



OBSERVATORIO  
DE TURISMO  
MUNICIPAL



SAN FERNANDO  
DEL VALLE DE  
**CATAMARCA**



Secretaría de  
**Educación  
y Cultura**

Dirección General de  
**Cultura**

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

**Análisis de Calidad en Atractivos  
Turísticos de Gestión Municipal  
Julio 2024**



Secretaría de  
**Turismo y  
Desarrollo Económico**

## INTRODUCCIÓN:

Como parte del compromiso que tiene la gestión municipal para hacer de SFVC una ciudad turística, es que se pone en marcha este trabajo conjunto entre la **Secretaría de Educación y Cultura** a través de su **Dirección General de Cultura**, y la **Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico**, su **Dirección General de Turismo** y el **Observatorio de Turismo Municipal**.

Este trabajo tiene como **objetivo identificar oportunidades de mejora**, que permitan aportar información certera a los niveles superiores de gestión y toma de decisiones, a través del estudio de algunas variables simples que hacen al funcionamiento de los diferentes **Atractivos Turísticos de la Ciudad**. Sobre ellos, y a partir de un trabajo colaborativo y participativo entre los equipos técnicos, se establecieron algunas variables de análisis:

- Edad de los visitantes
- Procedencia
- Frecuencia de visita
- Actividad realizada por el visitante
- Valoración de la visita
- Valoración de aspectos generales del atractivo

Unidades de análisis: Museo Adán Quiroga, Museo de la Virgen del Valle, Casa Caravati/Museo de la Ciudad, Pueblo Perdido de la Quebrada y Casa de La Puna.

Instrumento de recolección de datos: encuesta online a la que se accede por QR disponible en cartelería específica y visualmente accesible.

Incentivo: premios especiales para los visitantes que aporten información, consistentes en productos y servicios gastronómicos y de alojamiento.

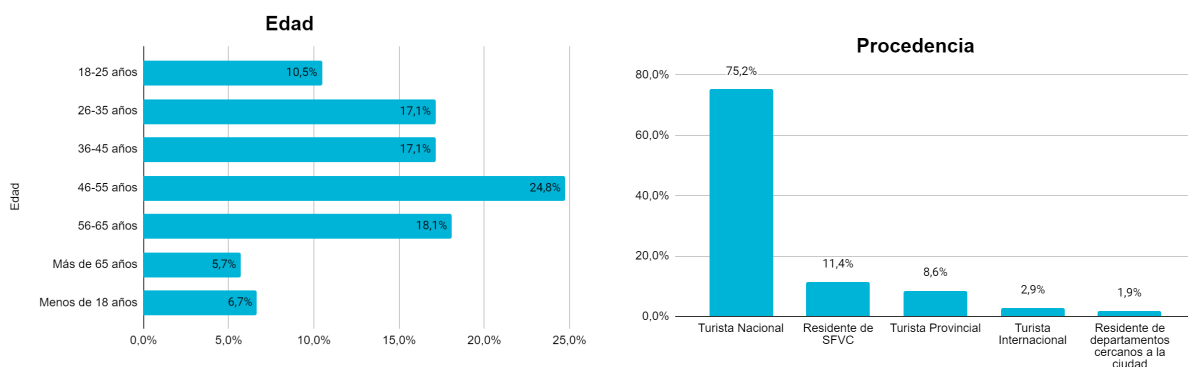
Periodo de Análisis: 08 al 28 de julio de 2024.

## COLABORADORES ESPECIALES

C A C Á N

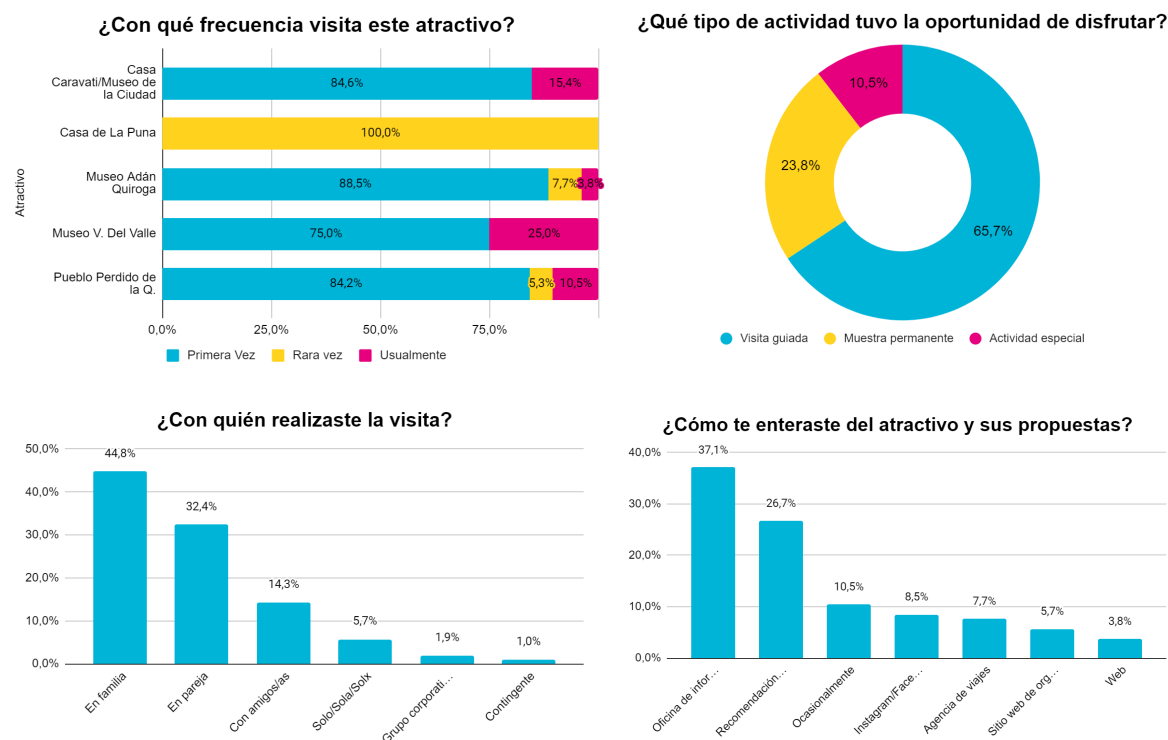
AMÉRIAN  
CATAMARCA PARK HOTEL

## PERFIL DE LOS VISITANTES



El perfil del visitante es diverso en edad y procedencia. La mayoría de ellos se encuentran en el rango de **46-55 años (24,8%)**, mientras que el grupo menos representado son los **más de 65 años (5,7%)**. En cuanto a procedencia, el **75,2%** son **turistas nacionales**, y solo un **1,9%** son **residentes de departamentos cercanos a la ciudad**.

## INFORMACIÓN RELACIONADA A LA VISITA



La mayoría de los turistas visitan los atractivos por **primera vez**, lo cual muestra un alto nivel de atracción para nuevos visitantes. Las actividades más disfrutadas incluyen **visitas guiadas** y las **muestras permanentes**. La mayoría de los turistas visitan en **familia** y se enteran de los atractivos principalmente a través de la **oficina de información turística** y **recomendaciones de amigos y familiares**.

## VALORACIÓN DE LA VISITA A LOS ATRACTIVOS

Atractivo	AMABILIDAD DEL PERSONAL	CONOCIMIENTO Y PROFESIONALISMO DEL PERSONAL	ATRACTIVIDAD Y PERTINENCIA DE LA PROPUESTA	PUNTUALIDAD Y ORGANIZACIÓN HORARIA
Casa Caravati/Museo de la Ciudad	5,0	4,8	4,7	5,0
Casa de La Puna	5,0	5,0	5,0	4,5
Museo Adán Quiroga	4,8	4,5	4,3	4,6
Museo V. Del Valle	4,8	4,8	4,8	4,8
Pueblo Perdido de la Q.	4,7	4,4	4,7	4,8
<b>Promedio General</b>	<b>4,8</b>	<b>4,7</b>	<b>4,6</b>	<b>4,8</b>

### Escala de Valoración:

- Entre 1,00 y 3,99
- Entre 4,00 y 4,50
- Entre 4,51 y 5,00

Si se hace un análisis general valoración de la visita a los atractivos se puede observar que la **Casa Caravati/Museo de la Ciudad** se destaca con las puntuaciones más altas en **amabilidad del personal** (5.0) y **organización horaria** (5.0). La **Casa de La Puna** también recibe una valoración muy positiva, especialmente en **conocimiento y profesionalismo del personal** (5.0), mientras que el **Museo Adán Quiroga** muestra áreas a mejorar como en **atractividad y pertinencia de la propuesta** (4.3).

Si se profundiza en el análisis se puede destacar que:

- **Casa Caravati/Museo de la Ciudad:** Sobresale por la **amabilidad del personal** y la **organización horaria** (5.0 en ambas), lo que sugiere un servicio al cliente excepcional.
- **Casa de La Puna:** Destaca en **conocimiento y profesionalismo del personal** y **atractividad de la propuesta** (5.0 en ambas), indicando una experiencia satisfactoria para los visitantes.
- **Museo Adán Quiroga:** Tiene buenas puntuaciones en **amabilidad del personal** (4.8) pero debe mejorar en **atractividad y pertinencia de la propuesta** (4.3).
- **Museo V. Del Valle:** Muestra equilibrio en todas las áreas, con puntuaciones de 4.8 en **amabilidad del personal**, **conocimiento y profesionalismo**, y **atractividad de la propuesta**.
- **Pueblo Perdido de la Q.:** Necesita mejoras en **conocimiento y profesionalismo del personal** (4.5).

## VALORACIÓN DE LOS ASPECTOS GENERALES DE LOS ATRACTIVOS

Atractivo	FACILIDAD DE ACCESO	SEÑALIZACIÓN INFORMATIVA	FACILIDADES PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	DISPONIBILIDAD INFORMATIVA EN OTROS IDIOMAS	LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DEL LUGAR	ESTADO GENERAL DE LAS INSTALACIONES
Casa Caravati/Museo de la Ciudad	4,5	4,5	4,2	4,4	4,8	4,7
Casa de La Puna	5,0	5,0	4,7	3,9	4,5	4,5
Museo Adán Quiroga	4,5	4,4	4,2	3,9	4,7	4,6
Museo V. Del Valle	4,8	4,8	4,7	4,6	4,8	4,7
Pueblo Perdido de la Q.	4,1	4,1	3,1	3,9	4,6	4,5
<b>Suma total</b>	<b>4,5</b>	<b>4,5</b>	<b>4,2</b>	<b>4,1</b>	<b>4,7</b>	<b>4,6</b>

### Escala de Valoración:

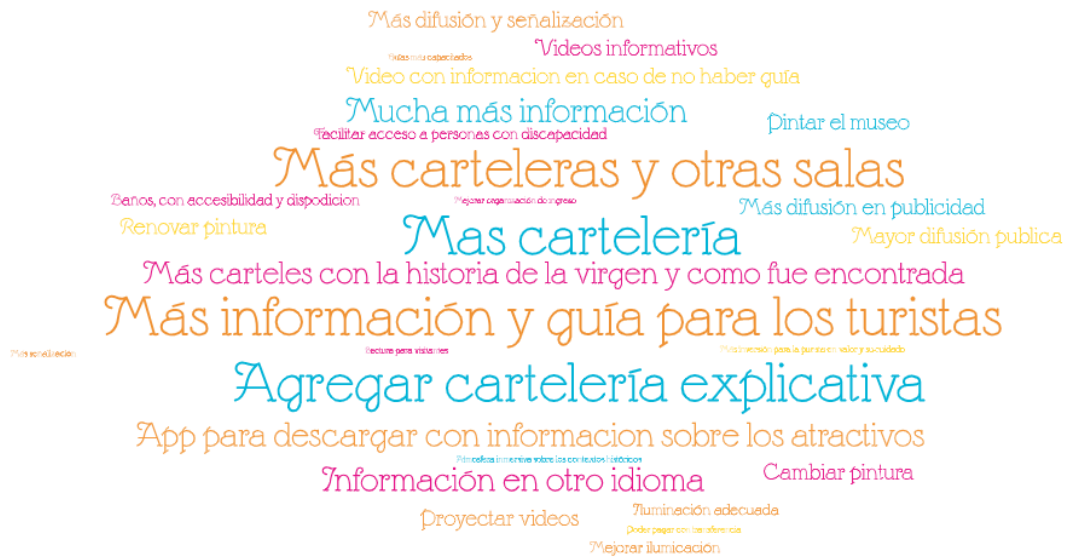
- Entre 1,00 y 3,99
- Entre 4,00 y 4,50
- Entre 4,51 y 5,00

Continuando con el análisis, en lo que respecta a valoración de los aspectos generales de los atractivos, la **Casa de La Puna** destaca en **facilidad de acceso** y **señalización informativa** (5.0 en ambas), mientras que el **Pueblo Perdido de la Q.** muestra puntuaciones bajas en **facilidades de acceso** (3.1) y **disponibilidad informativa en otros idiomas** (3.9).

Haciendo un análisis más específico se observa que:

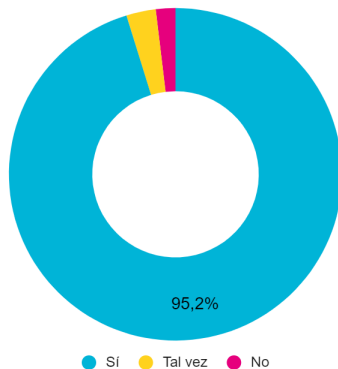
- **Casa Caravati/Museo de la Ciudad:** Destaca en **limpieza y mantenimiento del lugar** (4.8) y **estado general de las instalaciones** (4.7), aunque debe mejorar en **facilidades para personas con discapacidad** (4.2).
- **Casa de La Puna:** Sobresale en **facilidad de acceso** y **señalización informativa** (5.0), pero debe mejorar **disponibilidad y calidad de la información en diferentes idiomas** (3.9) como así también en **limpieza y mantenimiento del lugar** y **estado general de las instalaciones** (4.5).
- **Museo Adán Quiroga:** Tiene buena **limpieza y mantenimiento del lugar** (4.7) y **estado general de las instalaciones** (4.6), pero necesita mejorar en **disponibilidad y calidad de la información en diferentes idiomas** (3.9).
- **Museo V. Del Valle:** Sobresale en **facilidad de acceso** (4.8), **señalización informativa** (4.8), y **facilidades para personas con discapacidad** (4.7).
- **Pueblo Perdido de la Q.:** Necesita mejoras significativas en **facilidades de acceso** (3.1) y **disponibilidad informativa en otros idiomas** (3.9), aunque mantiene una buena **limpieza y mantenimiento del lugar** (4.6).

## SUGERENCIAS Y/O PROPUESTAS DE LOS VISITANTES

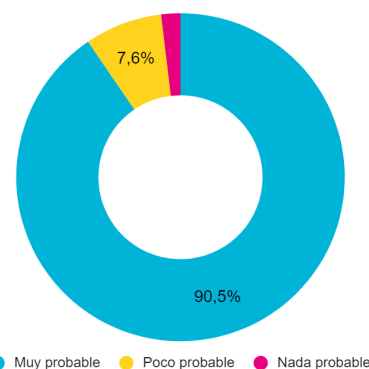


## FIDELIDAD DEL VISITANTE

¿Recomendaría este atractivo y sus actividades



¿Visitaría este atractivo nuevamente?



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los atractivos turísticos muestran alta calidad en **amabilidad y profesionalismo del personal**, así como en la **limpieza y mantenimiento de las instalaciones**. Sin embargo, se identifican áreas clave para mejorar, como las **facilidades de acceso** y la **disponibilidad de información en otros idiomas**.

**Recomendaciones:**

**Mejorar la señalización y cartelera:**

- Implementar más **carteles explicativos** y **señalización**.
- Desarrollar **videos informativos** y una **aplicativos** para descargar información sobre los atractivos.

#### **Facilitar el acceso y mejorar servicios:**

- Instalar **baños accesibles** y **facilitar el acceso a personas con discapacidad**.
- Proveer **más información en otros idiomas** y **mejorar la señalización**.

#### **Mantenimiento y mejoras físicas:**

- **Renovar la pintura** y mejorar la **iluminación**.
- Aumentar la **inversión para la puesta en valor y su cuidado**.

#### **Capacitación y experiencia del visitante:**

- Capacitar a los **guías** para ofrecer un servicio más profesional.
- Desarrollar y proyectar **videos informativos** sobre la historia del lugar.

#### **Expandir la información y difusión:**

- Proveer más información en diversos idiomas y aumentar la **difusión pública** y **señalización** de los atractivos.
- Implementar más **actividades culturales y educativas** para enriquecer la experiencia del visitante.

***Equipo Técnico  
Observatorio de Turismo Municipal  
Dir. Gral. de Turismo  
Sec. Turismo y Desarrollo Económico  
Municipalidad de La Capital***