



SEMANA SANTA

A teal crown icon is positioned above the letter 'A' in the word "SANTA".

INFORME ESTADÍSTICO
28/03 AL 02/04 DE 2024

Introducción:

El presente informe tiene como objetivo proporcionar un análisis detallado de la actividad turística en San Fernando Del Valle de Catamarca durante el fin de semana largo de Semana Santa 2024. Se evalúan diversos aspectos clave, incluyendo la afluencia de turistas, la ocupación hotelera y las principales atracciones visitadas durante este fin de semana largo.
Periodo de análisis: 28/03 al 02/04 de de 2024

1. Ocupación Hotelera y Estadía Promedio.

Es importante mencionar que el trabajo de este indicador se realiza en forma conjunta y colaborativa con la Asociación de Hoteles, Bares y Restaurantes de la provincia de Catamarca. Para determinar la Tasa de Ocupación Hotelera (OH) se realizó un relevamiento que implica el empleo de una encuesta estandarizada, que se completa de forma telefónica.

La población objeto de estudio estuvo comprendida por la totalidad de alojamientos registrados y habilitados por parte del Ministerio de Cultura, Turismo y Deportes de la provincia, los que contabilizan un total de 33 establecimientos de diferentes tipos y categorías. Los resultados se obtuvieron sobre el 85% de alojamientos registrados en el destino, de los que se logró obtener respuestas.



Respecto a la Estadía Promedio, este indicador se obtiene de la Encuesta Permanente del Perfil del Turista, la que se realiza de forma presencial por parte de equipo técnico previamente formado en los principales atractivos y puntos de confluencia de turistas.

**Estadía Promedio = 4.1
noches de pernocte.**

Fuente: Encuesta Permanente de Perfil del Turista



Durante la Semana Santa de este año, se destacó un notable aumento en la Tasa de Ocupación Hotelera en comparación con el fin de semana largo de Carnaval (43.7% de OH), experimentando un incremento de aproximadamente el 60%. Además, se observó un ligero aumento en este indicador en relación con la Semana Santa del año anterior, cuando se registró un 68% de OH, evidenciando una mejora del 2.9%.

Los incrementos también se reflejaron en la Estadía Promedio, que experimentó un aumento del 58.8% con respecto al Carnaval de este año, y del 57.7% en comparación con el mismo evento de 2023.

Si bien la mayor duración del fin de semana largo de este año en relación al año anterior influye directamente en el incremento de la Estadía Promedio, este indicador también refleja el éxito del trabajo en la gestión turística del destino, ya que si los visitantes no disponen de actividades y servicios que generen el deseo de quedarse varios días, el valor de la estadía y la demanda sería mucho menor.

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 =
4150

Resultados basados en estimaciones

Gasto diario promedio
por turista = **\$47.000**

Fuente: C.A.M.E.

Impacto Económico =
\$530.000.000

Resultados basados en estimaciones

3. Atractivos

Afluencias en atractivos y centros de informe - 28/03 al 02/04 de 2024

Atractivos - Centros de informes		Visitantes	Total General
Propios	Casa de SFVC	38	5.441
	Cabina de Informes	385	
	Pueblo Perdido de la Quebrada	518	
	Casa de La Puna	4500	
Externos	Museo de la Ciudad - Casa Caravati	134	476
	Museo Adán Quiroga	140	
	Museo de la Virgen del Valle	470	

Afluencia en atractivos - Semana Santa 2023 vs Semana Santa 2024

Atractivos - Centros de informes	Afluencia S. Santa 2.023	Afluencia S. Santa 2.024	% Variación
Casa de la Puna	430	4.500	+946,5%
Pueblo Perdido de la Quebrada	320	518	+61,9%
Centros de informes (Casa SFVC y Cabina de Inf.)	202	423	+109,4%
Museo de la Ciudad - Casa Caravati	67	134	+100%
Museo Adán Quiroga	76	140	+84,2%
Museo Virgen del Valle	422	470	+11,4%

Durante la reciente Semana Santa del 28 de marzo al 2 de abril de 2024, nuestro destino experimentó un notable aumento en la afluencia de visitantes a una variedad de atractivos y centros de información. Un análisis detallado revela cambios significativos en comparación con el año anterior, destacando el crecimiento explosivo en algunos atractivos y la continua popularidad de otros.

Entre los atractivos más destacados sobresale **"Casa de la Puna"**, que registró un incremento del **946,5% en comparación con el año anterior**, con un total de aproximadamente 4.500 visitantes en 2024 frente a los 430 de 2023. Asimismo, el **"Pueblo Perdido de la Quebrada"** experimentó un incremento del **61,9% en la afluencia turística**, alcanzando los 518 visitantes en 2024 frente a los 320 del año anterior.

Los centros de información turística también fueron protagonistas en este crecimiento. En esta ocasión **"Casa SFVC" y "Cabina de Informe" observaron un impresionante aumento del 109.4%**, con un total de 423 visitantes en 2024 frente a 202 visitantes en 2023. Este aumento sugiere una mayor conciencia y demanda de servicios de información turística por parte de los visitantes.

En cuanto a los museos, el **"Casa Caravati"** demostró un notable **incremento del 100%**, seguido de cerca por el **"Museo Adán Quiroga" que tuvo un crecimiento del 84.2% en su afluencia**, pasando de 76 visitantes en 2023 a 140 visitantes en 2024. Por otro lado, el **"Museo de la Virgen del Valle" incrementó sus visitantes en un 11,4%**.

Afluencia en actividades - Casa de la Puna - 28/03 al 02/04 2024

Actividad	Asistentes residentes	Asistentes turistas	Total de asistentes
Taller de cerámica : "Elaboración de vaso Condorhuasi de uso ritual "	7	3	10
Taller: introducción a la forja y de cuchillería	3	2	5
Peña Viernes 29/03	160	60	220
Peña Domingo 31/03	110	40	150
Taller de artesanías y juegos para niños	90	10	100
Visitas Guiadas	28	120	148
Circulación y permanencia en espacio gastronómico y patio materno	1.546*	2.321*	3.867*
Suma total	1.944	2556	4.500
Proporción	43,2%	56,8%	100%

(*) Resultados obtenidos en base a estimaciones.

Afluencia en actividades - Pueblo Perdido de la Quebrada - 28/03 al 02/04 2024

Actividad	Asistentes residentes	Asistentes turistas	Total de asistentes
Taller de construcción de títeres	6	2	8
Obra de títeres la flor del cocodrilo	20	0	20
Taller de Cerámica- Guardas Diaguitas	3	1	4
Visitas Guiadas al sitio arqueológico	92	394	486
Suma Total	121	397	518
Proporción	23,4%	76,6%	100%

Respecto a los principales atractivos, "Casa de la Puna" fue el epicentro de una variedad de actividades que atrajeron tanto a residentes locales como a turistas. **Destacan eventos como**

las peñas del viernes y domingo, que reunieron a un total de 370 personas, y los talleres de cerámica y forja, que ofrecieron experiencias únicas para un total de 15 participantes. Así mismo, el Taller de Artesanías y Juegos para niños fue muy convocante con 100 participantes en total que tuvieron una experiencia interactiva y educativa para los más jóvenes, atrayendo a un gran número de familias locales y turistas que buscaban actividades para niños. Las visitas guiadas también fueron populares entre los turistas, con 120 visitantes disfrutando de recorridos por el sitio. Además, se estima que alrededor de 3.867 personas circularon y permanecieron en los espacios gastronómicos y patios materos de la Casa de la Puna durante la semana, aunque estos números son estimaciones.

En resumen, la "Casa de la Puna" sirvió como un punto de encuentro culturalmente diverso durante esta Semana Santa, ofreciendo una amplia gama de actividades para disfrutar y explorar.

Por otro lado, el "Pueblo Perdido de la Quebrada" registró una afluencia total de 518 personas durante el mismo periodo, con una mayoría de turistas que representaron el 76,6% del total. Las actividades más destacadas incluyen la obra de títeres "La Flor del Cocodrilo", que atrajo a 20 espectadores, y las visitas guiadas al sitio arqueológico, que contaron con la participación de 486 personas, principalmente turistas interesados en explorar el patrimonio cultural de la región.

4. Servicios

Afluencia en Servicios - 28/03 al 02/04 de 2024

Actividad/Servicio	Asistentes S. Santa 2024	Total de asistentes
Bus Turístico	77	131
Bici Tour	34	
Bici Guiada	0	
Visitas Seminario Diocesano	4	
Free Tours	2	
Kayak	Sin Datos	
Tirolesa	12	
Astroturismo	2	

Servicios Permanentes - Variación Semana Santa 2023 Vs Semana Santa 2024

Actividad/Servicio	Asistentes S. Santa 2023	Asistentes S. Santa 2024	% Variación
Bus Turístico	35	77	+120%
Bici Tour	10	34	+240%

Durante la reciente Semana Santa, los servicios turísticos en nuestro destino también experimentaron un notable aumento en la afluencia, según datos comparativos con el año anterior. Destacan especialmente el "Bus Turístico" y el "Bici Tour", que registraron incrementos significativos en la cantidad de participantes.

El "Bus Turístico" atrajo a 77 visitantes durante Semana Santa 2024, en comparación con los 35 del año anterior, lo que representa un aumento del 120%. Por otra parte, el servicio de "Bici Tour" también experimentó un aumento considerable en la afluencia, con 34 participantes durante la Semana Santa de 2024 en comparación con los 10 del año anterior, lo que refleja un impresionante aumento del 240%. Este servicio permite a los turistas explorar nuestra región de manera activa y ecológica, disfrutando de paisajes únicos y experiencias memorables.

Otros servicios turísticos, como las "Visitas al Seminario Diocesano", el "Free Tours", la "Tirolesa" y el "Astroturismo", también atrajeron a visitantes durante la Semana Santa 2024, aunque en menor medida. Es importante destacar que algunos servicios, como el "Bici Guiada" y el "Kayak", no cuentan con datos disponibles para este análisis.

5. Perfil del Turista

Para el análisis del perfil de los visitantes que arribaron a SFVC se continuó con el empleo de la Encuesta Permanente de Perfil del Turista, que se realiza en los centros de informes y principales atractivos por parte de encuestadores especializados. Desde el punto de vista metodológico, esta encuesta trabaja con una población considerada infinita y su respuesta es anónima.

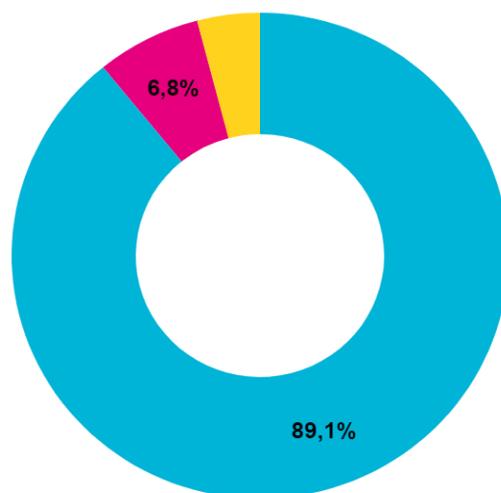
De acuerdo a los datos recolectados, se obtuvieron los siguientes resultados.

A) Procedencia:

Se observa que el 89,1% de los visitantes fueron de origen nacional, seguido por turistas provinciales con el 6,8%, y por último y no de menor importancia internacional que fue del 4,1%. En los gráficos podemos apreciar que la mayor afluencia de turistas nacionales fueron de las provincia de Bs As, seguida por Córdoba, y Tucumán.

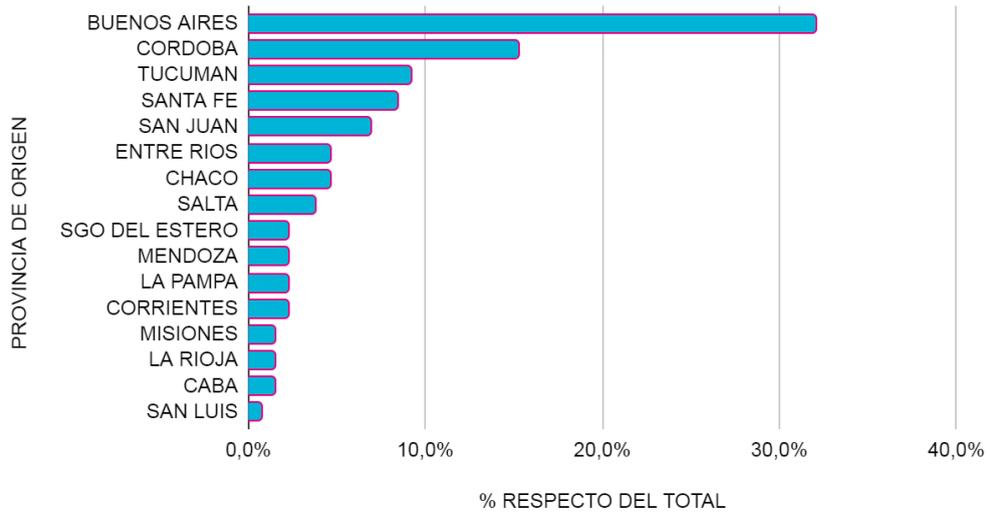
Comparado con el año 2023, vemos reflejado que subió la demanda de visitas de turistas extranjeros en esta oportunidad, y se registraron visitantes de países como Uruguay, Venezuela, Paraguay, México y Polonia.

PROCEDENCIA



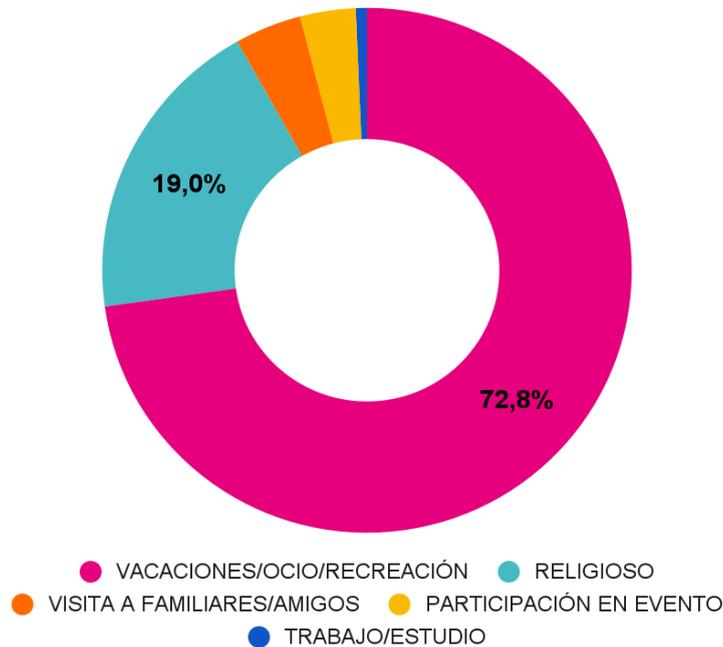
● NACIONAL ● PROVINCIAL ● INTERNACIONAL

PROCEDENCIA TURISTAS NACIONALES



B) Motivo de la visita, grupo de viaje y edad promedio:

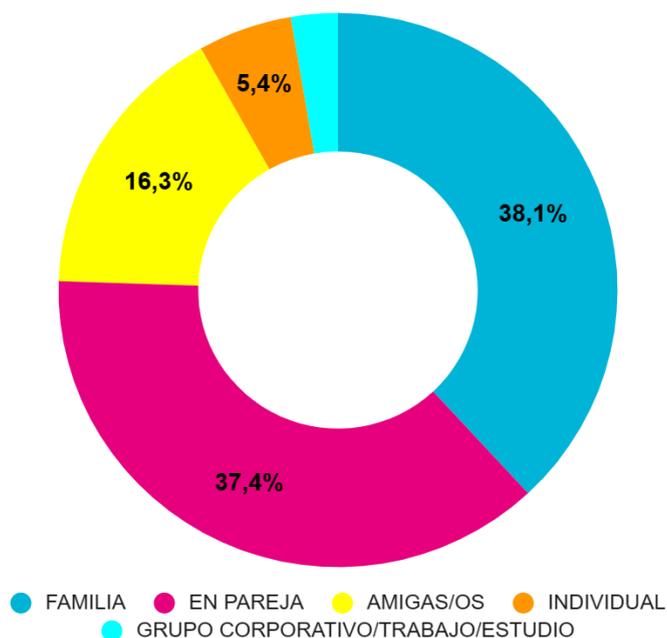
MOTIVO DE SU VISITA



Se observa que **este año el principal motivo de la visita fue por vacaciones, ocio y recreación**, seguido por motivos religiosos, y visita a familiares/amigos.

Con respecto al año anterior 2023 se ven reflejados algunos cambios. En esta oportunidad la mayoría de los visitantes vino por motivos de vacaciones, ocio y recreación. **comparado con el año anterior que vinieron como principal motivos el religiosos.**

GRUPO DE VIAJE

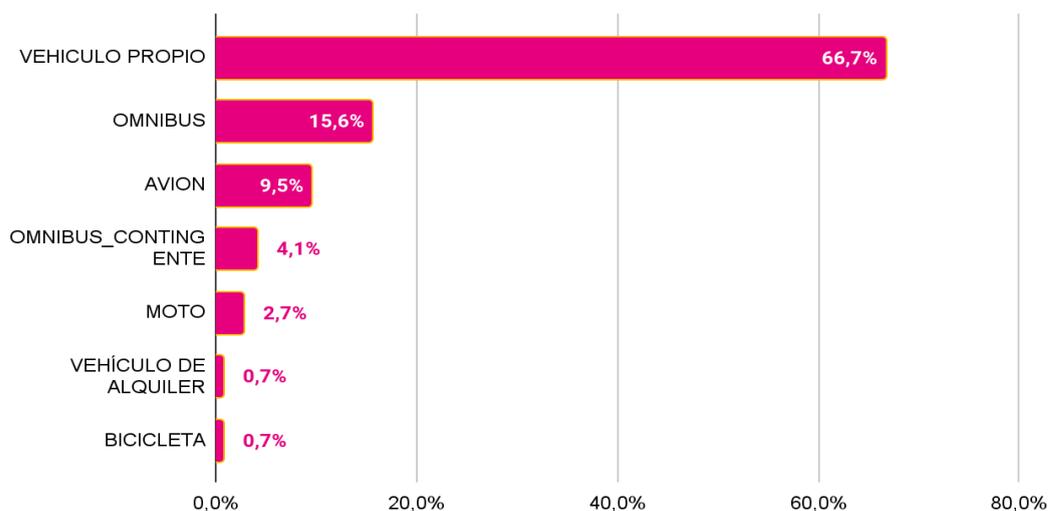


Respecto al grupo de viaje, los datos muestran que el **38.1%** de los viajeros optaron por disfrutar de su viaje **en compañía de sus familias**, mientras que casi igualmente de populares fueron los **viajes en pareja, que representan el 37.4% del total**. Por otro lado, un **16.3%** de los viajeros prefirieron hacerlo **en compañía de amigos**, buscando disfrutar de la camaradería y la diversión compartida. Una minoría representada por el **5.4%** **optó por viajar de forma individual** y en solitario, y, finalmente nos encontramos con un **2.7%** de turistas que arribaron **con un grupo corporativo, de trabajo o estudio**.

La edad promedio de los visitantes es de 48 años, y en este sentido no se observan cambios sustanciales.

C) Medio de Transporte:

MEDIO DE TRANSPORTE



Los resultados indican que el **66.7% de los visitantes optaron por utilizar su propio vehículo**, lo que sugiere una preferencia por la flexibilidad y comodidad que ofrece esta modalidad de transporte. En segundo lugar, **el 15.6% de los visitantes eligieron el ómnibus**, señalando una opción viable para aquellos que buscan alternativas económicas.

El transporte aéreo representó el 9.5% de los viajes a nuestra ciudad, lo que demuestra que una parte significativa de los visitantes proviene de distancias más lejanas y opta por la rapidez y conveniencia que ofrece el avión. Además, se observa que el **4.08% de los visitantes llegaron en ómnibus de contingentes**, indicando la presencia de grupos organizados o tours, y por último, aunque en menor medida, **el 2.72% de los visitantes utilizaron motocicletas**, mientras que el **0.68% optó por vehículos de alquiler y bicicletas como medio de transporte**. Estas opciones, aunque menos comunes, muestran una diversidad de preferencias entre los viajeros y sugieren una apertura a modalidades alternativas de movilidad.

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