



INFORME SEMANA DE LA VIRGEN DICIEMBRE 2024

02 al 07 de diciembre de 2024

1. Introducción

El presente informe tiene como objetivo proporcionar un análisis detallado de la actividad turística en el municipio durante la **Semana de la Virgen** del año 2024, comprendido entre los días **02 al 07 de diciembre**. 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 pernóctes en oferta para el periodo
- Tasa de Ocupación Hotelera para el periodo
- Pernóctes 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:

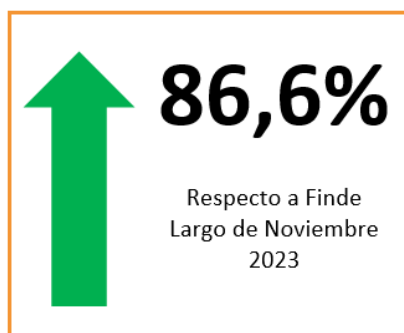
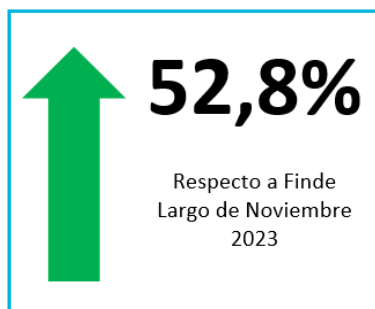
Se trata de un estudio para la caracterización de la demanda turística o del perfil del visitante, y constituye un insumo esencial para conocer características generales de las personas que arriban a nuestro destino con fines turísticos. Abordar este estudio tiene complejidades particulares desde el 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



VISITANTES ARRIBADOS

2.631

GASTO DIARIO PROMEDIO

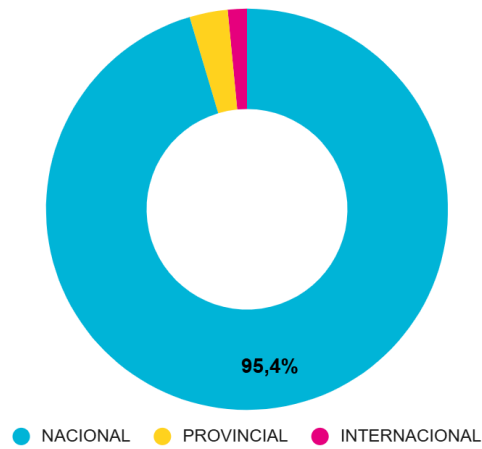
\$70.000

IMPACTO ECONÓMICO

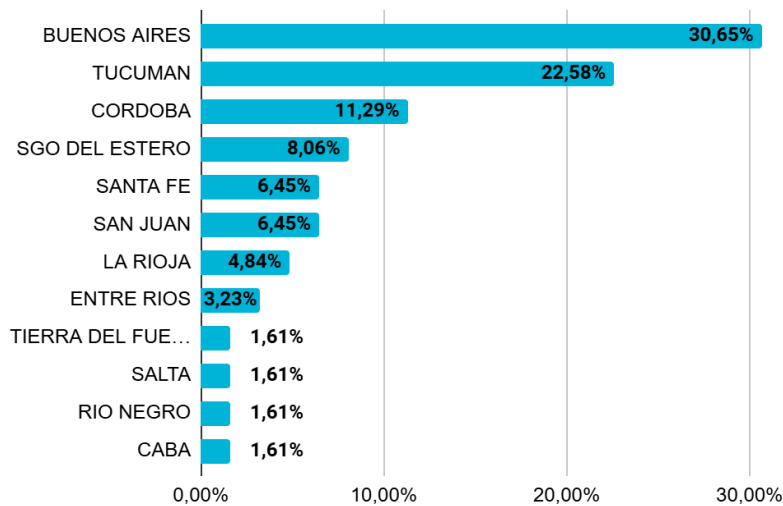
\$939.582.414

4. Perfil del visitante

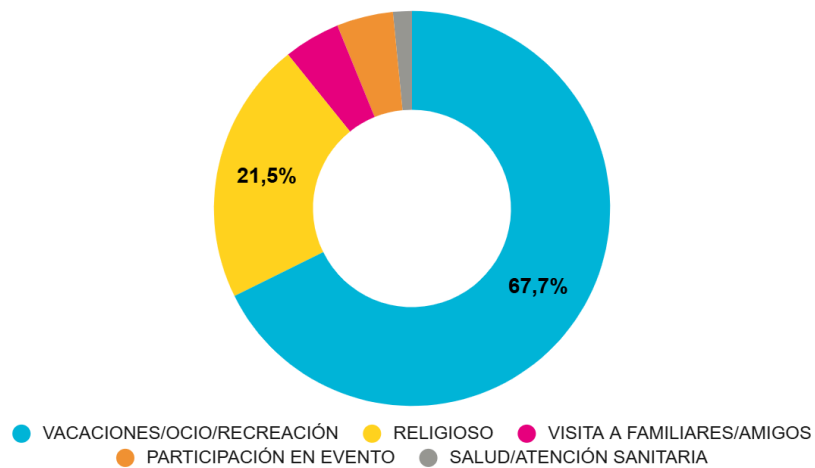
PROCEDENCIA



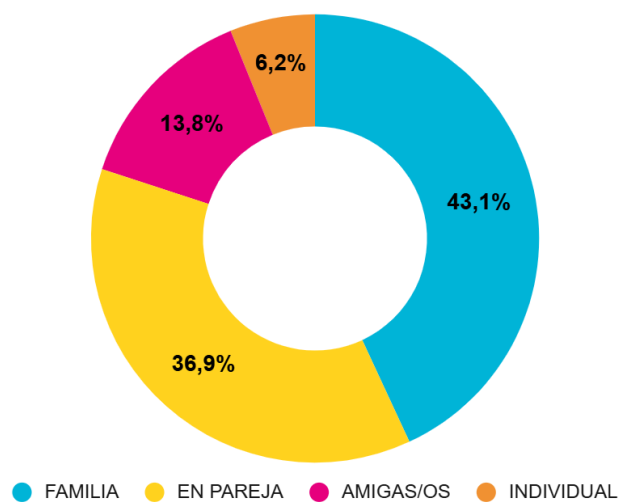
PROVINCIA DE ORIGEN



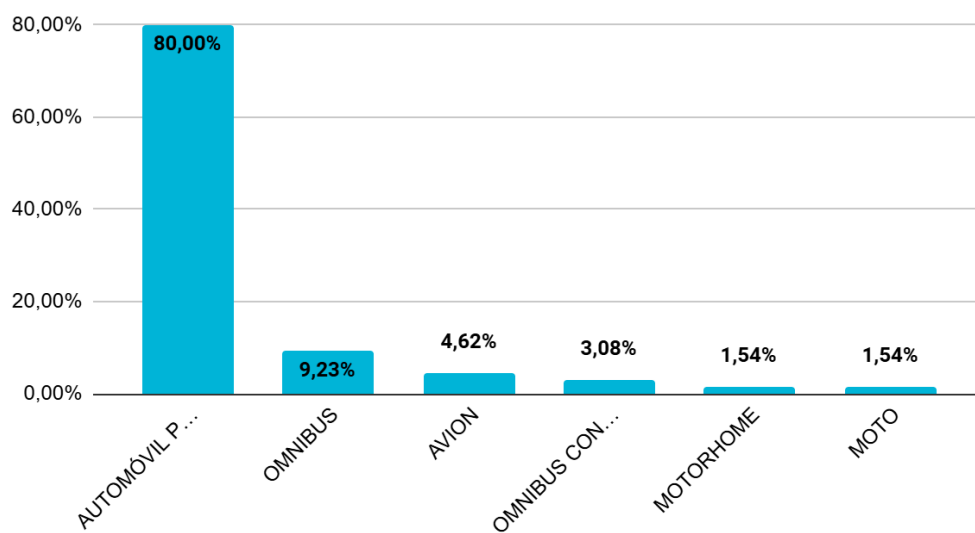
MOTIVO DE LA VISITA



GRUPO DE VIAJE

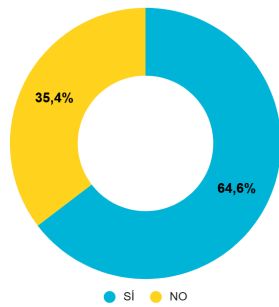


MEDIO DE TRANSPORTE

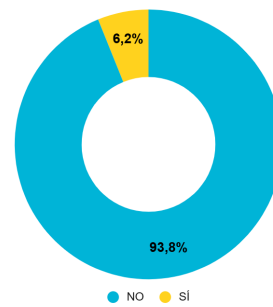


5. Valoración del destino

¿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
INTERNACIONAL	4,31	4,32	4,11	4,26	4,47	4,47	4,47	4,05	4,32	4,42
NACIONAL	4,19	4,16	4,08	4,07	4,40	4,26	4,29	4,01	4,19	4,23
PROVINCIAL	4,43	4,23	4,21	3,81	4,50	4,39	4,27	4,25	4,58	4,35
TOTAL	4,19	4,16	4,09	4,07	4,40	4,27	4,29	4,01	4,20	4,24

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 - 15/11 AL 18/11 DE 2024

Atractivos - Centros de informes		Visitantes	Total General	
Propios	Casa de SFVC	10	413	 -26,7% Respecto a FDSL de Octubre 2024
	Cabina de Informes	141		
	Pueblo Perdido de la Quebrada	168		
	Casa de La Puna	94		
Externos	Museo de la Ciudad - Casa Caravati	95	447	 -22,3% Respecto a FDSL de Octubre 2024
	Museo Adán Quiroga	110		
	Museo de la Virgen del Valle	242		

ACTIVIDADES ESPECIALES - 15/11 AL 18/11 DE 2024

ACTIVIDAD ESPECIAL PPQ			
Actividad	Residentes	Visitantes	Total General
Charla de Biodiversidad	5	0	5
Hunta killa, sanación en luna llena	15	0	15
Trekking por Pueblo Perdido y Parque Lineal	6	2	8
Noches estelares (astroturismo)	12	0	12
TOTAL	38	2	40

ACTIVIDAD ESPECIAL CDLP			
Actividad	Residentes	Visitantes	Total General
Trekking por la Sierra de Fariñango	4	0	4
Taller Gestión de Riesgos y Planificación en Actividades de Montaña	10	0	10
Taller de prácticas sustentables en actividades de montaña	13	0	13
Yoga al aire libre	12	12	24
Luna Gibosa Creciente y Saturno	0	0	0
Súper Luna de la cosecha en Tauro (astroturismo)	7	0	7
TOTAL	46	12	58

AFLUENCIA EN SERVICIOS - 15/11 AL 18/11 DE 2024

Actividad/Servicio	Asistentes	Total de asistentes
Bus Turístico	sin datos	40
Bici Tour	sin datos	
Bici Guiada	sin datos	
Free Tours	sin datos	
Kayak	21	
Tirolesa	sin datos	
Astroturismo	19	

Durante el fin de semana largo de noviembre 2024, SFVC registró una Tasa de Ocupación Hotelera del 48,9%, una Estadía Promedio en el Destino de 2,8 días, un gasto diario promedio por turista de \$70.000 (según Ministerio de Cultura, Turismo y Deporte) y un impacto económico total de \$939.582.414.

La ocupación hotelera mostró un aumento significativo del **52,8%** entre el fin de noviembre de 2023 y 2024, pasando de **32%** a **48,9%**, lo que refleja una mejora en la demanda interanual. Sin embargo, al comparar noviembre 2024 con octubre 2024, hubo una caída del **21,1%**, pasando de **62%** a **48,9%**. Por otro lado, la estadía promedio creció notablemente un **86,6% si comparamos con el mismo fin de semana largo del año 2023**, pasando de **1,5 días** a **2,8 días**, lo que indica un éxito en la retención de visitantes. Entre el fin de semana largo de octubre y noviembre de 2024, la estadía promedio aumentó un **12%**, de **2,5 días** a **2,8 días**, consolidando una tendencia positiva aunque con un crecimiento más moderado. Estos datos resaltan avances interanuales importantes en el turismo, pero también la necesidad de ajustar estrategias para minimizar las caídas estacionales.

En lo que respecta al **Perfil del Visitante** la dominancia estuvo dada por los **turistas Nacionales** con el (**95,38%**), **Provinciales** con el (**3,08%**), **Internacional** (**1,54%**). De las cuales una de las provincias más destacadas fue la **provincia de Buenos Aires (50%)** entre nuestros visitantes, **seguida por Tucuman con el (23%) Córdoba (11,29%) y Santiago del Estero (8,06%)**.

El **principal motivo de visita** fue por **vacaciones, ocio y recreación** representando el 68%, seguido de las visitas por motivos **religiosos (22%)** y **visita a familia (5 %)**. En la composición de los **grupos de viaje**, en **familia con el (43%)** fueron el grupo predominante, seguido por el de **las parejas (37%)**, grupos de **amigos con el (14%)** y los viajeros **individuales el (6,15%)**. La mayoría de los turistas eligieron el **automóvil particular** como su principal **medio de transporte**, alcanzando el **80%** del total analizado. Otros medios utilizados incluyeron el **ómnibus (9,23%)**, **avión (5%)**, **motorhome (2%)**.

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 **65%** 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 **6,15%** 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** 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 **4,40**, una valoración **buena** por parte de los visitantes. Con una valoración **regular**, con puntos que van desde **4,11** hasta **4,58**, se presentan en esta tabla de valoración los **servicios de alojamiento y gastronomía, comercios en general, relación calidad/precio del destino, señalética y cartelera 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, notamos una baja caída respecto al último fin de semana largo del mes de Octubre 2024. En cuanto a los **atractivos propios, Pueblo perdido** se destacó sobre el resto, mientras que en los **atractivos externos el Museo de la Virgen del Valle** recibió la mayor cantidad de visitantes.

Equipo Técnico

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