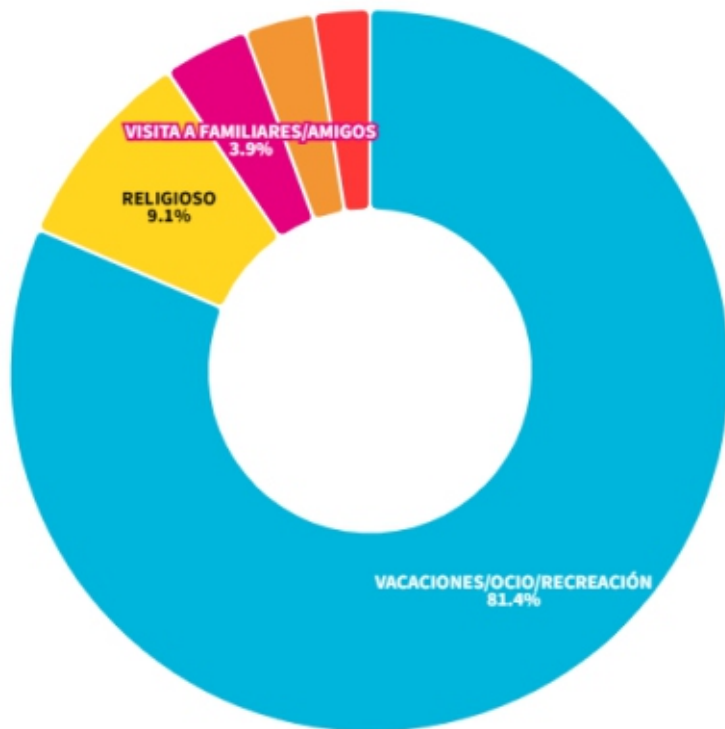
La presencia de turistas que nos visitaron con su familia también fue alta y tuvo una variación relevante a lo largo de las semanas, lo que indica que SFVC es un destino atractivo para disfrutar en familia durante el receso invernal.

Los turistas individuales y los grupos corporativos/trabajo/estudio representaron porcentajes más bajos en comparación con los grupos mencionados anteriormente, pero siguen siendo una parte importante de la afluencia turística.



### c) Principal motivo de visita

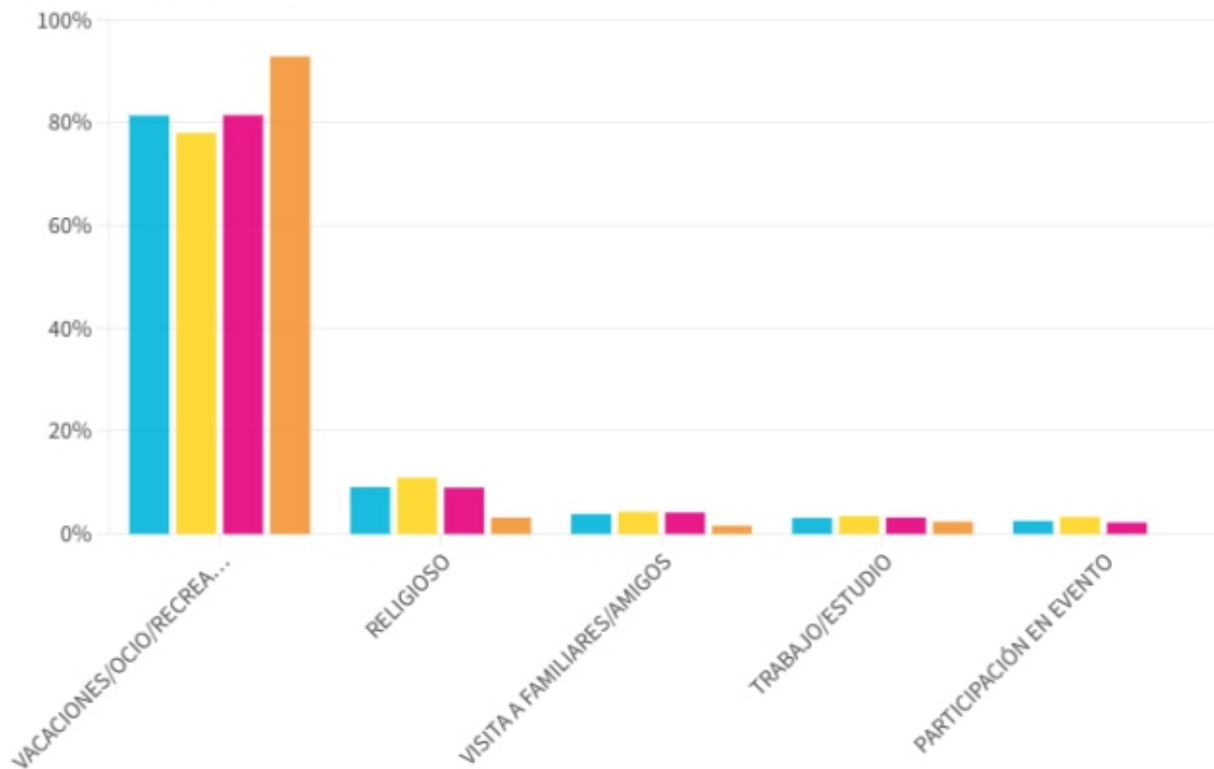
VACACIONES/OCIO/RECREACIÓN RELIGIOSO VISITA A FAMILIARES/AMIGOS TRABAJO/ESTUDIO PARTICIPACIÓN EN EVENTO



### Principal motivo de visita

Distribución general y por semana según motivo de visita

General Semana 1 Semana 2 Semana 3





- **VACACIONES/OCIO/RECREACIÓN:** Fue el motivo principal de la visita, representando el 81.40% del total de turistas. Este motivo fue predominante durante todo el receso invernal, siendo especialmente alto en la tercera semana.
- **RELIGIOSO:** Representó el 9.10% del total de turistas. Aunque fue uno de los motivos menos frecuentes, se observa un ligero aumento en la participación en la primera y segunda semana, pero disminuye significativamente en la tercera semana.
- **VISITA A FAMILIARES/AMIGOS:** Constituyó el 3.85% del total de turistas. Su participación se mantuvo relativamente constante durante las tres semanas, con una disminución en la tercera semana.
- **TRABAJO/ESTUDIO:** Representó el 3.12% del total de turistas. Al igual que el motivo anterior, su participación se mantuvo estable durante el receso invernal, con una ligera disminución en la tercera semana.
- **PARTICIPACIÓN EN EVENTO:** Fue el motivo menos frecuente con una participación del 2.52% del total de turistas. Sin embargo, no hubo registro de turistas con este motivo de visita en la tercera semana.

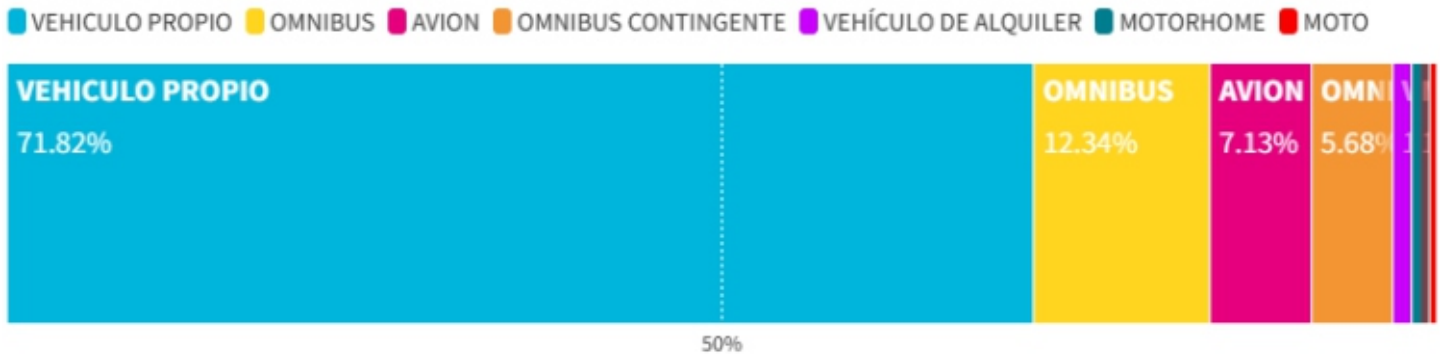
La gran mayoría de los turistas visitaron la ciudad por motivos de vacaciones, ocio y recreación. Esta categoría fue dominante y experimentó un aumento significativo en la tercera semana, lo que indica que la ciudad es un destino popular para el disfrute del tiempo libre y la recreación durante el período de receso.

El motivo religioso también fue relevante, pero en menor medida. Aunque hubo un aumento en su participación en las primeras dos semanas, esta disminuyó considerablemente en la tercera semana.

La visita a familiares y amigos, así como los viajes por trabajo o estudio, tuvieron una representación más limitada, pero se mantuvieron relativamente constantes a lo largo del receso invernal.



## d) Medio de transporte utilizado para arribar a la ciudad



- **VEHÍCULO PROPIO:** Fue el medio de transporte más utilizado, representando el 71.82% del total de turistas. La preferencia por este medio se mantuvo constante durante todo el receso invernal, con un leve aumento en la tercera semana.
- **OMNIBUS:** Representó el 12.34% del total de turistas. Aunque su participación fue significativa, se observó un aumento en la segunda semana, pero disminuyó considerablemente en la tercera semana.
- **AVIÓN:** Fue el tercer medio de transporte más común, con una participación del 7.13%. Los turistas que llegaron en avión mostraron un aumento en la tercera semana, siendo este su pico de participación durante el receso invernal.
- **OMNIBUS CONTINGENTE:** Representó el 5.68% del total de turistas. Su presencia fluctuó a lo largo de las semanas, siendo más alta en la primera semana y disminuyendo en la segunda semana, para luego aumentar nuevamente en la tercera semana.
- **VEHÍCULO DE ALQUILER:** Contribuyó con el 1.32% del total de turistas. Su participación tuvo una variación mínima, con un leve aumento en la primera semana y una disminución en la segunda semana.
- **MOTORHOME:** Representó el 1.25% del total de turistas. Aunque fue uno de los medios menos comunes, hubo un aumento significativo en su participación en la tercera semana.
- **MOTO:** Fue el medio de transporte menos utilizado, con una representación del 0.46%.

La preferencia mayoritaria por el vehículo propio como medio de transporte refleja que muchos turistas optaron por viajar en sus propios automóviles para llegar a SFVC. Esta elección puede estar influenciada por la comodidad, la flexibilidad de horarios y la posibilidad de llevar consigo pertenencias y equipos específicos para actividades turísticas y recreativas.

Sin embargo, el aumento significativo en la participación de turistas que llegaron en avión en la tercera semana es un indicador importante a considerar. Esto podría significar que SFVC está atrayendo a un segmento de turistas que valora la conexión aérea y que busca opciones más rápidas y convenientes.

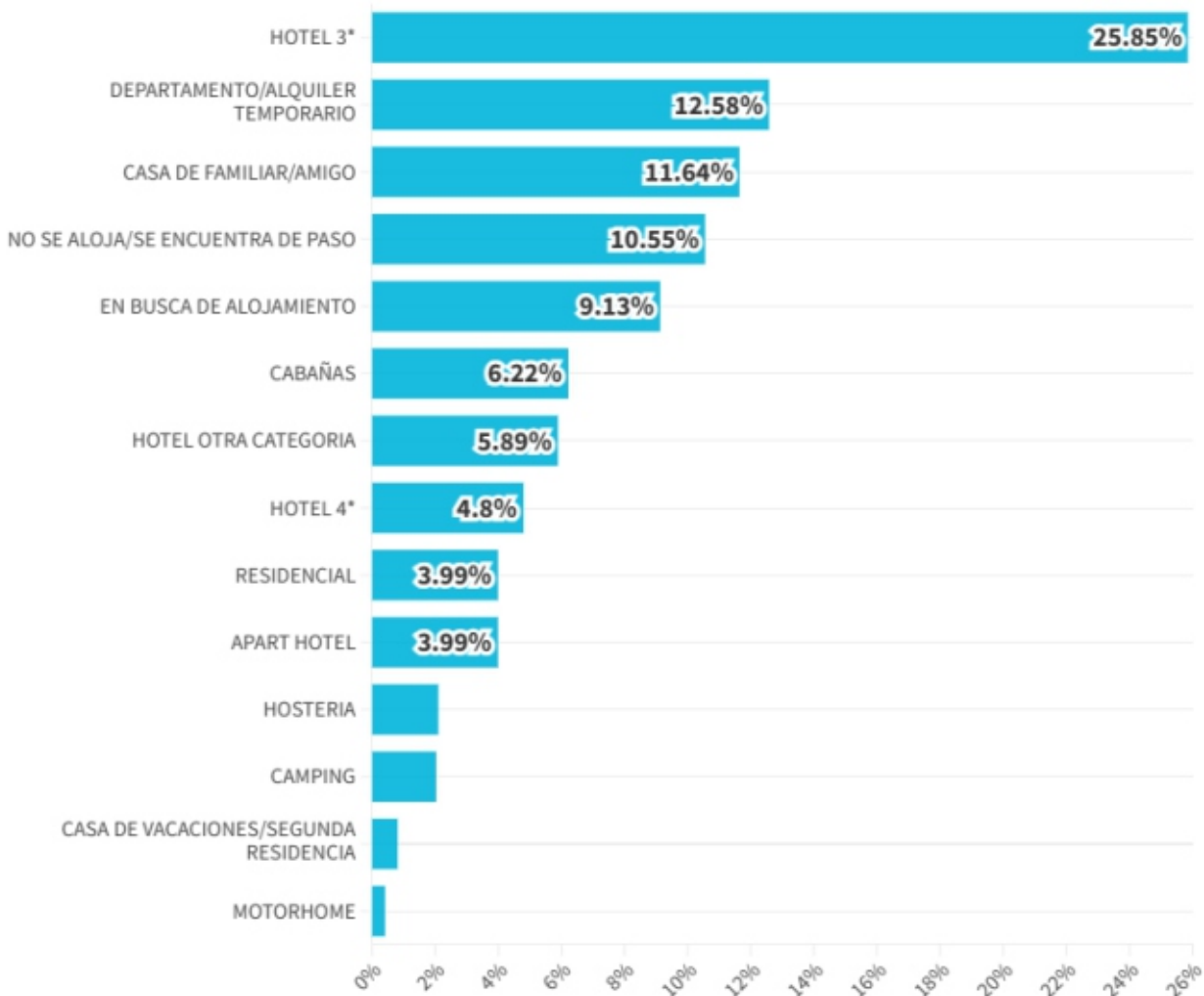
El uso de motorhomes como medio de transporte también es un dato relevante. Estos vehículos permiten a los turistas tener mayor autonomía y flexibilidad en su itinerario, además de facilitar la visita a lugares remotos y menos accesibles. Esta preferencia puede estar relacionada con una mayor inclinación hacia el turismo de naturaleza y aventura.

Para garantizar un desarrollo turístico sostenible en SFVC, es fundamental que las autoridades locales consideren estas preferencias de transporte al planificar y mejorar la infraestructura y servicios turísticos. Esto incluye la adecuación y mantenimiento de rutas y calles, la promoción de opciones de transporte público eficientes y sostenibles, así como la mejora de la conectividad aérea para satisfacer las necesidades de los turistas que prefieren esta opción.

Además, es importante considerar el impacto ambiental del transporte turístico y promover medidas que fomenten el uso de medios de transporte más amigables con el medio ambiente, como la implementación de programas de movilidad sostenible y la promoción del uso compartido de vehículos.

### e) Tipo de alojamiento elegido

Porcentaje respecto del total según tipo de alojamiento



La tipología de alojamiento elegida por los turistas en SFVC muestra una variedad de opciones que los visitantes consideraron durante su estadía en la ciudad.

- El alojamiento en hoteles, representado por las categorías "Hotel 3\*" y "Hotel 4\*", acumula un total del 30.65% de las respuestas, siendo la opción más popular entre los turistas. Esto indica que la oferta hotelera en diferentes categorías es ampliamente elegida por los visitantes.
- La opción de "Departamento/Alquiler Temporario" y "Casa de Familiar/Amigo" también son elecciones destacadas, representando el 12.58% y 11.64% respectivamente. Estas opciones ofrecen a los turistas la posibilidad de tener una experiencia de alojamiento más independiente o familiar, lo que puede ser atractivo para ciertos grupos de visitantes.
- Sorprendentemente, el 10.55% de los turistas indicó que "No se Aloja/Se Encuentra de Paso". Esto podría deberse a visitantes que no se quedaron en la ciudad o solo realizaron una breve parada durante su recorrido.
- La opción de "En Busca de Alojamiento" es seleccionada por el 9.13% de los turistas, lo que indica que un porcentaje significativo llegó sin reserva previa y buscó alojamiento en el momento.
- Otras opciones menos representadas, como "Cabañas", "Apart Hotel", "Residencial", "Hostería", "Camping", "Casa de Vacaciones/Segunda Residencia" y "Motorhome", también fueron consideradas por algunos turistas durante su visita a SFVC.

El análisis de la tipología de alojamiento elegida por los turistas en SFVC refleja una diversidad de opciones que atienden a diferentes preferencias y necesidades de los visitantes. Los hoteles en distintas categorías, así como las opciones de alojamiento independiente o en familia, fueron las más populares.

El hecho de que un porcentaje significativo de turistas indicara estar "En Busca de Alojamiento" sugiere que SFVC atrae tanto a turistas planificados como a aquellos que buscan opciones disponibles a último momento.

Este análisis es valioso para los actores turísticos y las autoridades de SFVC, ya que proporciona información sobre las preferencias y la demanda de alojamiento en la ciudad. Permite identificar oportunidades para mejorar y diversificar la oferta de alojamiento, así como optimizar la promoción de opciones menos frecuentemente elegidas.

## f) Edad promedio de los turistas

### Edad promedio de turistas = 45,2 años

La Edad Promedio de los turistas que visitaron SFVC es de aproximadamente 45.2 años. Esto indica que la mayoría de los visitantes se encuentran en una franja de edad media, lo que puede tener implicaciones en cuanto a las preferencias y actividades turísticas que buscan realizar durante su estadía en la ciudad.

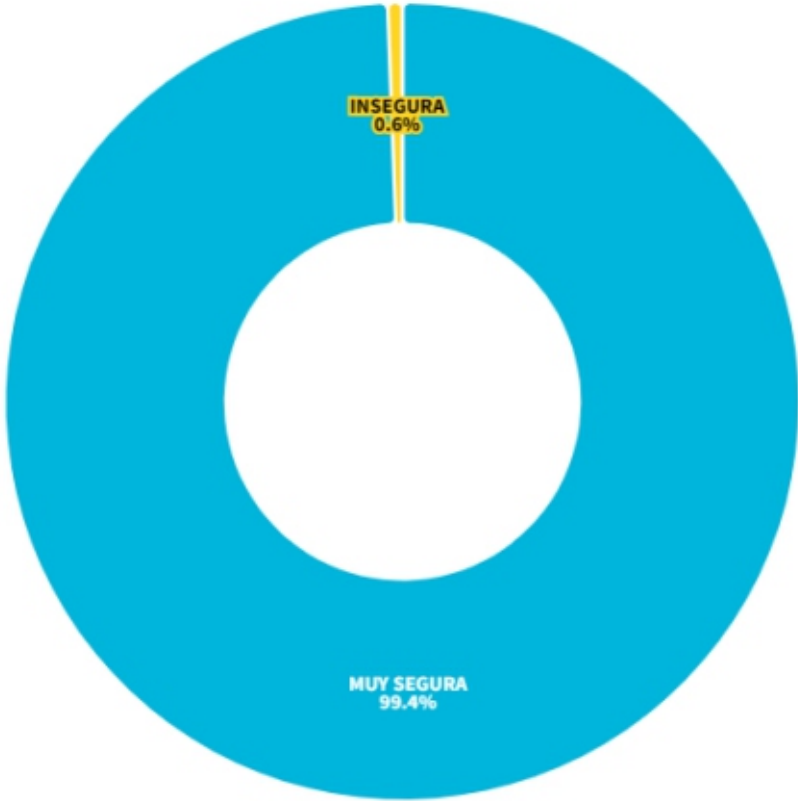
No se observó una variación significativa en el análisis por semana, por lo cual este indicador no merece un análisis pormenorizado.



# 5. Experiencia de los turistas y valoración del destino

## Percepción de la seguridad

MUY SEGURA INSEGURA

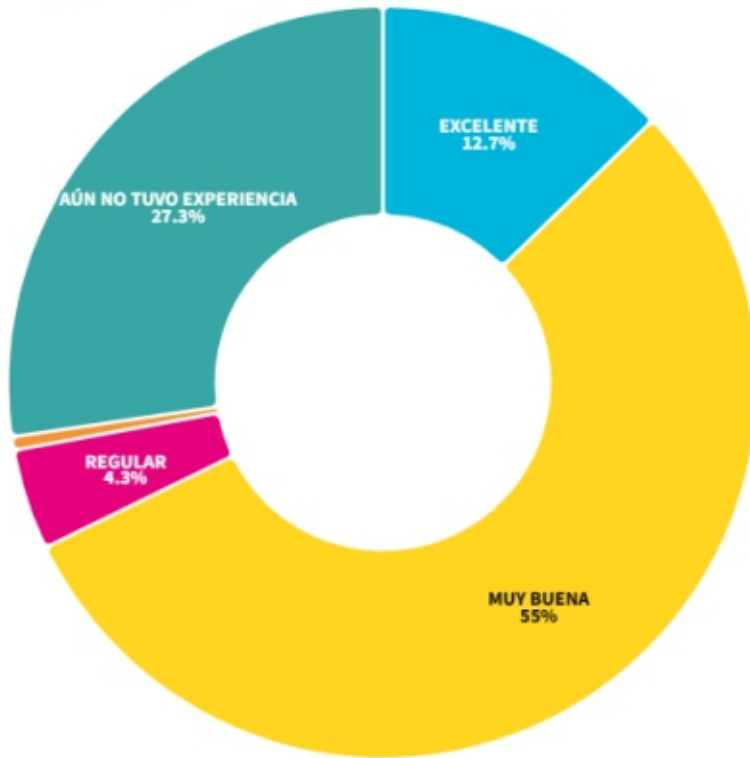


Al ser consultados por la percepción de la seguridad en SFVC, el 99,4% de los entrevistados considera que es una ciudad Muy Segura para el Turista, mientras que sólo el 0,6% considera que es una ciudad Insegura.



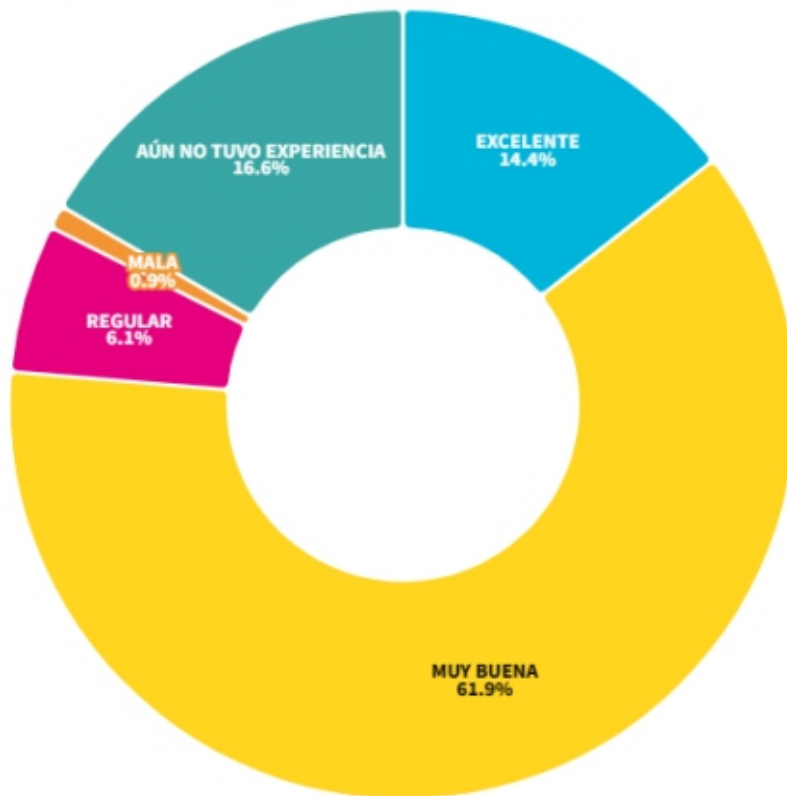
## Valoración de la experiencia con los servicios de alojamiento

EXCELENTE MUY BUENA REGULAR MALA AÚN NO TUVO EXPERIENCIA



## Valoración de la experiencia con los servicios de gastronomía

EXCELENTE MUY BUENA REGULAR MALA AÚN NO TUVO EXPERIENCIA



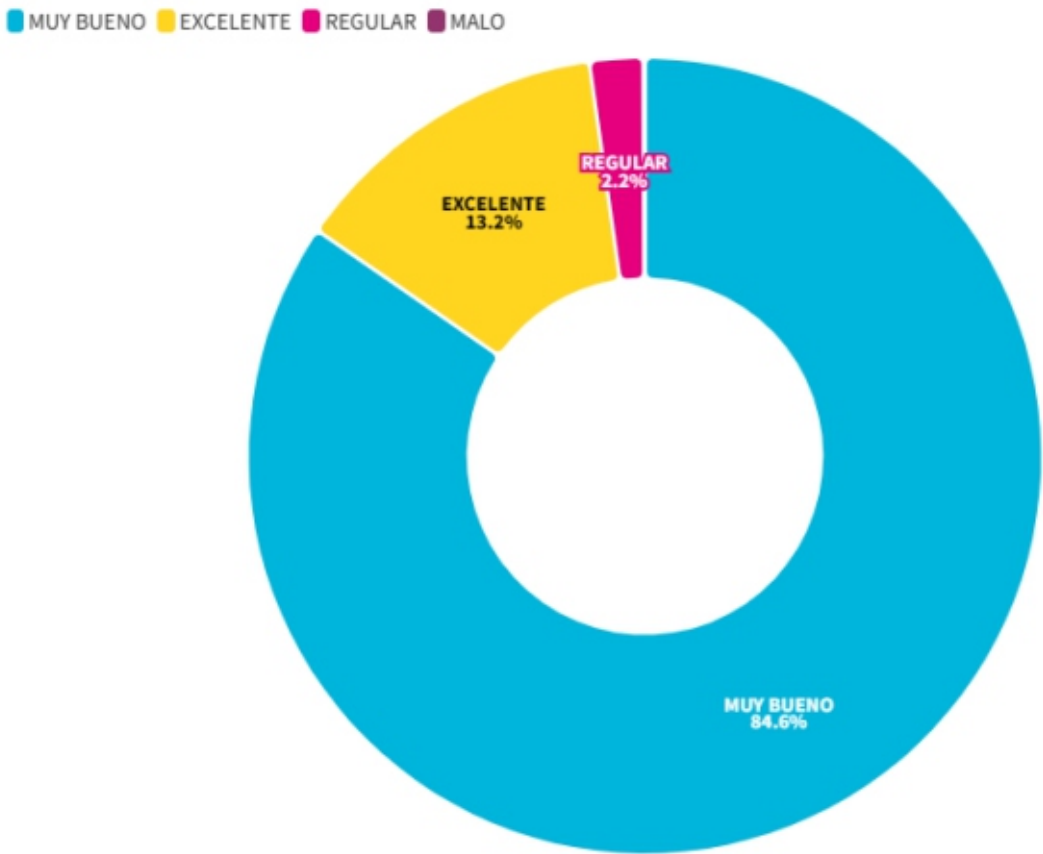
En general, los datos muestran que la mayoría de los turistas quedaron satisfechos con los servicios de alojamiento y gastronomía en San Fernando del Valle de Catamarca durante el receso invernal de 2023. Las valoraciones "Muy Buena" y "Excelente" fueron predominantes tanto para el alojamiento como para la gastronomía, lo que indica una experiencia positiva en general.

Sin embargo, es importante prestar atención a los porcentajes de valoraciones "Regular" y "Mala", que aunque son bajos, aún sugieren áreas de mejora en algunos establecimientos. Es esencial que los proveedores de servicios turísticos se enfoquen en la calidad y la satisfacción del cliente para seguir atrayendo turistas y fomentar el desarrollo sostenible en la ciudad.

La alta proporción de turistas que aún no había tenido experiencia en alojamiento o gastronomía puede sugerir que al momento de ser entrevistados se encontraban de paso como excursionistas o bien podría tratarse de turistas recién arribados.

También deja entrever que se debe ofrecer oportunidades para promover y diversificar la oferta de servicios, brindando información y opciones atractivas para aquellos que deseen visitar la ciudad en el futuro.

### Valoración de SFVC como destino turístico



Un impresionante 84.58% de los turistas encuestados calificó la experiencia en SFVC como "Muy Bueno". Esta alta valoración positiva sugiere que la mayoría de los visitantes quedaron satisfechos con su experiencia en el destino.

Un 13.18% de los encuestados calificó la experiencia como "Excelente", lo que indica que algunos turistas tuvieron una percepción excepcionalmente positiva sobre SFVC como destino.

La valoración "Regular" fue del 2.17%, lo que representa un porcentaje relativamente bajo de turistas que tuvieron una experiencia neutral o promedio. Estos turistas pueden ofrecer oportunidades para identificar áreas de mejora y elevar la calidad general del destino.

La valoración "Malo" fue muy baja, con sólo el 0.07% de las respuestas, lo que sugiere que la gran mayoría de los turistas no tuvo una experiencia negativa durante su visita a SFVC.

Los datos de las encuestas muestran una alta valoración general de SFVC como destino turístico. Estas valoraciones positivas son indicativas de que SFVC ofrece atractivos y servicios que satisfacen las expectativas de los turistas y los hacen sentir bienvenidos y complacidos durante su visita. Esto es esencial para fomentar el turismo repetitivo y las recomendaciones positivas de boca en boca, lo que puede contribuir al crecimiento sostenible del sector en la ciudad.

No obstante, aunque las valoraciones negativas son mínimas, es importante que las autoridades y los proveedores de servicios estén atentos a los comentarios y sugerencias de los turistas con valoraciones "Regular" o "Malo". Estos comentarios pueden brindar información valiosa para identificar áreas de mejora y trabajar en la optimización de la experiencia turística en SFVC.

En general, la alta valoración de SFVC como destino turístico es un indicador positivo y refleja el esfuerzo y la calidad de los servicios que se ofrecen en la ciudad. Continuar trabajando en la mejora de la experiencia turística y mantener altos niveles de satisfacción son aspectos clave para seguir atrayendo visitantes y posicionarse como un destino turístico destacado en la región.





  **sfvcturismo**

**[www.sfvc.travel](http://www.sfvc.travel)**

