



**INFORME ESTADÍSTICO
FINDE XXL
ESTADÍSTICAS MUNICIPALES
DE TURISMO**

11 al 13 de octubre de 2024

1. Introducción

El presente informe tiene como objetivo proporcionar un análisis detallado de la actividad turística en el municipio durante el **fin de semana largo de octubre** del año 2024, comprendido entre los días 11, 12 y 13. Durante este período se analizarán diversos indicadores claves, tanto cuantitativos como cualitativos, tales como la tasa de ocupación hotelera, la estadía promedio, el perfil del visitante, la valoración del destino y el impacto económico de la actividad turística en la localidad.

2. Aspectos Metodológicos

Durante el análisis de resultados es importante contar con metodologías y técnicas sólidas, que permitan construir información confiable y posibilite la toma de decisiones asertivas. Las metodologías empleadas se decidieron en función de los diferentes aspectos y dimensiones de las unidades de análisis, considerando los recursos disponibles. A continuación se presenta un resumen de las consideraciones metodológicas.

Tasa de Ocupación Hotelera:

Es un indicador que mide el porcentaje de habitaciones ocupadas en alojamientos registrados, en relación con el total de habitaciones disponibles en el destino bajo estudio para un periodo predeterminado¹.

- Tipo de estudio: censal.
- Unidad de análisis: alojamientos registrados y habilitados por la autoridad de aplicación de la normativa provincial².
- Variables de investigación: categoría del establecimiento, disponibilidad de habitaciones y plazas, ocupación de habitaciones y plazas.
- Periodicidad del estudio: semanal.
- Instrumento de recolección de datos: encuesta telefónica.

Fórmula: ***Tasa de O.H. = (Σ Hab. ocupadas en el destino/ Σ Hab. disponibles en el destino)*100***

Impacto Económico:

Se trata de una estimación que se realiza sobre algunas variables de ingreso que alimentan el modelo. Se emplea a los fines de establecer una aproximación sobre el impacto económico que se genera en un destino durante en un periodo predeterminado, a partir de la actividad turística. Es importante mencionar que debe ser tratado y entendido con la premura que requiere cualquier indicador cuantitativo que resulte a partir de una estimación.

Para alimentar el modelo de estimación se utilizan datos numéricos de las siguientes variables:

- Sumatoria de plazas disponibles en el destino (solo de alojamientos registrados y habilitados)
- Duración del evento o periodo de análisis
- Sumatoria de pernoctes en oferta para el periodo
- Tasa de Ocupación Hotelera para el periodo
- Pernoctes consumidos
- Estadía promedio
- Sumatoria de turistas alojados en establecimientos registrados
- Proporción de excursionistas
- Sumatoria de visitantes arribados
- Gasto diario promedio estimado para el destino

¹ "Propuestas metodológicas para las encuestas de ocupación en alojamientos turísticos". Dirección Nacional de Mercados y Estadística - Subsecretaría de Desarrollo Estratégico. Ministerio de Turismo y Deporte. Dic 2021.

² Dirección Provincial de Calidad Turística - Ministerio de Cultura, Turismo y Deporte. Gobierno de Catamarca

Perfil del Visitante:

Se trata de un estudio para la caracterización de la demanda turística o del perfil del visitante, y constituye un insumo esencial para conocer características generales de las personas que arriban a nuestro destino con fines turísticos. Abordar este estudio tiene complejidades particulares desde el punto de vista de la metodología de investigación y teoría estadística, por lo que es necesario clarificar algunas cuestiones:

- Tipo de estudio: muestral
- Universo teórico: visitantes arribados al destino San Fernando del Valle de Catamarca.
- Población objetivo: visitantes³ que se encuentren presentes en los principales atractivos turísticos y centros de informes de gestión municipal.
- Unidad de análisis: visitantes.
- Unidad de relevamiento: grupos de viaje que se encuentren presentes en los principales atractivos turísticos y centros de informes de gestión municipal.
- Informante: cualquier integrante del grupo de viaje en condiciones y con la predisposición de brindar información.
- Selección muestral: muestra aleatoria simple sobre supuesto de población infinita
- Nivel de confianza: 90%
- Margen de error estadístico: 3%
- Dispersión en la variable a estimar: 50%
- Ecuación para establecer tamaño de la muestra⁴: $N = (Z^2 PQ) / E^2$
- Principales variables de investigación: procedencia, grupo de viaje, motivo de visita, edad promedio, medio de transporte, valoración de aspectos diversos del destino, etc.
- Instrumento de recolección de datos: encuesta presencial.

³ Revisar la literatura específica para clarificar sobre las limitaciones conceptuales necesarias en estudios de perfil del visitante.

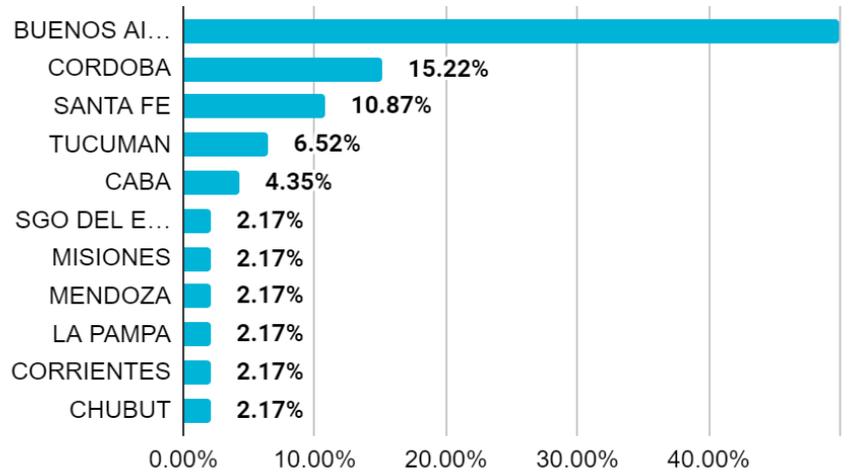
⁴ N = tamaño de la muestra. Z = valor estandarizado para el nivel de confianza deseado. P = proporción estimada (o la probabilidad del suceso). E = margen de error porcentual deseado dividido por 100

3. Impacto Económico

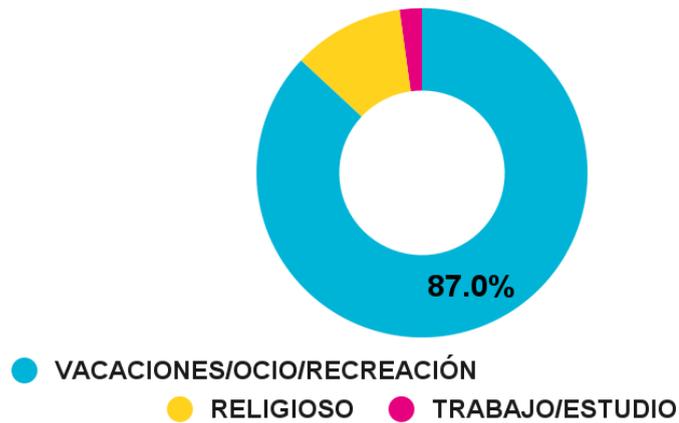


4. Perfil del visitante

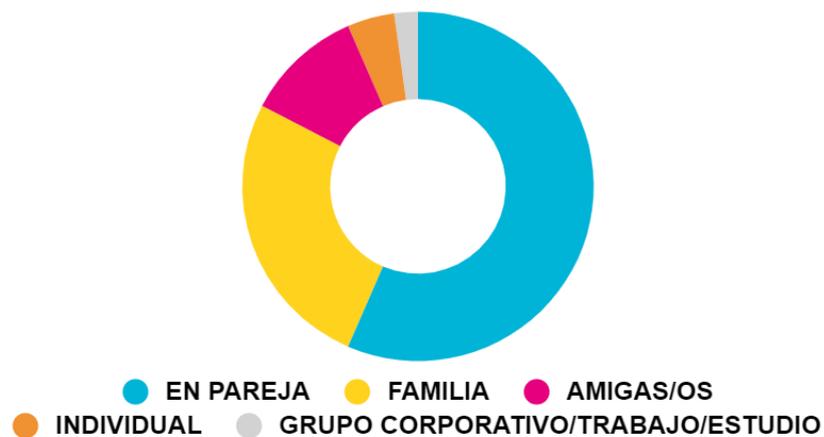
PROVINCIA DE ORIGEN



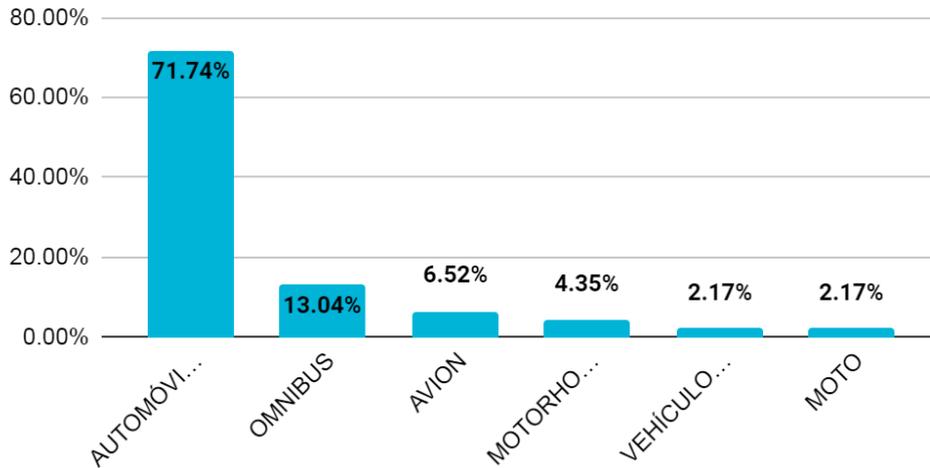
MOTIVO DE SU VISITA



GRUPO DE VIAJE

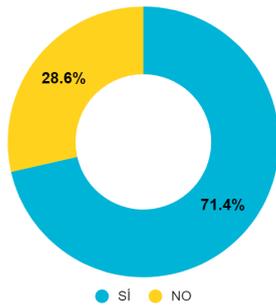


MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

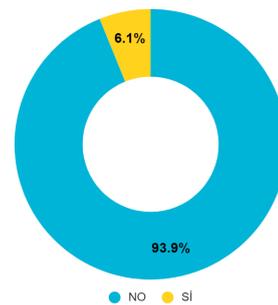


5. Valoración del destino

¿VISITA LA CIUDAD POR PRIMERA VEZ?



¿PENSÓ EN OTROS DESTINOS ANTES QUE EN SFVC?



PROCEDENCIA	SERVICIOS DE ALOJAMIENTO	SERVICIOS DE GASTRONOMÍA	COMERCIOS EN GENERAL	RELACIÓN CALIDAD/PRECIO DEL DESTINO	HOSPITALIDAD /TRATO RECIBIDO	SEGURIDAD DEL DESTINO	INFORMACIÓN TURÍSTICA DISPONIBLE	SEÑALÉTICA Y CARTELERÍA DE ACCESO	OFERTA CULTURAL Y DE ENTRETENIMIENTO	ESTADÍA GENERAL EN EL DESTINO
NACIONAL	4.22	4.24	4.21	4.21	4.35	4.35	4.35	4.26	4.30	4.35

Escala de Valoración Cuantitativa:

- Entre 1,00 y 3,99
- Entre 4,00 y 4,29
- Entre 4,30 y 5,00

Escala de Valoración Cualitativa

- 1 = Muy Mala
- 2 = Mala
- 3 = Regular
- 4 = Buena
- 5 = Excelente

6. Ingresos y afluencias en atractivos y servicios

AFLUENCIAS EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORME - 11/10 AL 13/10 DE 2024

Atractivos - Centros de informes		Visitantes	Total General
Propios	Casa de SFVC	13	564
	Cabina de Informes	124	
	Pueblo Perdido de la Quebrada	156	
	Casa de La Puna	271	
Externos	Museo de la Ciudad - Casa Caravati	159	575
	Museo Adán Quiroga	127	
	Museo de la Virgen del Valle	289	

AFLUENCIA EN SERVICIOS - 11/10 AL 13/10 DE 2024

Actividad/Servicio	Asistentes	Total de asistentes
Bus Turístico	15	16
Bici Tour	1	
Bici Guiada	sin datos	
Free Tours	sin datos	
Kayak	sin datos	
Tirolesa	sin datos	
Astroturismo	sin datos	

Durante el fin de semana largo de octubre 2024, SFVC registró una Tasa de Ocupación Hotelera del 62%, una Estadía Promedio en el Destino de 2,5 días, un gasto diario promedio por turista de \$67.518 (según CAME) y un impacto económico total de \$ 356.766.036.

En comparación con el mismo fin de semana largo del año 2023 y considerando que en ése momento el evento tuvo una duración de cuatro días, la Tasa de Ocupación Hotelera fue -21,5% menor en términos generales, mientras que la Estadía Promedio en el Destino en esta ocasión fue apenas -3,8 menor.

En lo que respecta al **Perfil del Visitante** la dominancia estuvo dada por los **turistas nacionales** con el **100%**, de los que la **provincia de Buenos Aires (50%) se destacó** como la principal provincia de residencia de nuestros visitantes, **seguida por Córdoba (15,22%) y Santa Fé (10,87%)**.

El **principal motivo de visita** fue por **vacaciones, ocio y la recreación**, representando el **87%**. Las visitas por motivos **religiosos 11%** y **trabajo/estudio 2,17 %** también fueron comunes aunque con valores más bajos. En la composición de los **grupos de viaje, las parejas** fueron el grupo predominante con el **56,52%**, seguido por **familia con el 26,09%**, grupos de **amigos con el 10,87%** y los viajeros **individuales el 4,35%**. La mayoría de los turistas eligieron el **automóvil particular** como su principal **medio de transporte**, con un promedio del **71,74%**. Otros medios utilizados incluyeron el ómnibus (**13,04%**), avión (**6,52%**), motorhome (**4,35%**).

Si se hace un análisis de la **frecuencia de visitas**, este dato revela que una proporción significativa de turistas visitaron SFVC por primera vez. Un **71,43%** de los encuestados afirmó que era su primera visita a la ciudad, lo que sugiere que **las estrategias de promoción han sido efectivas en atraer a nuevos visitantes**.

La **competencia entre destinos turísticos** se reflejó en las respuestas de los visitantes. Sólo el **6,12%** de los encuestados consideró otros destinos antes de elegir SFVC, demostrando que el municipio se está consolidando como destino turístico emergente. Finalmente, la decisión de visitar SFVC fue influenciada por varios factores clave como **los atractivos y actividades para el turista como así también variedad de servicios para el turista**.

La **tabla de valoración del destino turístico**, que en este caso tomó la percepción de los visitantes de procedencia nacional (100%), destaca aspectos como **la hospitalidad, la información turística disponible, la seguridad del destino** como así también la **oferta cultural y de entretenimiento y estadía general del destino** con un puntaje de **4,35**, una valoración **buena** por parte de los visitantes. Con una valoración **regular**, con puntos que van desde **4,21** hasta **4,26**, se presentan en esta tabla de valoración los **servicios de alojamiento y gastronomía, comercios en general, relación calidad/precio del destino, señalética y cartelería de acceso**. En términos generales, la estadía global en el destino tiene una valoración bastante homogénea, lo que sugiere una **experiencia turística satisfactoria**.

Durante el fin de semana largo, la **afluencia de visitantes** a los principales atractivos y centros de informes de SFVC mostró los siguientes comportamientos. En cuanto a los **atractivos propios, Casa de La Puna** se destacó sobre el resto, mientras que en los **atractivos externos el Museo de la Virgen del Valle** recibió la mayor cantidad de visitantes.

En relación a los **servicios turísticos** regulares, el **"Bus Turístico"** fue el más utilizado.

*Equipo Técnico
Observatorio de Turismo Municipal*

*Dir. Gral. de Turismo
Sec. Turismo y Desarrollo Económico*

Municipalidad de La Capital