



## **INFORME: ESTUDIO DE DEMANDA TURISTICA 01-15 DE ENERO DE 2013.**

Siendo el sector turístico la actividad de mayor incidencia para el desarrollo de la ciudad de Villa Carlos Paz, el presente informe expone los resultados del estudio de demanda turística realizado del 01 al 15 del mes de Enero de 2013. En el mismo, se analiza aspectos tales como: procedencia, perfil de los visitantes, conformación y organización del grupo de viaje, medio de transporte utilizado para arribar al destino, fuente utilizada para informarse sobre la ciudad, tipología y forma de contratación del alojamiento, duración de la estadía promedio, estimación del gasto per cápita, actividades a desarrollar en la ciudad y nivel de satisfacción con los servicios y con el destino en general. A su vez, se incluye un apartado donde se evalúa la percepción de los visitantes sobre aspectos positivos y negativos de la ciudad, aportando sugerencias que permitan detectar situaciones críticas para su posible corrección. Por último, se realiza una estimación de la cantidad de visitantes y turistas que arribaron a la ciudad y la distribución de los turistas según el tipo de alojamiento. Estas estimaciones se han efectuado en base al indicador de los residuos sólidos urbanos.

El objetivo del estudio ha sido contar con información cuantitativa y cualitativa sobre las características de la demanda turística, con el fin de identificar potenciales segmentos de consumidores y servicios demandados, lo cual va a permitir focalizar las acciones de promoción turística para garantizar una mejor inversión de recursos y un incremento del turismo en destino.

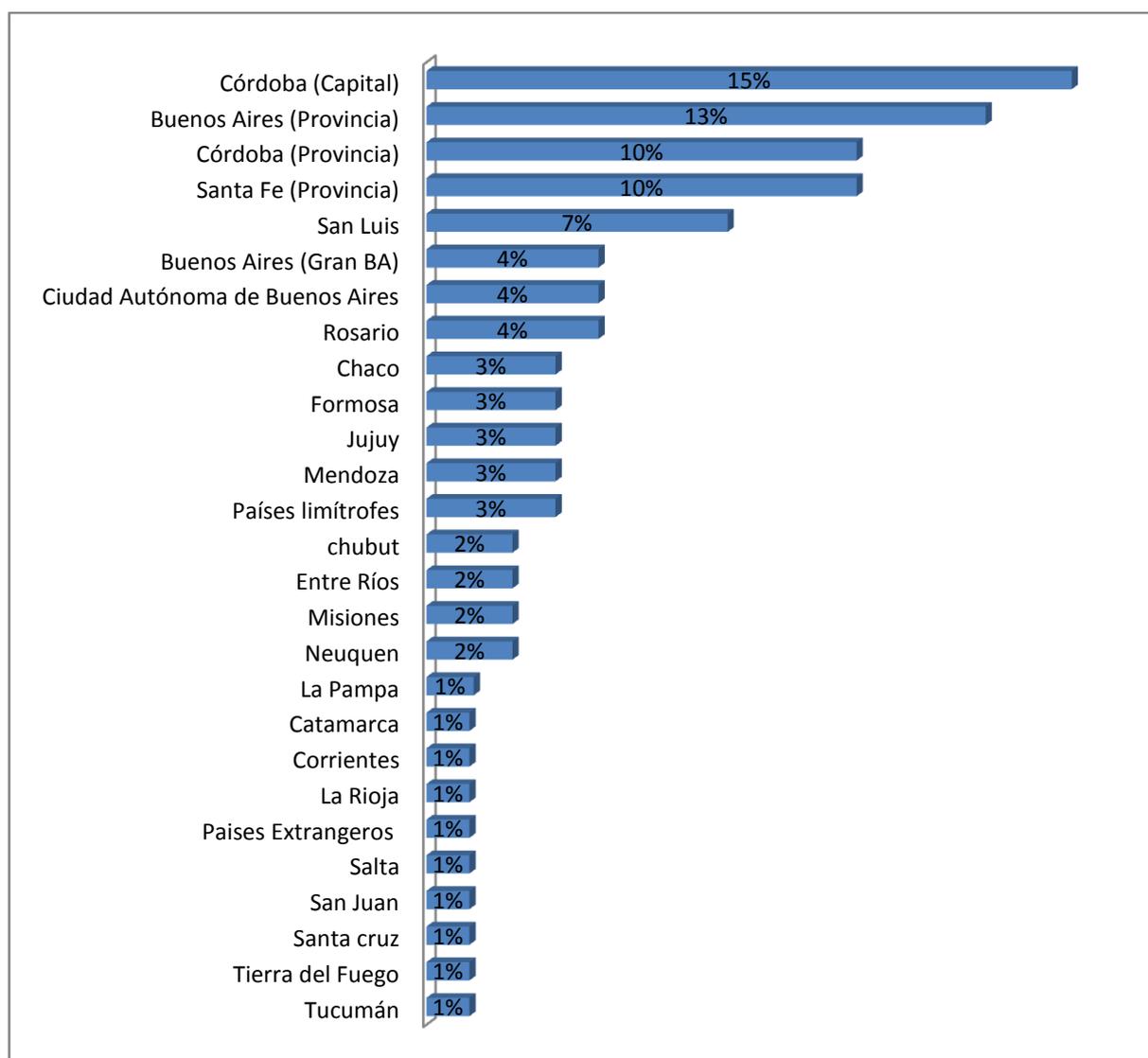
## **ASPECTOS METODOLÓGICOS**

- **Periodo relevado:** el relevamiento se realizó del 01 al 15 de Enero.
- **Ámbito geográfico:** los datos se tomaron en la ciudad de Villa Carlos Paz.
- **Unidad de análisis:** personas no residentes de la ciudad de Villa Carlos Paz visitando el destino.
- **Tamaño de la muestra:** 384 con un nivel de confianza del 95% y un error muestral de +/- 5%.
- **Cantidad de observaciones realizadas:** se realizaron un total de 384 observaciones, eligiendo a los entrevistados al azar mediante un muestreo aleatorio simple.
- **Puntos de relevamiento/observaciones:** lugares de mayor concentración turística como terminal de ómnibus, vía pública, centros de información turística, lugares de alojamiento y lugares de esparcimiento.

## **1. PROCEDENCIA**

En este apartado se analiza la distribución de los visitantes de acuerdo a su lugar de residencia. La mayor afluencia ha provenido de la Provincia de Córdoba con un 25% (interior provincial con un 10% y Córdoba Capital con un 15%), seguido por Buenos Aires con un 21% (Provincia con un 13%, Capital Federal con un 4% y Gran Buenos Aires con un 4%). Proceden con un 14% de la Provincia de Santa Fe (interior de la Provincia con un 10% y Rosario con un 4%). El 3% nos visitan de Mendoza. Con respecto al resto de las provincias, la afluencia desde las mismas no ha sido relevante.

# OBSERVATORIO TURISTICO

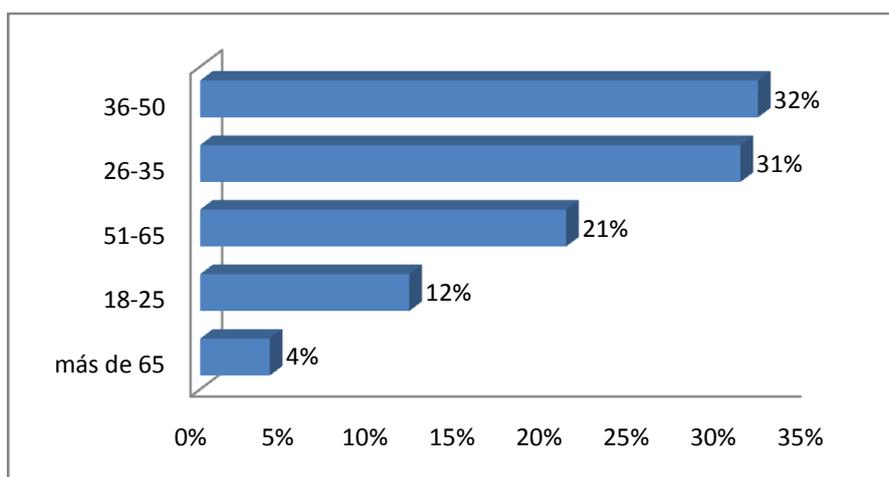


## 2. ANÁLISIS DEL PERFIL DEL VISITANTE

### 2.1. Edad

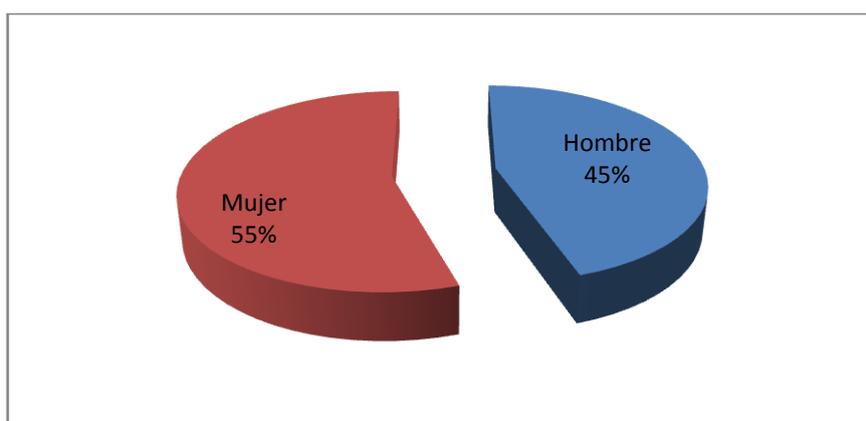
Del total de visitantes encuestados, la mayoría han sido adultos entre 36 y 50 años (32%), seguido por aquellos de 26 a 35 años (31%) y de 51 a 65 años (21%). El 12% ha manifestado tener entre 18 y 25 años de edad.

## OBSERVATORIO TURISTICO



### 2.2. Sexo

De los encuestados, el 55% ha sido mujer mientras que el 45% ha sido hombre. Los resultados se pueden visualizar en el gráfico de torta a continuación.

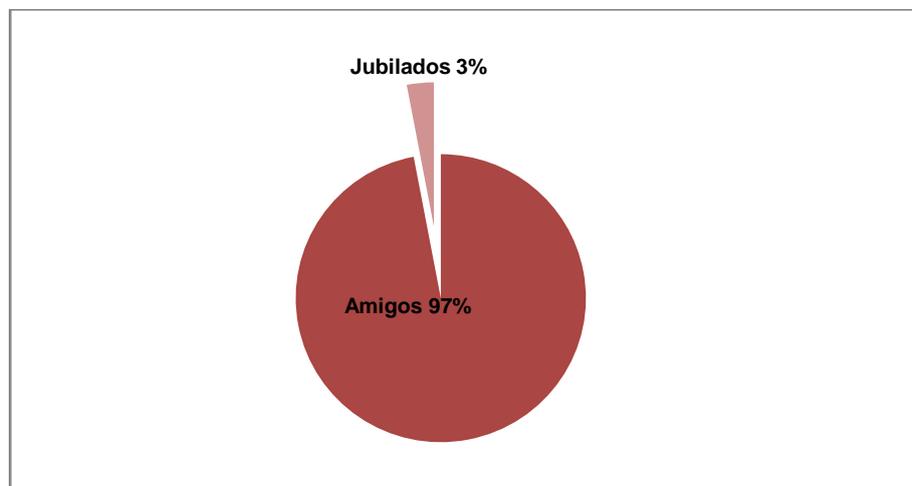
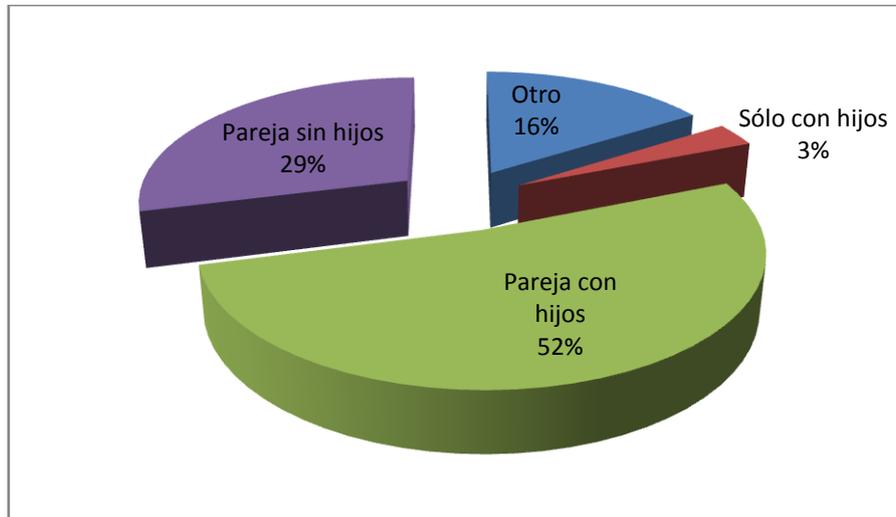


### 2.3. Conformación del grupo de viaje

En este punto, analizaremos el vínculo del grupo, donde la mayoría de los encuestados han manifestado venir principalmente en familia (76%), seguido por quienes han visitado la ciudad en grupo (17%) y por quienes han venido solos (7%). De los visitantes que han venido en familia, un 52% han sido parejas con hijos y un 29% parejas sin hijos. De los que han venido en grupo, el mismo se ha compuesto principalmente de amigos (97%). Los datos se pueden observar en los gráficos de torta a continuación.

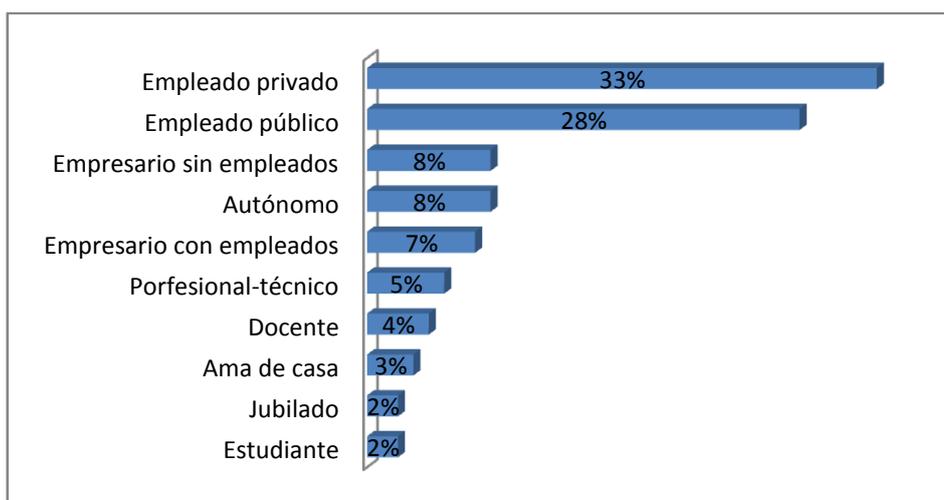
# OBSERVATORIO TURISTICO

---



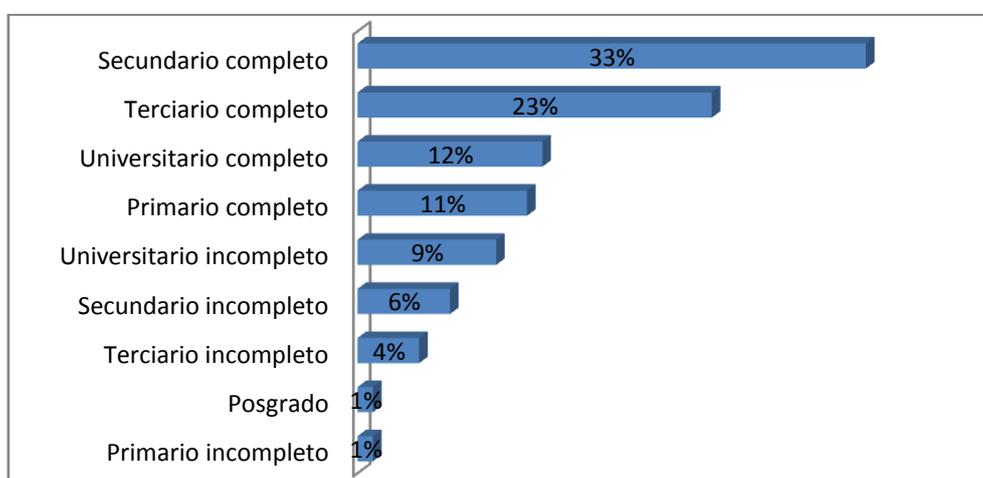
### 2.4. Ocupación del Jefe/a de familia

Del total de encuestados, el 33% son empleados del sector privado, seguido por el 28% que son empleados del sector público, el 8% son empresarios sin empleados y en igual proporción autónomos. El 7% se desempeñan como empresarios con empleados a cargo, el 5% son profesionales y/o técnicos, el 4% son docentes, el 3% son amas de casa y el remanente se divide entre jubilados y estudiantes (2% cada categoría). Los datos se pueden visualizar en el gráfico de barras a continuación.



### 2.5. Nivel de estudios

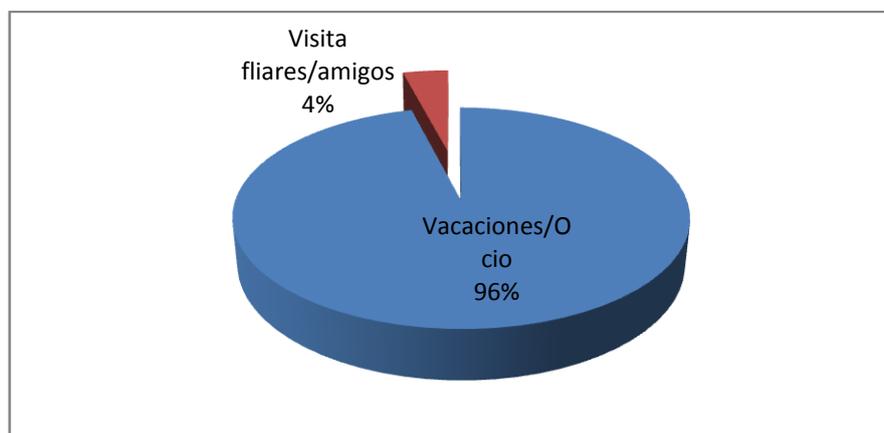
El nivel de instrucción es una variable que complementa el análisis de la variable ocupación. En este punto, se les ha preguntado a los encuestados sobre su máximo nivel de estudio alcanzado. De esta manera se obtuvo que el 33% manifestó haber completado sus estudios medios, seguido por el 23% que completó sus estudios terciarios y el 12% sus estudios universitarios.



## 3. ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

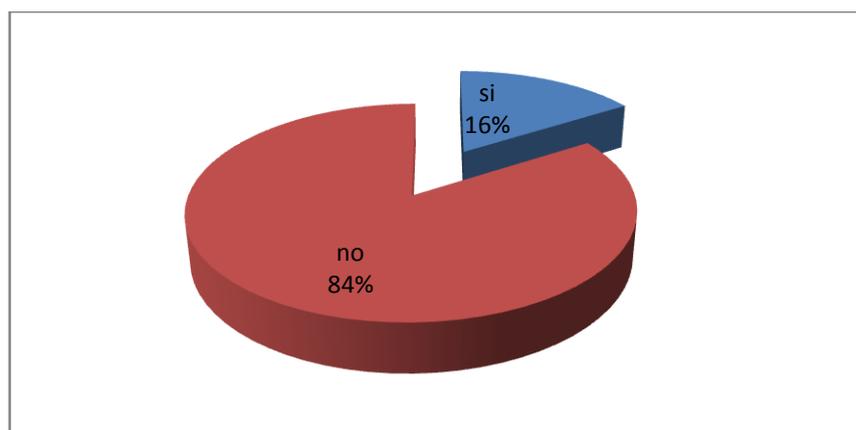
### 3.1. Análisis de los motivos de la visita

El 96% de los visitantes encuestados vinieron por motivo de ocio y/o vacaciones, el 4% de visita a familiares y/o amigos.



### 3.2. Frecuencia de la visita y si es la primera vez que visita el destino

En este punto, se ha indagado sobre si fue la primera vez que el encuestado había visitado la ciudad, y en caso de haber venido en otras oportunidades cuántas veces al año visitaba el destino. El 16% manifestó haber estado en la ciudad por primera vez, mientras que el 84% se encontraba repitiendo su visita. De los encuestados que suelen visitar la ciudad en repetidas ocasiones, afirmaron hacerlo en un promedio de 3 (tres) veces al año.

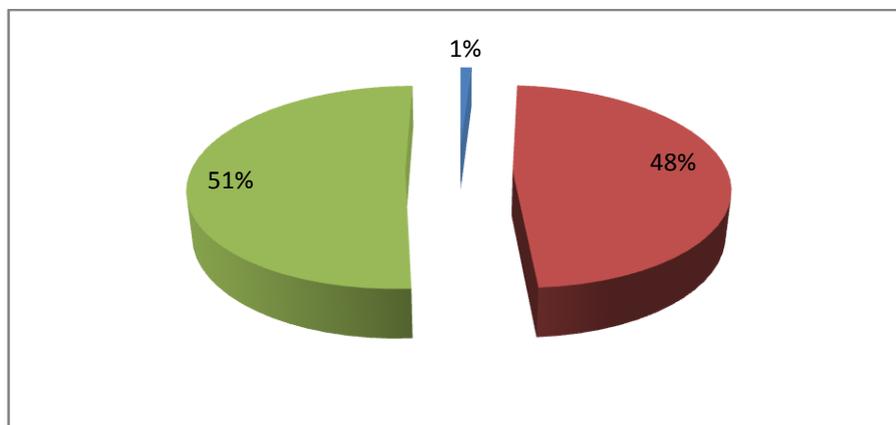


**CUANTAS VECES AL AÑO VISITA LA CIUDAD**

**3**

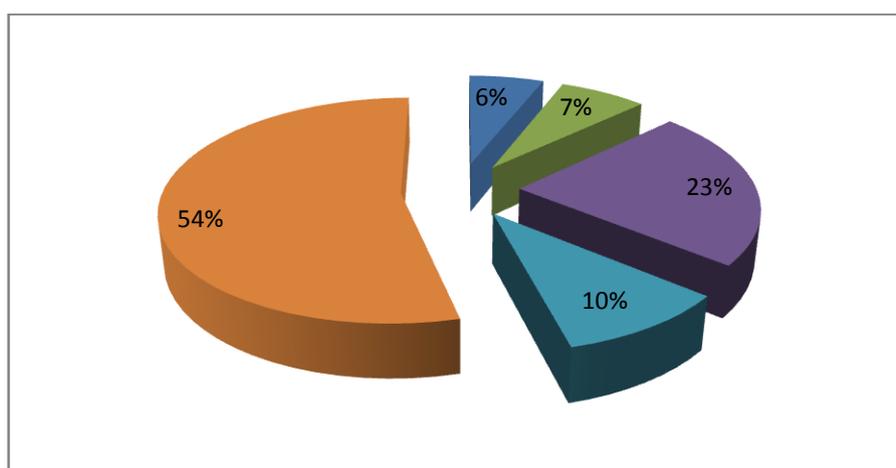
### 3.3. Medio de Transporte utilizado para el arribo a la ciudad

Del total de encuestados, el 51% ha expresado viajar en automóvil el 48% lo ha hecho en ómnibus, y un 1% ha utilizado el avión como medio de transporte para arribar a la ciudad.



### 3.4. Fuente de información sobre el destino Villa Carlos Paz

De los encuestados, el 54% afirmó haber conocido la ciudad con anterioridad, el 23% fue por recomendación, el 10% se informó vía internet, el 7% por radio y televisión y el 6% por otros medios. Es importante analizar dicha variable dado que sirve para evaluar indirectamente el impacto que tiene la promoción turística de la ciudad.

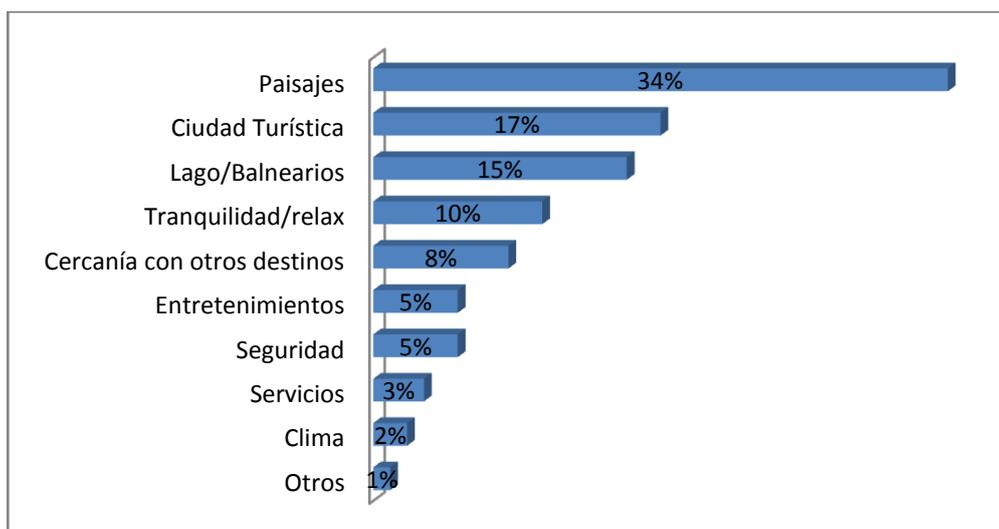


### 3.5. Motivos por lo que eligió la ciudad de Villa Carlos Paz

Del total de encuestados, el 34% manifestó que el principal motivo que influyó en la elección de la ciudad han sido los paisajes, seguido por un 17% que lo eligió por ser ciudad turística, el 10% por la tranquilidad que brinda el destino, el 8% por la cercanía a otros

## OBSERVATORIO TURISTICO

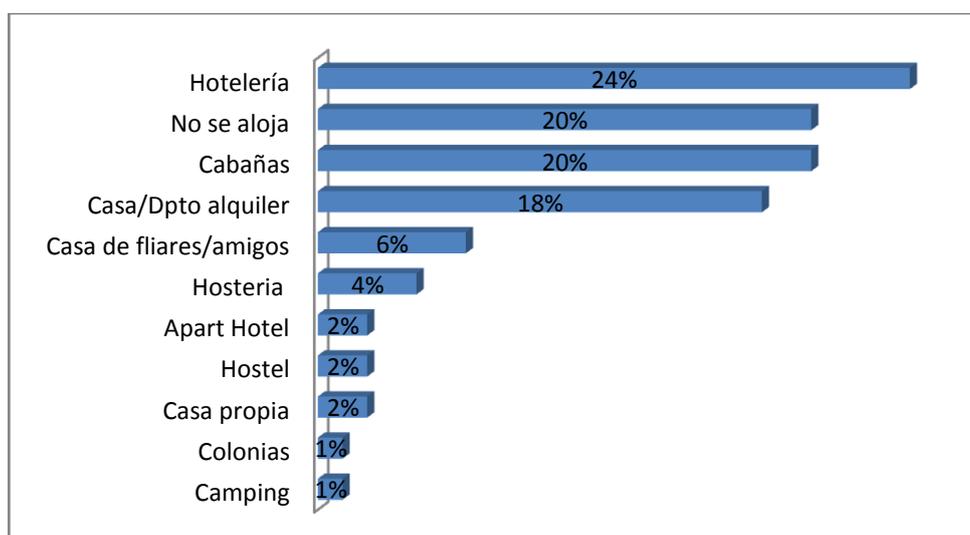
centros turísticos, el 5% por sus entretenimientos y seguridad, el 3% por los servicios que brinda, el 2% por el clima de la ciudad y un 1% por otros motivos.



### 4. ALOJAMIENTO

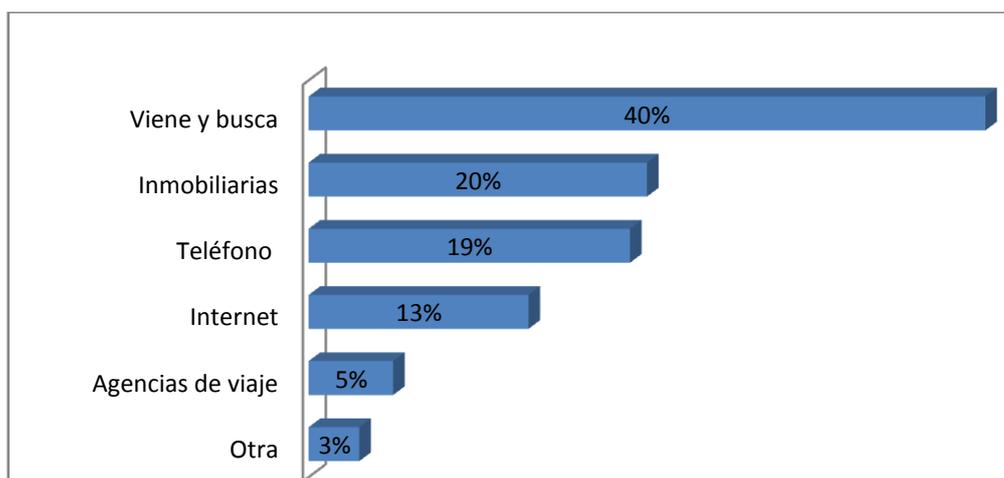
#### 4.1. Tipología del alojamiento

En este apartado se analiza la distribución de los turistas según el tipo de alojamiento seleccionado para hospedarse. El principal alojamiento utilizado por los turistas para este período analizado ha sido la hotelería (hotel, hostería, apart-hotel, hostel) con un 32%. El segundo tipo de alojamiento más utilizado han sido las cabañas con un 20%, seguido por las casas y/o departamentos en alquiler con un 18%, un 20% de la gente no se aloja en la ciudad. Por otro lado, tenemos un 2 % que se aloja en vivienda propia, un 1% se aloja en colonia de sindicatos, un 1% se aloja en camping.



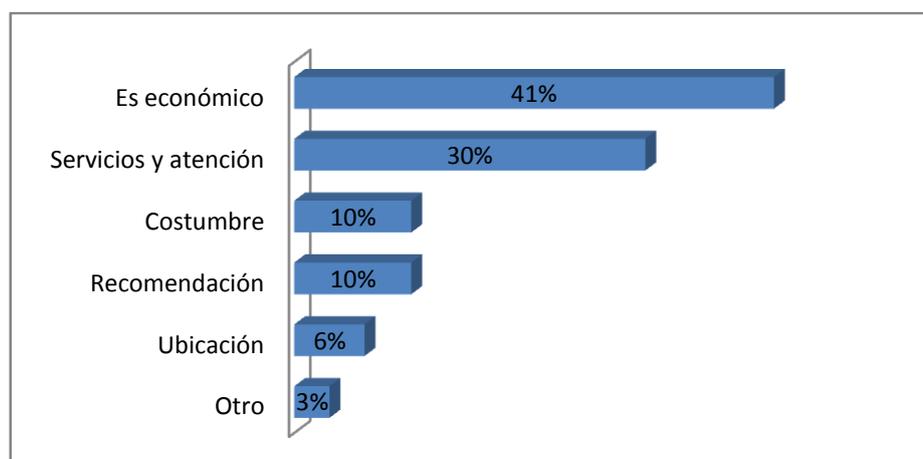
### 4.2. Forma de contratación del alojamiento

De los encuestados que contrataron alojamiento, el 40% de los turistas vienen y buscan, el 20% contrata por inmobiliaria, el 19 % fue contratado por teléfono, el 13 % contrata via internet, el 5% por agencia de viaje y un 3% contrataron por otros medios.



### 4.3. Motivos que influyeron en la elección del alojamiento

Del total de turistas encuestados que se han alojado en la ciudad, el 41% afirmó que el principal motivo que influyó en la elección del hospedaje es el precio económico, seguido por el 30% por la atención y el servicio que brindan, otro de los motivos con el 10% fue la costumbre, el 10% por recomendación, un 6% es por la ubicación y un 3% por otro motivo.



## OBSERVATORIO TURISTICO

---

### 4.4. Pernoctaciones

La cantidad de pernoctaciones ha sido de 5 noches, existiendo valores extremos de turistas que pernoctan 1 sólo día y aquellos que pernoctan 30 días. Teniendo en cuenta dichos valores, el promedio sería de 9 días, pero tomamos 5 días porque al existir estos valores tan extremos es conveniente trabajar con la mediana (valor más frecuente).

MES	DÍAS
01 al 15 de Enero	5

### 5. GASTO PER CÁPITA

#### 5.1. Tarifa en alojamiento por persona.

Los turistas encuestados, manifestaron haber gastado en alojamiento por persona y por día un promedio de \$150.

MES	GASTO
01 al 15 de Enero	\$150

#### 5.2. Gasto por persona y por día

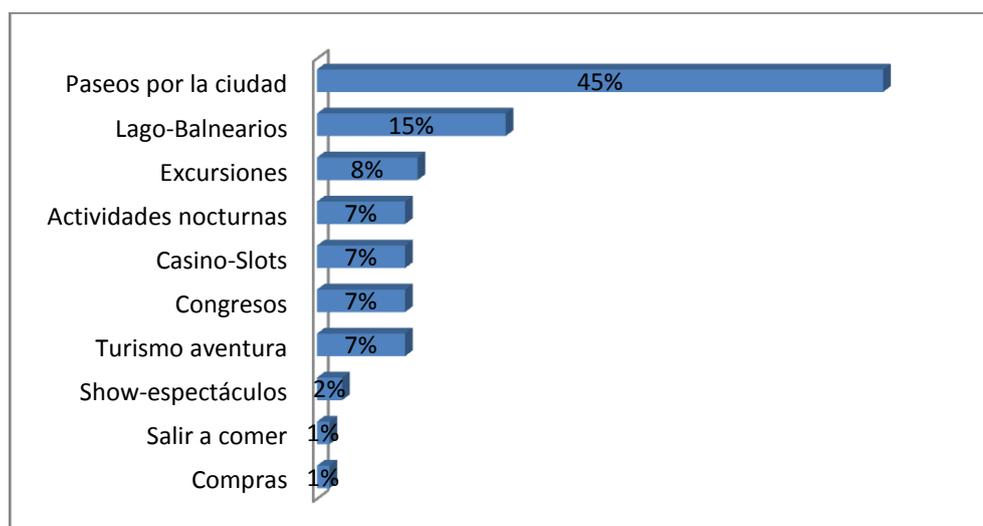
En este punto se busca evaluar el promedio de gasto que han realizado los visitantes en la ciudad por persona y por día, pero descontando el gasto en alojamiento. De esta manera, podemos analizar que el gasto promedio ha sido de \$379.

MES	GASTO
01 al 15 de Enero	\$379

## 6. ACTIVIDADES DURANTE LA ESTADÍA

### 6.1. Principales actividades que se realizan en la ciudad

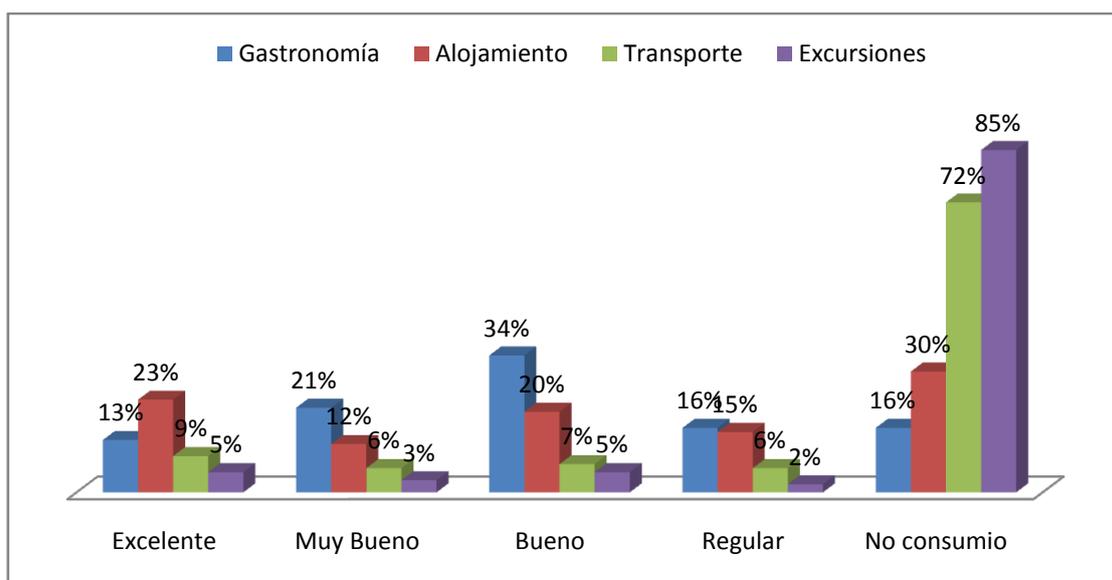
El 45% del total de los encuestados han manifestado realizar como principal actividad paseos por la ciudad, seguido por la visita al lago o a los balnearios con un 15%, la contratación de excursiones con un 8%, las actividades nocturnas, casino-slot, turismo aventura y congresos abarcan un 7%, los show-espectáculos rodean un 2% y por último salir a comer y/o de compras solo cuenta con un 1%.



## 7. NIVEL DE SATISFACCIÓN

### 7.1. Calificación de los servicios de la ciudad

A través de esta variable, se busca conocer la percepción de los encuestados sobre la oferta de servicios de la ciudad. Los visitantes han calificado a la gastronomía de la siguiente manera: muy buena (21%), buena (34%), excelente (13%), regular (16%) y no consumió (16%). El alojamiento ha recibido una calificación de excelente (23%), muy bueno (12%), buena (20%), regular (15%) y no consumió (30%). Con respecto al transporte, lo han valorado como bueno (7%), muy bueno (6%), excelente (9%), regular (6%) y no consumió (72%). Las excursiones, fueron calificadas como excelentes (5%), muy buenas (3%), buena (5%), regular (2%) y no consumió (85%). En suma, se puede observar en general una muy buena calificación de los servicios de la ciudad.



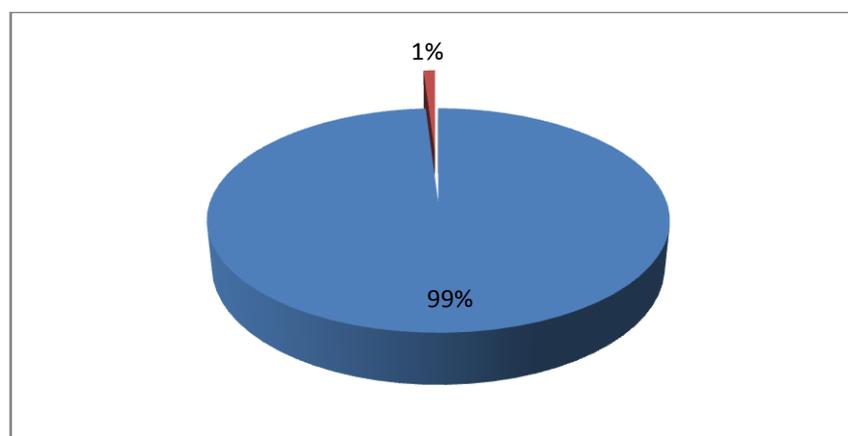
## 7.2. Calificación del destino Villa Carlos Paz

Cuando se les pidió a los encuestados que le dieran una puntuación a la ciudad de acuerdo a su nivel de satisfacción con la misma, Villa Carlos Paz recibió 8.88 puntos, destacándose la excelente valoración que los visitantes tienen de la ciudad como destino turístico.

<b>NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL CON EL DESTINO</b>	<b>8.88</b>
---	-------------

## 7.3. Intenciones de volver a la ciudad

Debido a que el nivel de satisfacción con la ciudad y con los servicios ofrecidos ha sido valorado como muy positivo, el 99% de los encuestados han manifestado su intención de querer volver a visitar la ciudad en otra oportunidad.



### 7.4. Satisfacción con la Ciudad de Villa Carlos Paz

Cuando se consultó a los visitantes sobre lo que más y lo que menos les gustó de la ciudad se ha respondido lo siguiente:

#### A. Lo que más les gustó

- Paisaje serrano
- Lago y balnearios
- Entretenimiento
- Tranquilidad y seguridad
- Gastronomía
- Centro

#### B. Lo que menos le gustó

- Precios altos
- Tránsito y señalización
- Falta de limpieza
- Infraestructura de la terminal de ómnibus.

## 8. ESTIMACIÓN DE LA CANTIDAD DE VISITANTES Y TURISTAS QUE ARRIBARON A VILLA CARLOS PAZ

### 8.1. Aspectos Metodológicos

- Estimación de la cantidad de visitantes basado en el indicador de los residuos sólidos urbanos (RSU)

### 8.2. Características del modelo estadístico utilizado

- Modelo determinístico.
- Variables intervinientes:
  - Ω RSU totales (por período evaluado) en [Tn/día]
  - Ω RSU unitario [kg/día/persona]
  - Ω Período total estudiado
  - Ω Estadía promedio del turista (por período evaluado) en [días]
- Análisis de Simulación y Sensibilidad aplicando el Modelo Monte Carlo.

### 8.3. Datos

RSU (*)			
PERÍODO	PROMEDIO [Tn]	FRECUEN CIA	AÑO
01-15 Enero	190	DIARIO	2013

## OBSERVATORIO TURISTICO

RSU GENERADA POR PERSONA (*)			
CANTIDAD MÍNIMA [Kg]	CANTIDAD MÁXIMA [Kg]	PROMEDIO [Kg]	FRECUEN CIA
1,070	1,100	1,085	DIARIA

(\*)Fuente: COTRECO

PROMEDIO DE ESTADÍA DE TURISTAS – PERNOCTACIONES (**)	5
--	---

(\*\*)Fuente: Encuestas a Concurrentes del Observatorio Turístico

### 8.4. Cálculos con datos COTRECO-OBSERVATORIO.

	CANTIDAD [PERSONA S]
PERSONAS PERMANENTES EN VCP SEGÚN REGISTRO CIVIL VCP	81.000

-DÍAS EVALUADOS: 15

-PERÍODO: 01 al 15 de Enero de 2013

## OBSERVATORIO TURISTICO

	CANTIDAD [PERSONAS]
PERSONAS QUE GENERAN RSU(por día) EN EL PERÍODO DEL 01 al 15 DE ENERO	175.115
PERSONAS QUE GENERAN RSU (por día) Y NO SON HABITANTES EN EL PERÍODO DEL 01al 15 DE ENERO	94.115
<b>TOTAL DE PERSONAS QUE VISITARON VCP EN EL PERÍODO DEL 01al 15 DE ENERO</b>	<b>282.345</b>

**De los cuales:**

DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO	
TIPO DE ALOJAMIENTO	CANTIDAD [PERSONAS]
HOTELERÍA	90.350
CABAÑAS	56.469
CASA O DEPARTAMENTO ALQUILADO	50.822
CASA DE FLIARES O AMIGOS	16.940
CASA PROPIA	5.647
CAMPING	2.823
<b>TOTAL</b>	<b>223.051</b>

El 32% de los turistas se aloja en hotelería

## OBSERVATORIO TURISTICO

---

	CANTIDAD [PERSONAS]
EXCURSIONISTAS (no pernoctan)	59.294

### 8.5. RESUMEN DE VISITANTES Y TURISTAS EN EL PERÍODO DEL 01 AL 15 DE ENERO DE 2013:

CONCEPTO	VISITANTES	TURISTAS
<b>TOTAL DE PERSONAS EN EL PERÍODO DEL 01 AL 15 DE ENERO 2013</b>	<b>282.345</b>	<b>223.051</b>