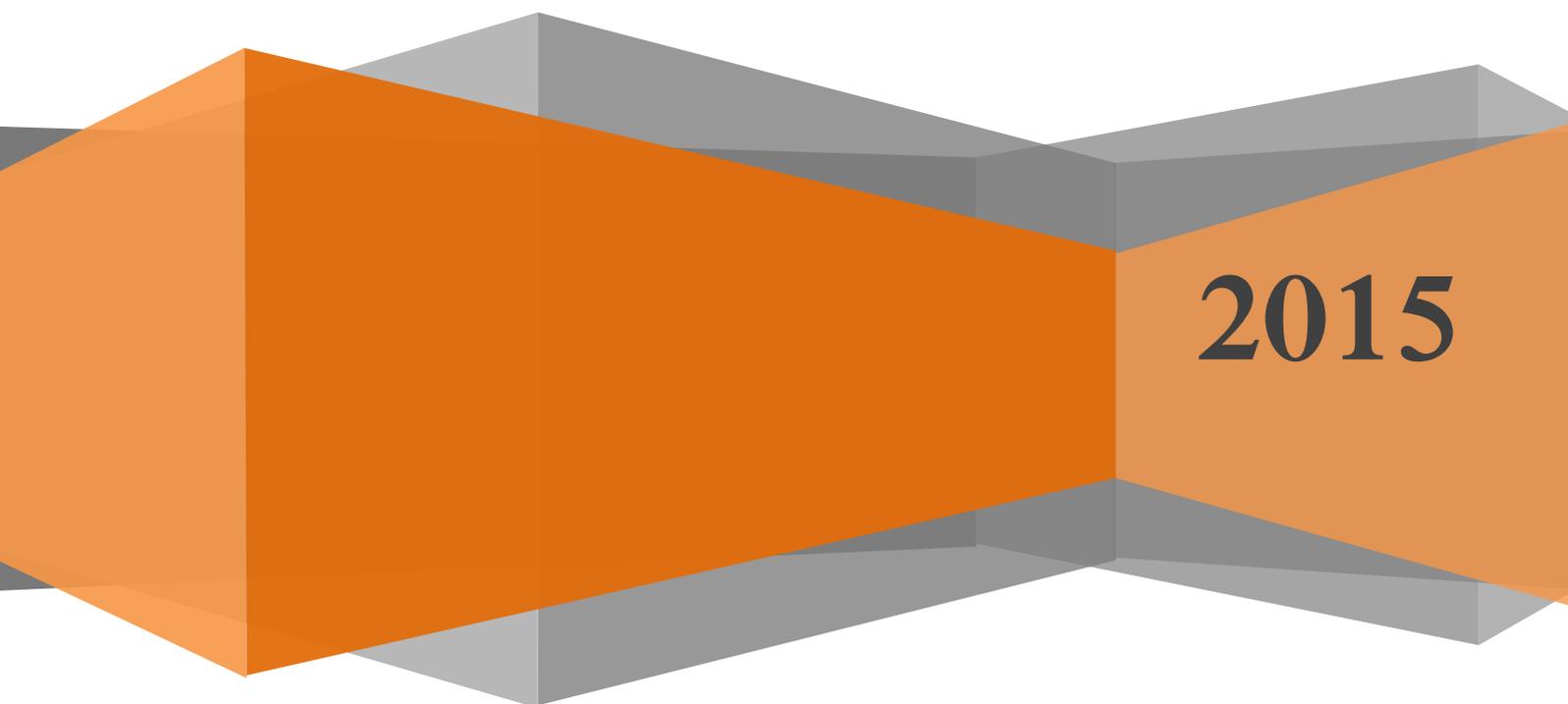




SECRETARIA DE TURISMO DE VILLA CARLOS PAZ  
Departamento de Estadísticas

# INFORME DE DEMANDA TURISTICA

Periodo comprendido: 01 al 15 de Febrero de 2015



2015

## 1. PRESENTACIÓN

El turismo en nuestra región se caracteriza por ser una de las actividades económicas de mayor incidencia en la formación del producto bruto interno. El mismo posee una capacidad excepcional de reactivación y un inmenso potencial en términos de creación de empleo y sostenibilidad. Considerando la importancia de estos aspectos y la incidencia del turismo en el crecimiento económico no solo de Villa Carlos Paz sino del país, se plantea indispensable contar con un estudio de demanda turística que plasme los aspectos fundamentales a estudiar a la hora del desarrollo de una política de promoción turística encaminada y con objetivos claros. Es evidente, que sólo conociendo a fondo las características de la oferta y demanda estaremos en condiciones de generar productos que tiendan a la satisfacción de los visitantes.

Atendiendo a dicha necesidad, se expone a continuación el Informe de Demanda Turística correspondiente al periodo 01 al 15 de Febrero de 2015. En el mismo, se analizan 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 el destino.

## 2. ENFOQUE METODOLÒGICO

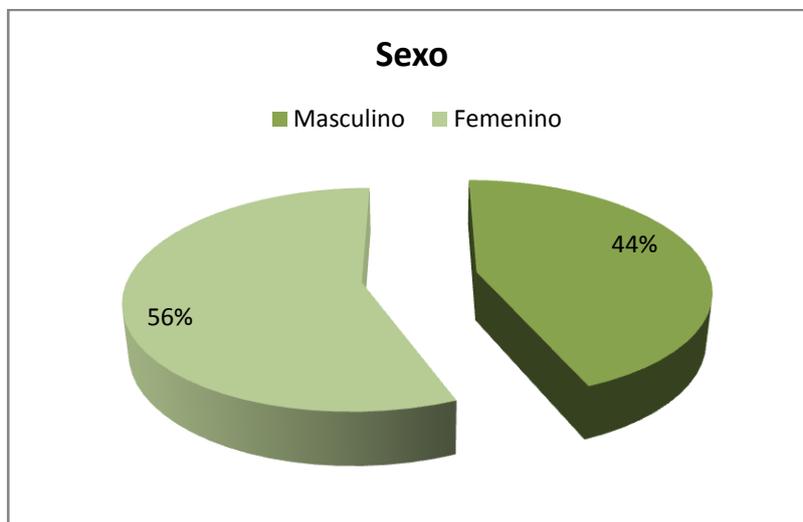
- Periodo relevado:** el relevamiento se realizó del 01 al 15 de Febrero de 2015.
- Ámbito geográfico:** los datos fueron recabados en la ciudad de Villa Carlos Paz.
- Unidad de análisis:** personas no residentes de la ciudad de Villa Carlos Paz visitando el destino.
- Tamaño de la muestra:** 384 con un nivel de confianza del 95% y un error muestral de +/- 5%.
- Cantidad de observaciones realizadas:** se realizaron un total de 716 observaciones, eligiendo a los entrevistados al azar mediante un muestreo aleatorio simple.
- Puntos de relevamiento/observaciones:** sitios de mayor concentración turística como; terminal de ómnibus, vía pública (Costanera, Aerosilla, Reloj Cu-Cu, entre otros), centro de la ciudad y oficinas de información turística.

## 3. ANÁLISIS DE RESULTADOS OBTENIDOS EN LAS ENCUESTAS REALIZADAS A VISITANTES PARA MEDIR EL GRADO DE SATISFACCIÓN.

### 3.1 Perfil demográfico

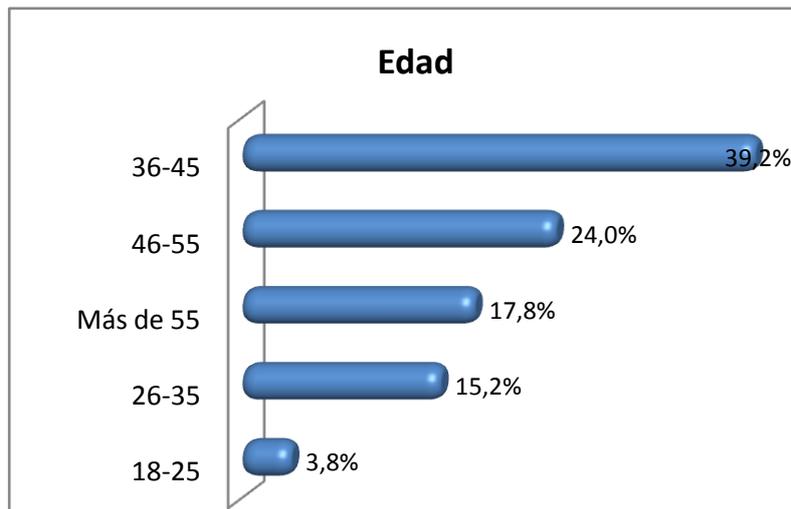
#### 3.1.1 Sexo

De los encuestados, el 56% es de sexo femenino mientras que el 44% es de sexo masculino. Los resultados se pueden visualizar en el gráfico de torta a continuación:



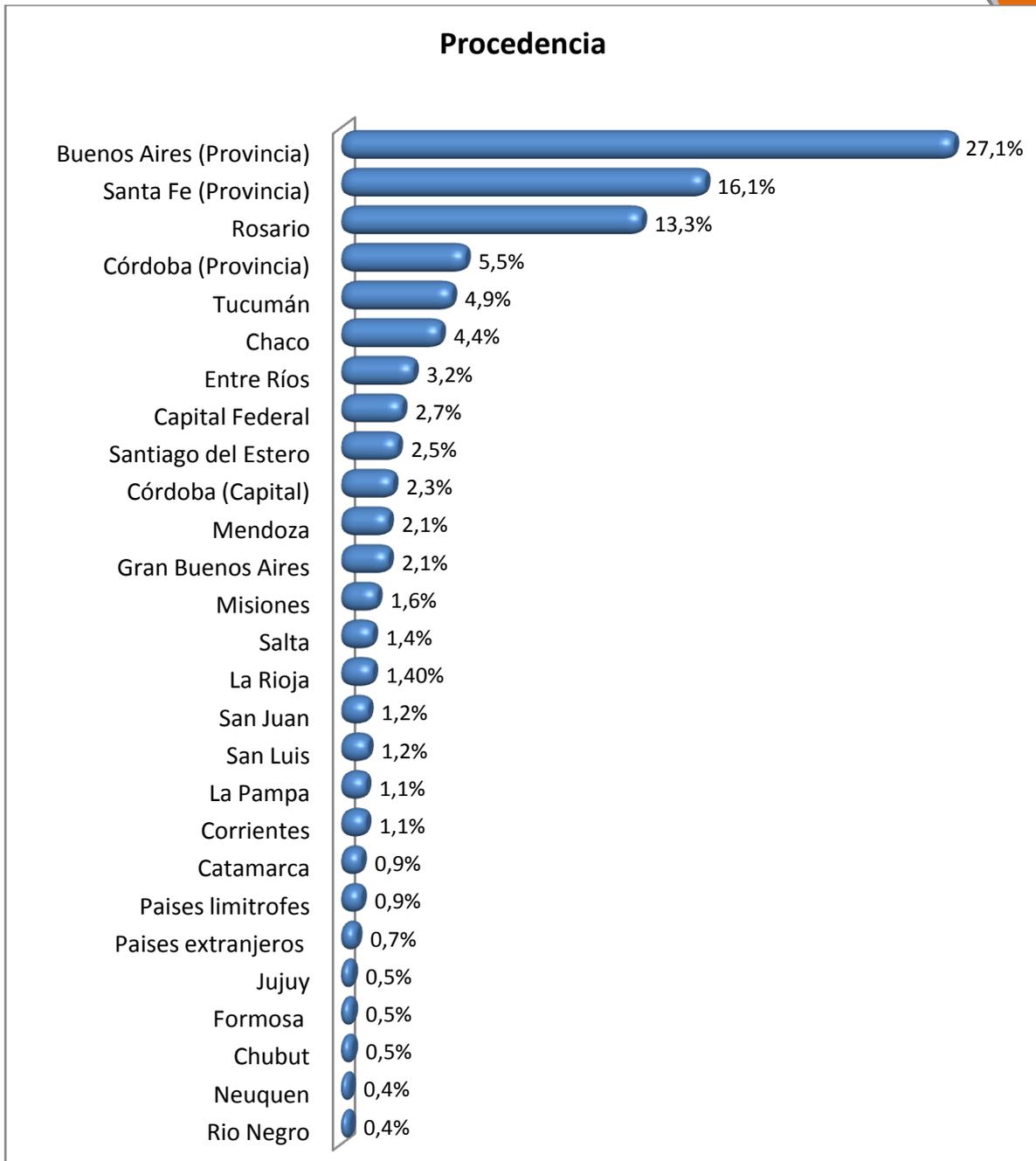
### 3.1.2 Edad

Del total de visitantes encuestados, la mayoría han sido adultos entre 36 a 45 años (39.2%), seguido por aquellos de entre 46 y 55 años (24%) y los que tienen más de 55 años (17.8%). El 15.2% ha manifestado tener entre 26 y 35 y el 3.8% entre 18 a 25 años.



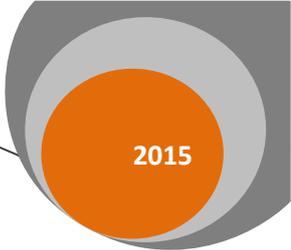
### 3.1.3 Procedencia

Dicha variable nos permite analizar la distribución de los visitantes de acuerdo a su lugar de residencia. La mayor afluencia ha procedido de Buenos Aires con un 31.9%(Provincia 27.1%, Capital Federal 2.7% y Gran Buenos Aires 2.1%), de Santa Fe con el 29.4% de los casos (Provincia 16.1% y Rosario con un 13.3%) y de Córdoba con el 7.8% (Provincia 5.5% y Capital 2.3%). El 4.9% nos visitan de Tucumán y el 4.4% de Chaco. Con respecto al resto de las provincias, la afluencia desde las mismas no ha sido relevante.



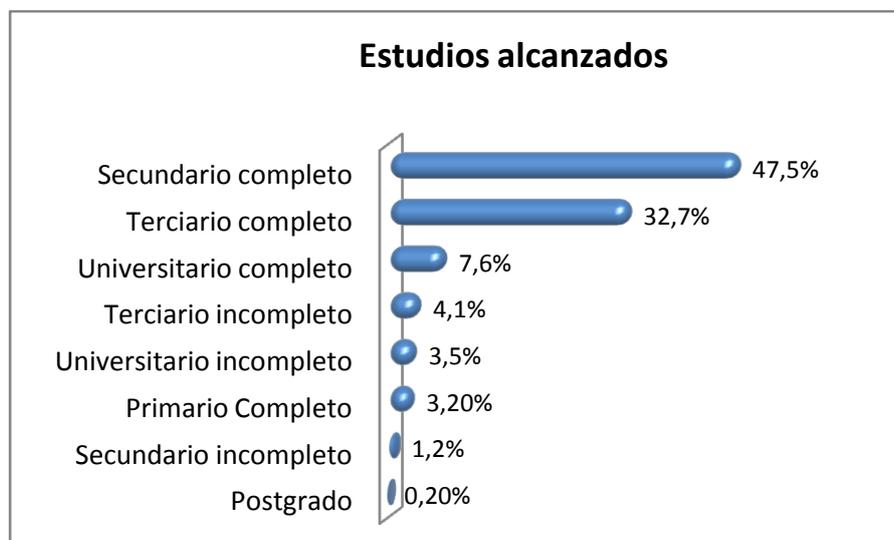
### 3.1.4 Ocupación del Jefe/a de familia

Del total de encuestados, el 44.3% son empleados (del sector público y privado), el 14.5% son profesionales/tecnicos y el 11% comerciantes. El 10.1% de los entrevistados son jubilados y el remanente se distribuye entre docentes, amas de casa, independientes, estudiantes, personas dedicadas a la Actividad Agropecuaria y directivos/gerentes/funcionarios. Los datos se pueden visualizar en el gráfico de barras a continuación.

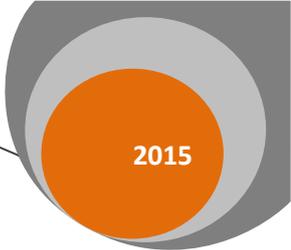


### 3.1.5 Grado de instrucción

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 47.5% manifestó haber completado sus estudios secundarios, seguido por el 32.7% que completó sus estudios terciarios y el 7.6% sus estudios universitarios.

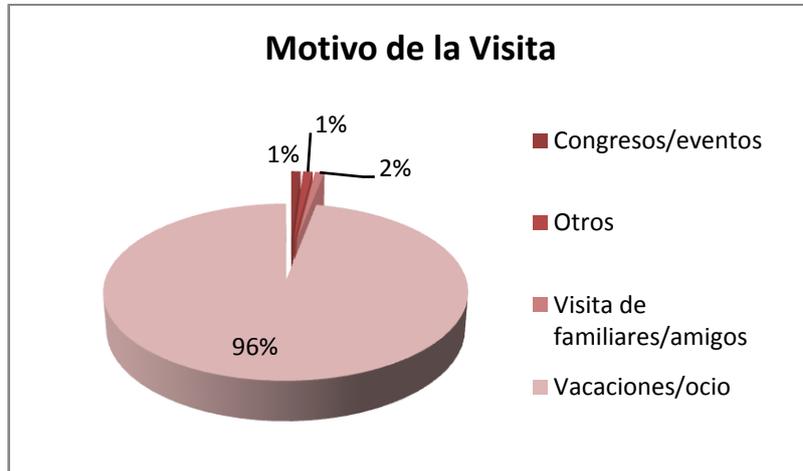


## 3.2 Motivo principal de la visita



**3.2.5 Análisis de los motivos de la visita**

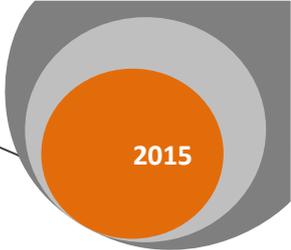
Los datos recolectados revelan que el 96% de los visitantes que arribaron a la ciudad lo hicieron con motivo de “Vacaciones/Ocio”. Luego le sigue en importancia el motivo Visita de familiares/amigos (2%), y Otros motivos (1%).



**3.2.6 Factores/ elementos que contribuyeron a la elección del destino.**

Del total de encuestados, el 31.5% eligió el destino por ser una ciudad turística, seguido por el 28.8% que lo selecciono por los paisajes serranos y el 9.5% por la tranquilidad y posibilidad de relax que brinda el destino. El 8.7% lo hizo por el Lago/Balnearios, el 6.4% por la oferta teatral, el 6% por la cercanía con otros destinos, el 2.5% por los servicios ofrecidos, el 2% por los entretenimientos que se ofrecen, el 1.6% por seguridad y el 1% por el clima.





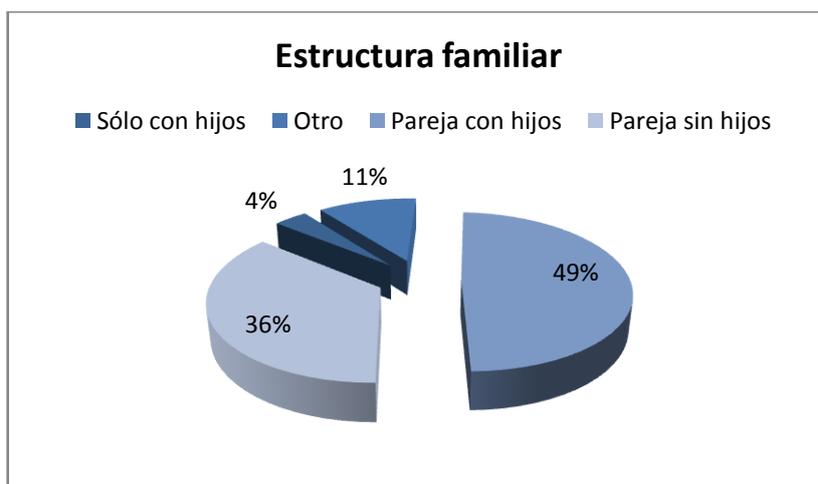
### 3.3 Características y Organización del viaje

#### 3.3.1. Conformación del grupo de viaje

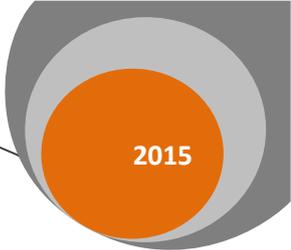
En este punto, analizaremos el vínculo del grupo, donde la mayoría de los encuestados han manifestado venir principalmente en familia (88%), seguido por quienes han visitado la ciudad en grupo (10%) y por quienes han venido solos (2%).



De los visitantes que han venido en familia, un 49% han sido parejas con hijos y un 36% parejas sin hijos.

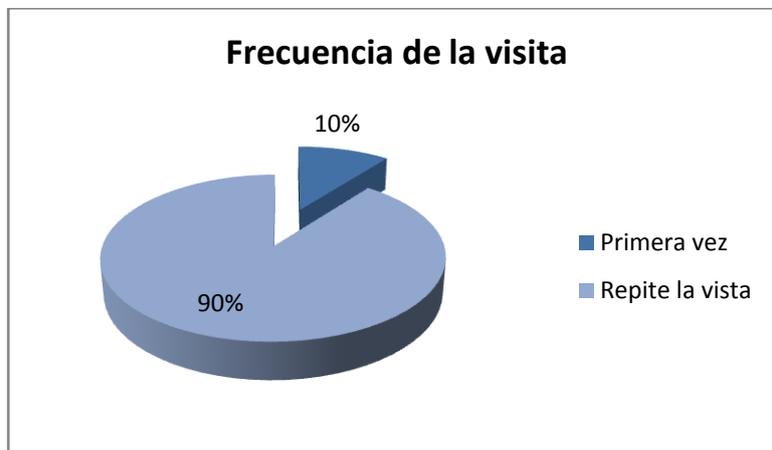


De los que han venido en grupo, el mismo se ha compuesto principalmente de amigos (90% de los casos).



**3.3.2 Frecuencia de la visita y si es la primera vez que visita el destino**

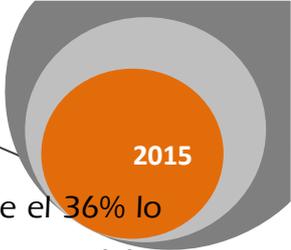
En este punto, se ha indagado sobre si fue la primera vez que el encuestado había visitado la ciudad, y en caso de haber venido en otras oportunidades cuántas veces al año visitaba el destino. El 10% manifestó haber visitado la ciudad por primera vez, mientras que el 90% se encontraba repitiendo su visita. De los encuestados que suelen visitar la ciudad en repetidas ocasiones, afirmaron hacerlo en un promedio de **2(dos) veces** al año.



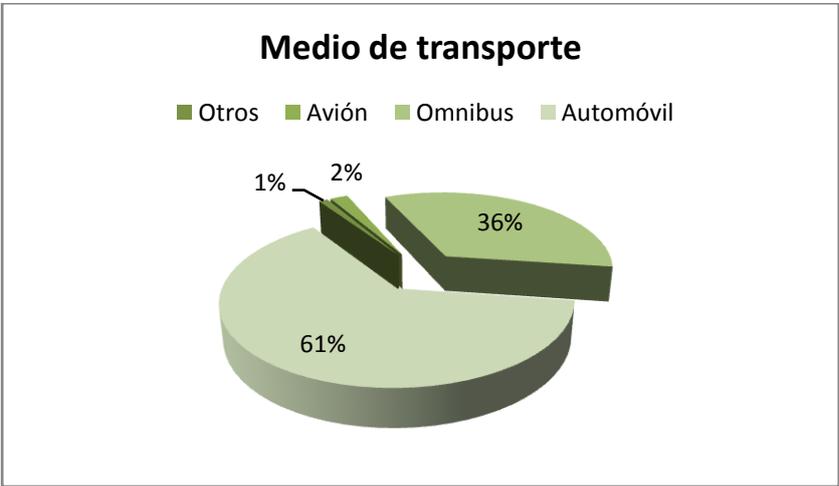
**3.3.3 Duración de la visita (Pernoctaciones)**

MES	DÍAS
01 al 15 de Febrero	7

**3.3.4 Medio de transporte por el cual se produjo el arribo a la ciudad.**

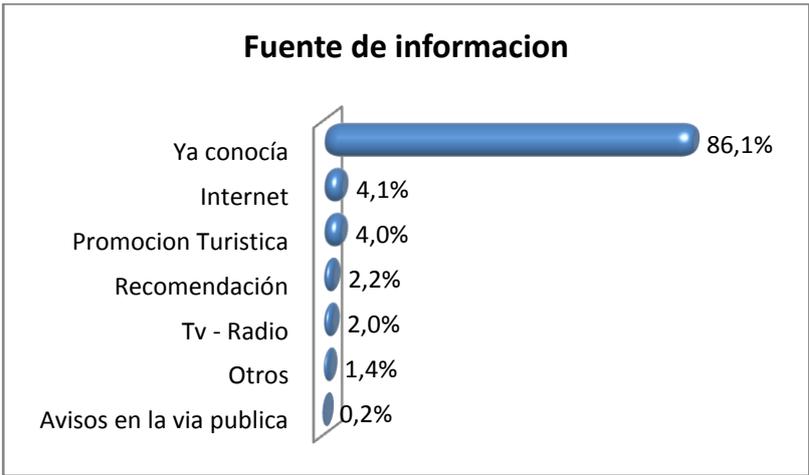


Del total de encuestados, el 61% ha expresado viajar en automóvil mientras que el 36% lo ha hecho en ómnibus, siendo ambos medios de transporte los más utilizados para viajar hasta la ciudad.



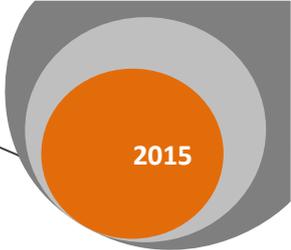
**3.3.5 Fuente de información sobre el destino Villa Carlos Paz.**

De los encuestados, el 86.1% afirmó haber conocido la ciudad con anterioridad, al 4.1% se informó a través de internet por, el 4% medio de la promoción turística que se realizó su lugar de residencia y al 2.2% le han recomendado visitar el destino. Es importante analizar dicha variable dado que sirve para evaluar indirectamente el impacto que tiene la promoción turística de la ciudad.



**3.4 Servicios utilizados**

**3.4.1 ALOJAMIENTO**



### 3.4.1.1 Tipología del alojamiento

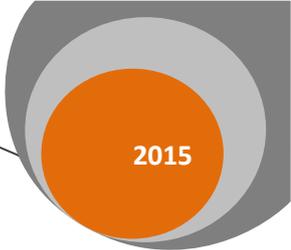
En este apartado se analiza la distribución de los turistas según el tipo de alojamiento seleccionado para hospedarse. El principal alojamiento utilizado por los turistas para este período ha sido la hotelería (hotel, hostería, apart-hotel, hostel) con un 54%, el segundo tipo más utilizado han sido las Casas/Dptos en alquiler con un 20%, seguido por el alquiler de cabañas con el 11.1%. Por otro lado, 8.2% de los encuestados manifestó venir a visitar la ciudad sólo por el día.



### 3.4.1.2 Forma de contratación del alojamiento

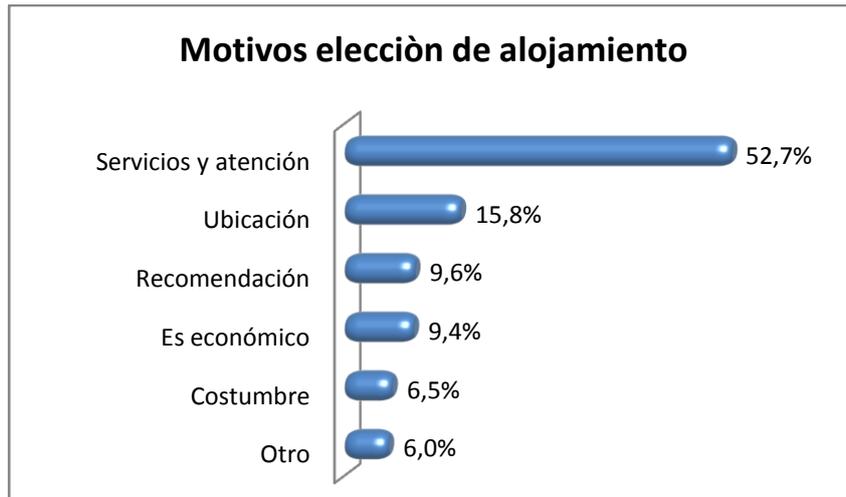
De los encuestados que contrataron alojamiento, el 33.8% lo ha hecho por teléfono, el 29.1% por internet, el 16% a través de agencias de viaje, 10.5% viene a la ciudad y busca alojamiento in situ y el 0.8% por medio de inmobiliarias.





### 3.4.1.3 Motivos que influyeron en la elección del alojamiento

Del total de turistas encuestados que se han alojado en la ciudad, el 52.7% afirmó que el principal motivo que influyó en la elección del hospedaje han sido los servicios y atención que se brindan, el 15.8% por la ubicación, el 9.6% por recomendación, el 9.6% por el costo de los mismos y el 6.5% por costumbre. A continuación se pueden visualizar los resultados.



## 3.5 Gasto per cápita.

-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, contando el gasto en alojamiento (\$510.4). De esta manera, podemos analizar que el gasto promedio ha sido de **\$891.51**

MES	GASTO
01 al 15 de Febrero de 2015	\$891.51

## 3.6 Actividades durante la estadía

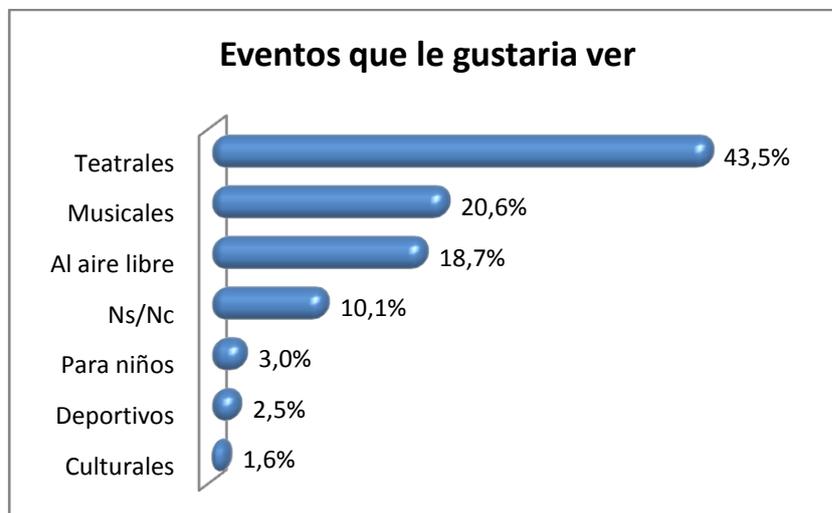
### 3.6.1 Principales actividades que se realizan en la ciudad

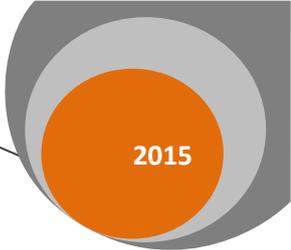
El 56.6% del total de los encuestados han manifestado realizar como principal actividad paseos por la ciudad, seguido por quienes realizaron excursiones (20.3%), salir a comer (6.9%), actividades en el lago y/o balnearios (5.1%), asistir a shows/espectáculos (3.4%), asistir a eventos (2.8%) y realizar compras (2.5%). En menor medida se ha optado por visitar el Casino (0.5%), realizar actividades nocturnas (0.5%) y turismo aventura (0.4%).



### 3.6.2 Eventos que le gustaría ver en Villa Carlos Paz.

En la presente ocasión se preguntó a los encuestados cuales eran los eventos que les gustaría ver en la ciudad. Como se puede apreciar en el grafico, la mayoría respondió que le gustaría ver espectáculos teatrales (43.5%), musicales (20.6%) y al aire libre (18.7%).



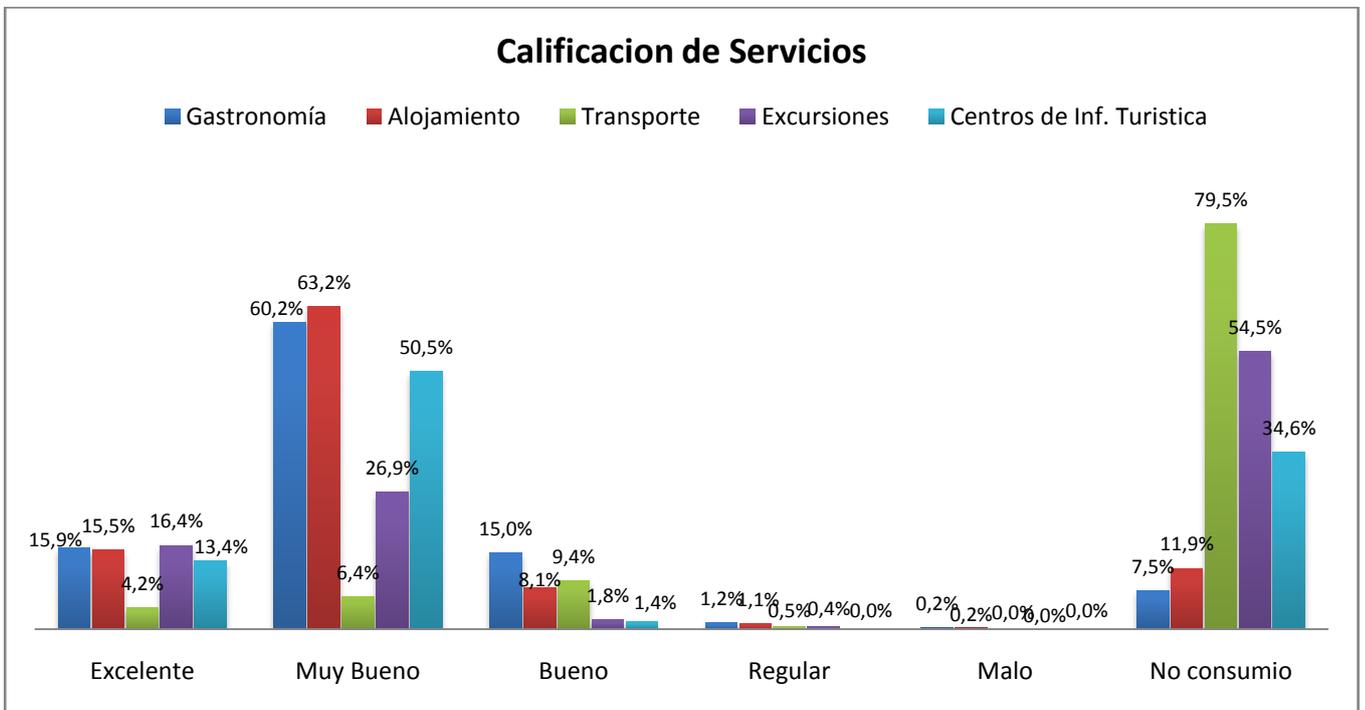


### 3.7 Evaluación del nivel de satisfacción

#### 3.7.1 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 (60.2%), buena (15%) y excelente (15.9%). El **Alojamiento** ha recibido una calificación de muy bueno (63.2%), excelente (15.5%) y buena (8.1%), mientras que un 11.9% no lo contrató. Con respecto al **Transporte**, lo han valorado como bueno (9.4%), muy bueno (6.4%) regular (0.5%), mientras que el 79.5% de los encuestados no han hecho utilización de este tipo de servicio. Las **Excursiones**, fueron calificadas como muy buenas (26.9%) y excelentes (16.4%), el 54.5% no las han contratado. En cuanto a los **Centros de Información Turística**, el 50.5% de los consultados los califico como muy buenos, el 13.4% como excelente y el 34.6% no utilizo el servicio.

En suma, se puede observar una muy buena calificación de los servicios de la ciudad aunque una proporción considerable de visitantes no utilizo los mismos, siendo la categoría “Transporte” y “Excursiones” las más resentidas.



#### 3.7.2. 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 8.8 puntos, destacándose la excelente valoración que los visitantes tienen de la ciudad como destino turístico.

<b>NIVEL DE SATISFACCIÓN GENERAL CON EL DESTINO</b>	8.8
---	-----

### 7.3.3 Intenciones de volver a la ciudad

Considerando el nivel de satisfacción con la ciudad, el 99% de las personas encuestadas expreso su intención de volver a visitar el destino en otra oportunidad.



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

Para determinar con mayor aproximación cuál es grado de satisfacción que han alcanzado los visitantes durante su estadía, se planteo como interrogante la enumeración de los ítems que fueron de su mayor y menor agrado.

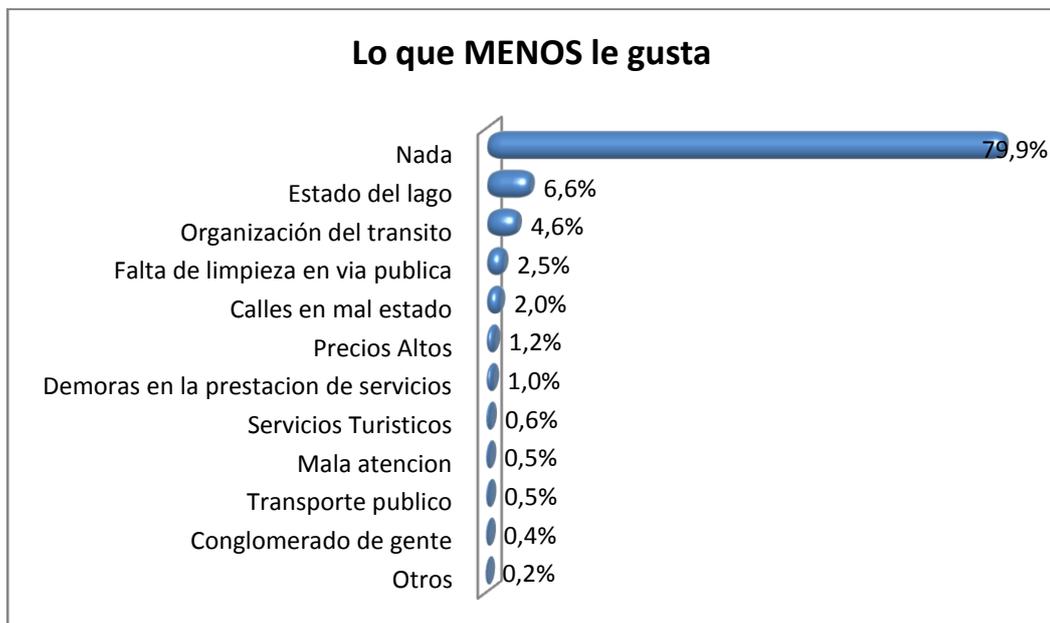
En la mayoría de los casos las respuestas fueron generalizadas; asintiendo que lo que más les gusto fue "Todo", mientras que en lo atinente a lo que menos les gusto la respuesta fue "Nada".

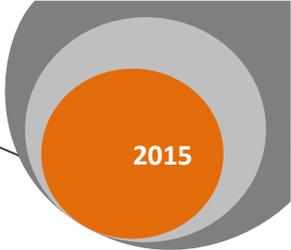
Sin embargo, un considerable número de encuestados brindo una respuesta más específica nombrando el/los puntos de mayor agrado/disgusto. A continuación se detallan los mismos:

A. Lo que más les gustó



B. Lo que menos le gustó





C. Sugerencias



## 4 ESTIMACION DE LA CANTIDAD DE VISITANTES POR MEDIO DEL INDICADOR DE LOS RESIDUOS SOLIDOS URBANOS.

### 4.1. Aspectos Metodológicos

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

### 4.2. 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.

### 4.3. Datos

RSU (*)			
PERÍODO	PROMEDIO [Tn]	FRECUENCIA	AÑO
01 al 15 de Febrero	267.4	DIARIO	2015

RSU GENERADA POR PERSONA (*)			
CANTIDAD MÍNIMA [Kg]	CANTIDAD MÁXIMA [Kg]	PROMEDIO [Kg]	FRECUENCIA
1,100	1,250	1,175	DIARIA

(\*) Fuente: COTRECO

PROMEDIO DE ESTADÍA DE TURISTAS – PERNOCTACIONES (**)	7
---	---

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

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

	CANTIDAD [PERSONAS]
PERSONAS PERMANENTES EN VCP SEGÚN REGISTRO CIVIL VCP	85.464

DÍAS EVALUADOS: 15 (Quince)

PERÍODO: 01 al 15 de Febrero de 2015

	CANTIDAD [PERSONAS]
PERSONAS QUE GENERAN RSU (por día) EN EL PERÍODO	227.575
PERSONAS QUE GENERAN RSU (por día) Y NO SON HABITANTES	142.111
<b>TOTAL DE PERSONAS QUE VISITARON VCP EN EL PERÍODO DEL 01 al 15 de Febrero de 2015</b>	<b>304.524</b>

De los cuales:

DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO	
TIPO DE ALOJAMIENTO	CANTIDAD [PERSONAS]
HOTELERÍA	164.443
CASA O DEPARTAMENTO ALOUILLADO	60.905
CABAÑAS	33.802
CASA DE FLIARES O AMIGOS	8.222
CAMPING	6.090
CASA PROPIA	3.045
COLONIAS	3.045
<b>TOTAL</b>	<b>279.552</b>

El 54% de los turistas se aloja en hotelería

	CANTIDAD [PERSONAS]
EXCURSIONISTAS (no pernoctan)	24.972

4.5. RESUMEN DE VISITANTES Y TURISTAS EN EL PERÍODO DEL 01 al 15 de Febrero de 2015

CONCEPTO	VISITANTES	TURISTAS
TOTAL DE PERSONAS EN EL PERÍODO DEL 01 al 15 de Febrero de 2015	304.524	279.552

## CONCLUSIONES FINALES

De los puntos presentados con anterioridad se puede concluir lo siguiente:

- El perfil del visitante de la ciudad de Villa Carlos Paz para este período evaluado (01 al 15 de Febrero de 2015) ha sido de adultos entre 36 a 45 años (39.2%), seguido por aquellos de entre 46 y 55 años (24%) y los que tienen más de 55 años (17.8%). El 15.2% ha manifestado tener entre 26 y 35 y el 3.8% entre 18 a 25 años; que han venido a visitar la ciudad en familia (88%), seguido por quienes han visitado la ciudad en grupo (10%) y por quienes han venido solos (2%). De los visitantes que han venido en familia, un 49% han sido parejas con hijos y un 36% parejas sin hijos. De los que han venido en grupo, el mismo se ha compuesto principalmente de amigos (90% de los casos).
- Los visitantes han procedido principalmente de Buenos Aires con un 31.9%(Provincia 27.1%, Capital Federal 2.7% y Gran Buenos Aires 2.1%), de Santa Fe con el 29.4% de los casos (Provincia 16.1% y Rosario con un 13.3%) y de Córdoba con el 7.8% (Provincia 5.5% y Capital 2.3%)
- La mayor parte de los turistas se han hospedado en hotelería, representando el 54% del total, es decir **164.443** turistas alojados en dicho segmento.
- Con respecto a la forma de contratación del alojamiento el 33.8% lo ha hecho por teléfono, el 29.1% por internet, el 16% a través de agencias de viaje, 10.5% viene a la ciudad y busca alojamiento in situ y el 0.8% por medio de inmobiliarias..
- De los motivos que influyeron al momento de contratar el alojamiento, el 52.7% afirmó que el principal motivo que influyó en la elección del hospedaje han sido los servicios y atención que se brindan, el 15.8% por la ubicación, el 9.6% por recomendación, el 9.6% por el costo de los mismos y el 6.5% por costumbre
- La pernoctación promedio ha sido de 7 noches.
- Con respecto al gasto per cápita, el mismo se dividió en gastos por alojamiento y gastos generales (alimentos, entretenimientos, movilidad, excursiones entre otros), siendo el primero de \$510.4 y el segundo de \$381.11

- La cantidad de visitantes que han arribado a la ciudad en el período evaluado ha sido de **304.524** de los cuales **279.552** fueron turistas.
- Por otro lado, es importante destacar que para diseñar servicios turísticos a medida, se consultó sobre las diversas actividades que pensaban realizar los visitantes en la ciudad, de las cuales el 56.6% del total de los encuestados han manifestado realizar como principal actividad paseos por la ciudad, seguido por quienes realizaron excursiones (20.3%), salir a comer (6.9%), actividades en el lago y/o balnearios (5.1%), asistir a shows/espectáculos (3.4%), asistir a eventos (2.8%) y realizar compras (2.5%). En menor medida se ha optado por visitar el Casino (0.5%), realizar actividades nocturnas (0.5%) y turismo aventura (0.4%).
- Por último, el nivel de satisfacción con la ciudad en general y con los servicios en particular ha sido considerada altamente positiva.