

Mayo 2017.-



MUNICIPALIDAD
DE VILLA LA
ANGOSTURA -
SECRETARÍA
MUNICIPAL DE
TURISMO

PERFIL DE LA DEMANDA TURÍSTICA QUE VISITA VILLA LA ANGOSTURA EN TEMPORADA ESTIVAL





MUNICIPALIDAD DE VILLA LA ANGOSTURA
SECRETARÍA DE TURISMO
RELEVAMIENTO TEMPORADA ESTIVAL 2017

AUTORIDADES MUNICIPALES

Intendente: Sr. Guillermo Caruso

Vice Intendente: Sr. Bruno Barbagelata

Secretario De Turismo: Ing. Pablo A. Bruni

Subsecretaria De Turismo: Téc. Marina F. González

Equipo de Trabajo:

Coordinación Gral. Del Relevamiento: Srta. Mendoza Marisol

Encuestadores:

Carolina Bertolani

Jerónimo M Clinaz

Magdalena Ojeda M.

Pablo De Monte

Data Entry: Mendoza Marisol

Ojeda M. Magdalena

Clinaz Jerónimo M

Colaboración especial Ingreso de Datos finales: Pablo De Monte y Téc. Lagos Leticia

Proceso de Datos y Elaboración de Informe: Srta. Mendoza Marisol



INDICE DE PÁGINAS

Actividades – Detalle de las actividades contratadas y por cuenta propia que realizó el visitante durante su estadía en el destino. Enero y Febrero 2017.-	19
AGRADECIMIENTO	4
Alquileres y Contrataciones – Evaluación de los servicios utilizados por los visitantes, según escala Muy Bueno, Bueno, Regular y Malo. Mes Enero y Febrero 2017.-	12
Atractivos y otros servicios – Evaluación de los servicios utilizados por los visitantes, según escala Muy Bueno, Bueno, Regular y Malo. Mes Enero y Febrero 2017	14
Atributos del Destino- Características/ Atributos con lo que más asocia al destino cuando se lo mencionan/ mencionaron. Enero y Febrero 2017.-	21
ATRIBUTOS/ CARACTERÍSTICAS CON LAS QUE ASOCIA EL DESTINO	21
Búsqueda de Información- Comparativo mensual de la búsqueda de información previa al viaje.	21
COMPOSICIÓN DEL GRUPO DE VIAJE EN EDAD Y SEXO	8
Descripción del Gasto – Servicios que utilizó e incluyó en el gasto que declara durante su estadía en el destino.	18
Destino Chile- Detalle de la visita que realizó a Chile, según planificación del viaje.	16
DESTINOS COMPETITIVOS DE VERANO	17
Destinos Competitivos- Principales destinos competitivos de Villa La Angostura mencionados por los visitantes para estas vacaciones. Enero y Febrero 2017.-	17
Destinos Visitados- Detalle de los Destinos Turísticos que visitó en este viaje, según tipo de turismo.	16
DETALLE DEL GASTO- SERVICIOS QUE INCLUYÓ EN EL GASTO DURANTE SU ESTADÍA EN EL DESTINO	18
Edad y Sexo – Tramos Etarios según composición del grupo de visitantes en Femenino y Masculino	8
Estadía – Distribución de la cantidad de noches que los visitantes permanecieron en el destino.	9
Estadía Distribución de la cantidad de noches que los visitantes permanecieron en el destino	10
ESTADIA PROMEDIO MENSUAL EN NOCHES	9
EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS AL TURISTA	11
Expectativas para este viaje – Visitantes por primera vez en el destino, manifiestan su experiencia y evalúan la experiencia. Enero y Febrero 2017.	22
EXPERIENCIA PREVIA CON VILLA LA ANGOSTURA	5
Fidelidad con el Destino – Frecuencia para los últimos tres años con la que visitó el Destino en verano.	5
FIDELIDAD CON EL DESTINO EN VERANO- FRECUENCIA PARA LOS ULTIMOS TRES AÑOS	5
Gasto Turístico Diario/ Pax – Proporción del Gasto Turístico Diario por pax, según promedio mensual.	18
GASTO TURISTICO PROMEDIO DIARIO/ PAX	18
GRUPO DE VIAJE- ¿Quiénes nos visitan?	7
Grupo de Viaje- Comparativo mensual del perfil de los visitantes, según grupo de viaje	7
Intención de vacacionar en otro Destino Turístico- Grupo de turistas que pensó en otro Destino Turístico para vacacionar esta temporada. Enero y Febrero 2017	17
Intención de visitar otros Destinos – Proporción de turistas con intención de visitar otros Destinos Turísticos,	15
MEDIO DE TRANSPORTE – ¿Cómo arribó a Villa La Angostura/ Región?	22
Medios de Información- Comparativo mensual los medios de información que consultó previo al viaje.	21
MEDIOS DE INFORMACIÓN QUE CONSULTÓ, PREVIA AL VIAJE	21
Medios de Transporte- Principales medios de transportes utilizados para arribar al destino/ región.	22
MOTIVO- Comparativo mensual del principal motivo que mencionó el visitante para arribar a VLA.	7
Nacionales y Extranjeros – Procedencia de los visitantes del destino VLA, durante la temporada estival.	6
Nacionales y Extranjeros – Proporción de visitantes al destino VLA, durante la temporada estival	6
PLANIFICACIÓN DEL VIAJE- ANTICIPACIÓN CON LA QUE DECIDIÓ EL DESTINO PARA VACACIONAR	20
Planificación del Viaje- Comparativo mensual de la anticipación con la que el visitante decidió el destino para vacacionar. Temporada Estival 2017- Enero y Febrero.-	20
PRINCIPIALES MERCADOS QUE NOS VISITAN, SEGÚN PROCEDENCIA	6
PRINCIPAL MOTIVO POR EL QUE ELIGE VISITAR EL DESTINO	7
Puntos de Relevamiento	5
Relevamiento Temporada Estival 2017	5
RESERVAS- CONTRATACIONES PREVIAS AL VIAJE	20
Reservas/ Contrataciones- Comparativo mensual de la realización de Reservas/ Contrataciones previas al viaje. Temporada Estival 2017- Enero y Febrero.-	20
Servicios Básicos – Evaluación de los servicios utilizados por los visitantes, según escala Muy Bueno, Bueno, Regular y Malo	11
Servicios de la Localidad – Evaluación de los servicios utilizados por los visitantes, según escala Muy Bueno, Bueno, Regular y Malo. Mes Enero y Febrero 2017.-	13
Tamaño de la Muestra	5
Tipo de Demanda – Visitantes del destino según experiencia previa, conocía/ no conocía	5
Tipo de Reservas- Contrataciones- Comparativo mensual de las Reservas/ Contrataciones que realizó el visitante previas al viaje. Temporada Estival 2017- Enero y Febrero	20
Tipo de Turismo – Cantidad de grupos que visitaron otros destinos turísticos, según comportamiento “itinerante/ de estadía” y las noches que dedicaron al destino visitado. Enero y Febrero 2017.-	15
TIPO DE TURISMO SEGÚN CANTIDAD DE NOCHES EN VLA- ITINERANTE Y DE ESTADÍA	15
Usuarios de Servicios – Proporción de “usuarios y no usuarios” de los servicios a evaluar en el destino.	11



AGRADECIMIENTOS

La Secretaría Municipal de Turismo agradece a las siguientes empresas, que con su aporte hicieron posible el traslado y permanencia de los encuestadores para que cumplan con el objetivo planteado: entrevistar a los turistas en el ámbito más apropiado. Esta posibilidad hizo más atractivo y dinámico el tiempo dispensado en la devolución de los datos por parte de los turistas, la experiencia fue personalizada en todos los casos.

- ✓ Empresa Linsa S.A – Transporte
- ✓ Establecimientos hoteleros – Alojamiento habilitados
- ✓ Registro de Emprendedores Locales- REL
 1. La Siesta Arte- Cerámica Artesanal
 2. Huapi- Dulces y Mermeladas
 3. Gift Patagonia- Productos Personalizados

Finalmente agradecer a cada Turista, por la predisposición y tiempo dedicado a responder la entrevista en los diferentes atractivos playas y/o alojamientos turísticos.



Relevamiento Temporada Estival 2017

Tamaño de la Muestra

TAMAÑO	ENE	FEB	TOTAL
Grupos	774	635	1409
Pax	2447	1975	4422

Puntos de Relevamiento

- ✓ Atractivos: Playas Lago Espejo, Manzano, Puerto (Bahía Mansa y Brava)
- ✓ Alojamientos Turísticos: Zona A (B° Norte, B° Correntoso, B° Epulafquen), Zona B (B° El Cruce, El Once, Las Balsas) y Zona C (B° Puerto Manzano- Península y Alto Manzano)
- ✓

EXPERIENCIA PREVIA CON VILLA LA ANGOSTURA

Cuadro 1

Tipo de Demanda – Visitantes del destino según experiencia previa, conocía/ no conocía
Enero y Febrero 2017.-

EXPERIENCIA PREVIA CON EL DESTINO	ENERO		FEBRERO	
	Count	%	Count	%
Con experiencia (conocía el Destino)	380	49,1%	374	58,9%
Sin experiencia (1° vez en el Destino)	394	50,9%	261	41,0%
TOTAL	774	100%	635	100%

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-

El destino durante la Temporada estival 2017 fue visitado en iguales proporciones por turistas con experiencia en el destino y aquellos que arribaron por primera vez. En el mes de **enero hay una leve diferencia de 1.8% a favor de los que eligieron el destino por primera vez**, mientras que en **febrero hay una diferencia de 17.9% a favor de los visitantes con experiencia previa en el destino**, es decir lo conocían de visitas anteriores.

FIDELIDAD CON EL DESTINO EN VERANO- FRECUENCIA PARA LOS ULTIMOS TRES AÑOS

Cuadro 1.1

Fidelidad con el Destino – Frecuencia para los últimos tres años con la que visitó el Destino en verano.
Enero y Febrero 2017.-

Fidelidad con el Destino últimos 3 veranos	Enero		Febrero	
	v.a	%	v.a	%
Fidelidad Alta	56	15%	36	10%
Fidelidad Media	147	39%	67	18%
Fidelidad Baja	121	32%	158	42%
Fidelidad Nula	56	15%	113	30%
TOTAL	380	100%	374	100%

Nota: Fidelidad Alta, en los últimos tres años visitó el destino todos los veranos.

Fidelidad Media, en los últimos tres años visitó el destino dos veranos.

Fidelidad Baja, en los últimos tres años visitó el destino un verano.

Fidelidad Nula, en los últimos tres años no visitó el destino en verano.

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-

Se consultó a quienes conocían el destino, por la frecuencia en visitas anteriores, se obtuvo que los visitantes de enero son de fidelidad media, es decir en un 39% visitaron el destino dos veces en los últimos tres años mencionados ('14, '15, '16). Para el mes de febrero la misma consulta arrojó que la fidelidad es baja, es decir un 42% visitó en los últimos tres años mencionados solo una vez el destino.

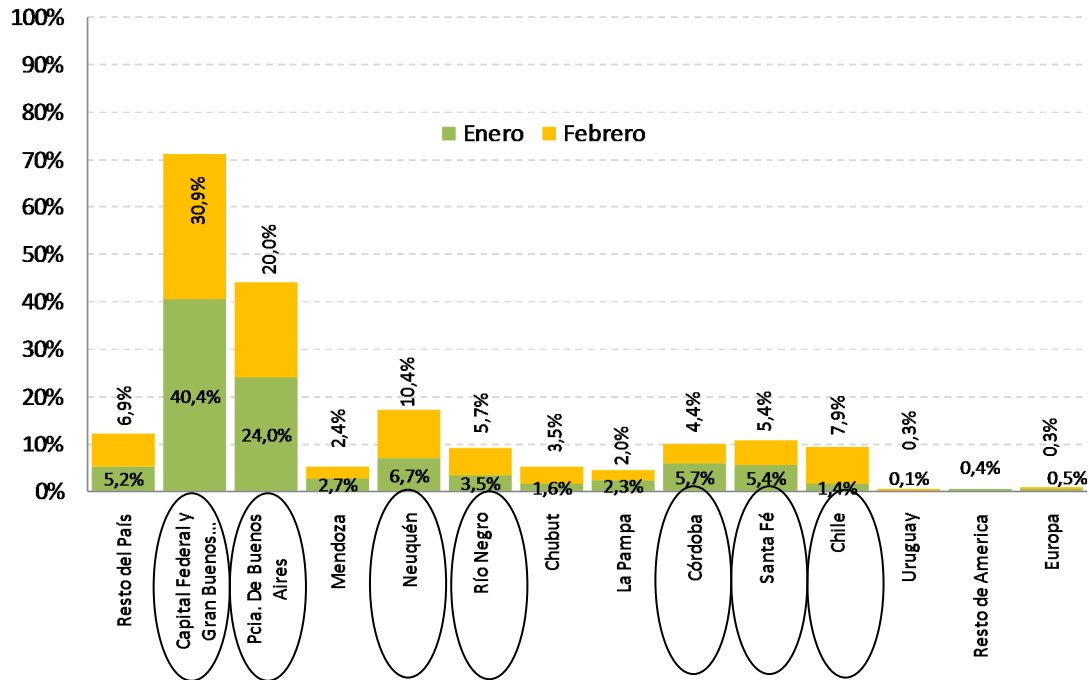
Cabe recordar que la consulta solo se refería a visitas anteriores, distintas de las de invierno y sólo para quienes ya conocían el destino.



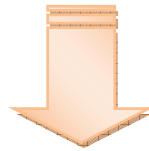
PRINCIPIALES MERCADOS QUE NOS VISITAN, SEGÚN PROCEDENCIA

Gráfico 1

Nacionales y Extranjeros – Procedencia de los visitantes del destino VLA, durante la temporada estival. Enero y Febrero 2017



Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-



Cuadro 2

Nacionales y Extranjeros – Proporción de visitantes al destino VLA, durante la temporada estival. Enero y Febrero 2017.-

Procedencia	Enero	Febrero
Nacionales	97,5%	91,5%
Extranjeros	2,5%	8,5%
Total	100%	100%

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-

Consultados los visitantes acerca de su procedencia, estos manifestaron arribar de MERCADOS NACIONALES como: Capital Federal y Gran Buenos Aires (36.1%), Pcia. De Buenos Aires (22.2%), Santa Fé (5.4%) y Córdoba (5.1%), mientras que el MERCADO REGIONAL que más visita el destino es Neuquén (8.4%) y Río Negro (4.5%). En cuanto al MERCADO EXTRANJERO, los visitantes arriban principalmente de Chile (4.3%), datos del total de visitantes de la Temporada Alta Estival 2017.



PRINCIPAL MOTIVO POR EL QUE ELIGE VISITAR EL DESTINO

Cuadro 3

MOTIVO- Comparativo mensual del principal motivo que mencionó el visitante para arribar a VLA.
Temporada Estival 2017- Enero y Febrero.-

MOTIVO	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
Deseos de Conocer	355	45,9%	242	38,1%
Contacto con la Naturaleza	415	53,6%	346	54,5%
Pesca	16	2,1%	9	1,4%
Montañismo	26	3,4%
Asistencia a Fiestas Locales	36	5,7%
Trekking/ Senderismo	64	8,3%	22	3,5%
De Paso	13	1,7%	21	3,3%
Visita a Familiares/Amigos	48	6,2%	18	2,8%
Vacaciones/ Turismo/ Descansar	200	25,8%	242	38,1%
Otro	10	1,3%	32	5,0%

Nota: Respuesta múltiple opción- Dato en cantidad de Grupos
Fuente: Secretaría Municipal de Turismo – Área Técnica

El principal motivo por el que los visitantes eligen el destino es tener contacto con la naturaleza 54%, seguido del deseo de conocer 46% y para los que ya conocen el destino lo eligen para vacacionar- descansar- turismo 26%, otro motivo a destacar es hacer trekking- senderismo en un 8.3% datos que se corresponden con el comportamiento de la demanda en el mes de enero.

Para el mes de febrero, los visitantes mencionaron como motivo de la visita principalmente contacto con la naturaleza 54.5%, deseos de conocer 38%, vacaciones- turismo- descansar 38% y en coincidencia con la Fiesta Nacional de los Jardines asistencia a fiestas locales 6%.

GRUPO DE VIAJE- ¿Quiénes nos visitan?

Cuadro 4

Grupo de Viaje- Comparativo mensual del perfil de los visitantes, según grupo de viaje
Temporada Estival 2017- Enero y Febrero.-

GRUPO DE VIAJE	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
Familia/ Familiares	367	47,4%	332	52,3%
ParejaS (sin hijos)	243	31,4%	223	35,1%
Amigos	123	15,9%	60	9,4%
Viaja Solo	41	5,3%	20	3,1%
TOTAL	774	100%	635	100%

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo – Área Técnica

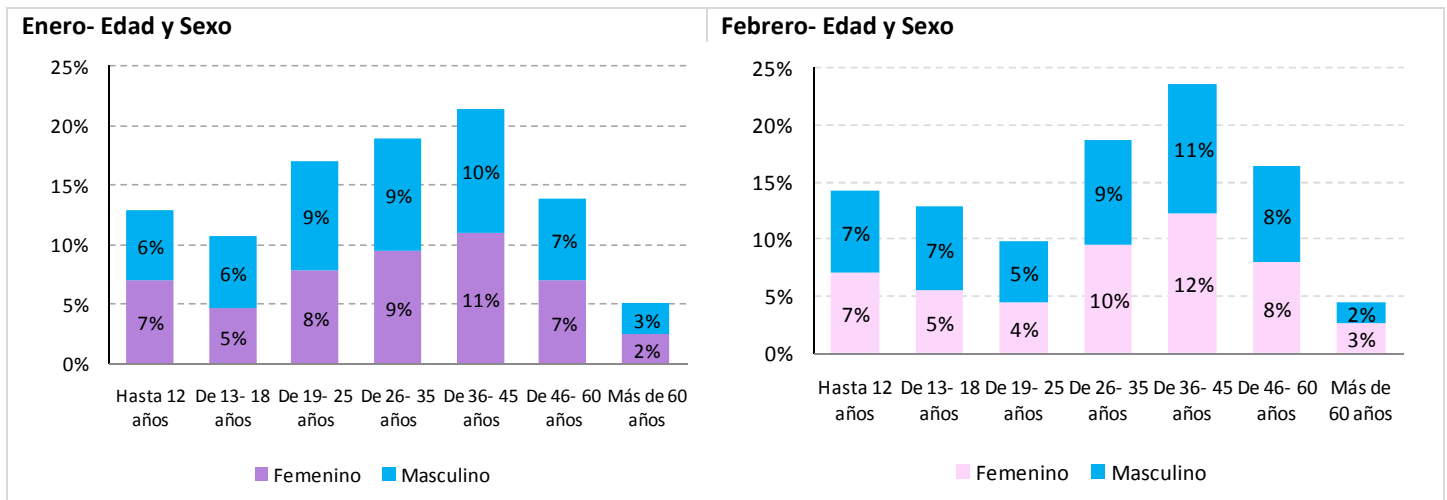
Los grupos de viaje que arriban al destino son familias 47%, parejas sin hijos 31% y grupos de amigos en un 16% para el mes de enero, se repite para el mes de febrero los grupos de familias 52% y parejas sin hijos en un 35%.



COMPOSICIÓN DEL GRUPO DE VIAJE EN EDAD Y SEXO

Gráfico 8

Edad y Sexo – Tramos Etarios según composición del grupo de visitantes en Femenino y Masculino
Mes Enero y Febrero 2017.-



Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/VLA

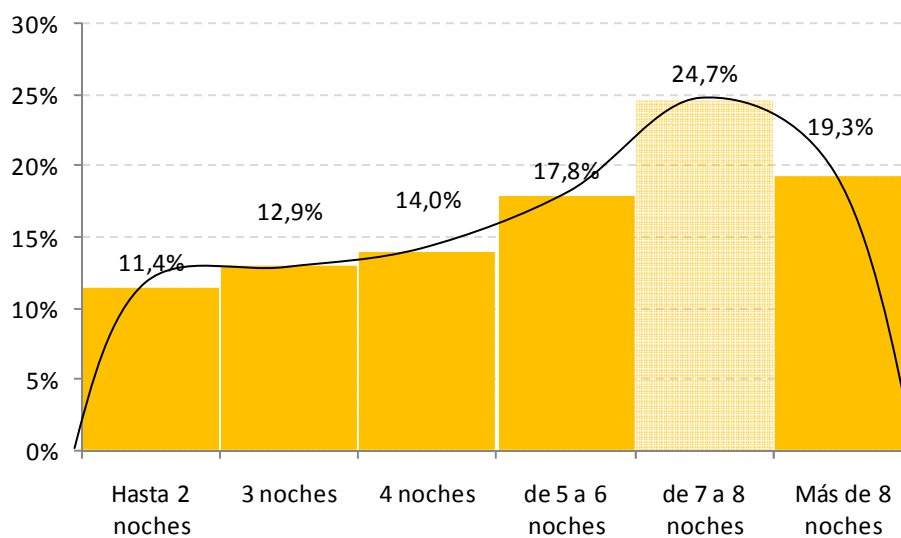
Para el mes de **enero** y como el grafico indica, en coincidencia con los grupos que visitan el destino, los **tramos etarios que más sobresalen son a partir de los 19 años y hasta los 45 años, acumulan aquí un 57%, también se destacan los menores, sobretodo hasta 12 años 13%**, principales integrantes de los grupos familiares que visitan el destino; **en el otro extremo sobresale el tramo que va de los 46 años y hasta los 60 años en un 14%.**

En el mes de **febrero se tiene una mayor concentración en el tramo que va a partir de los 26 años y hasta los 60 años en un 59%**, en coincidencia con los grupos que más visitan el destino, parejas sin hijos y familias, a este último grupo se lo puede relacionar con el **tramo hasta los 18 años, sumando un 27%.**



ESTADIA PROMEDIO MENSUAL EN NOCHES

Gráfico 2
Estadía – Distribución de la cantidad de noches que los visitantes permanecieron en el destino
Enero 2017.-

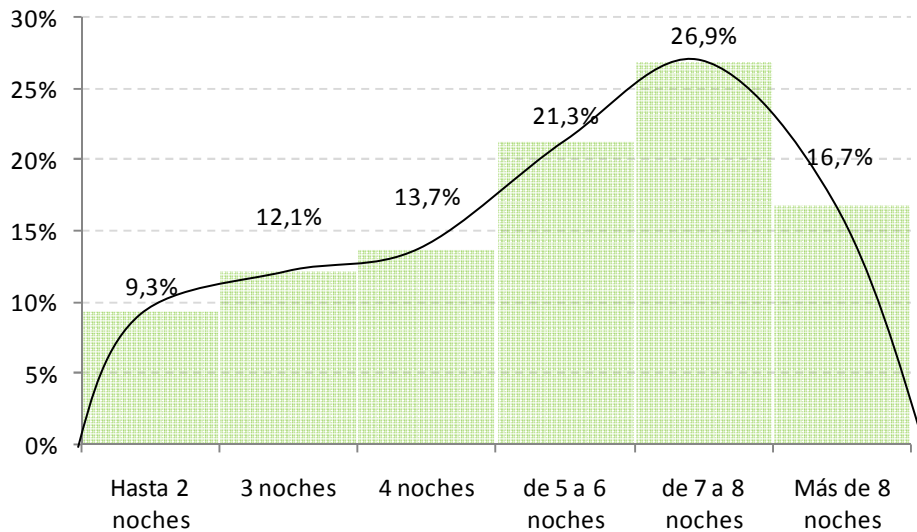


Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-

La estadía promedio durante el mes de enero arrojó 5 noches, resultando además como el gráfico indica, que hay un 38.2% de los visitantes que permanece menos de las noches promedios, mientras que en el otro extremo hay un 43.9% que se hospedó más de 5 noches, para este segmento de los visitantes se calcula una permanencia promedio de 7 noches en el destino.



Gráfico 3
Estadía Distribución de la cantidad de noches que los visitantes permanecieron en el destino
Febrero 2017.-



Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-

Para el **mes de Febrero**, el comportamiento de los visitantes en cuanto a la cantidad de noches que permanece en el destino es similar a Enero, **la estadía promedio es de 5 noches**, destacando que hay un **35.1%** de los visitantes que se hospedó menos de 5 noches, mientras que el **43.6%** del otro segmento lo hace por encima de las noches promedio, permaneciendo entre 6 y 7 noches en el destino.

De esta manera y como los resultados arrojan, se puede decir que el comportamiento de la demanda para este verano fue de un perfil itinerante y de estadía. Se estuvo bajo un comportamiento de dos segmentos distintos y que lo reflejó en la cantidad de noches que le dedicó al destino.



EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS AL TURISTA

Cuadro 5

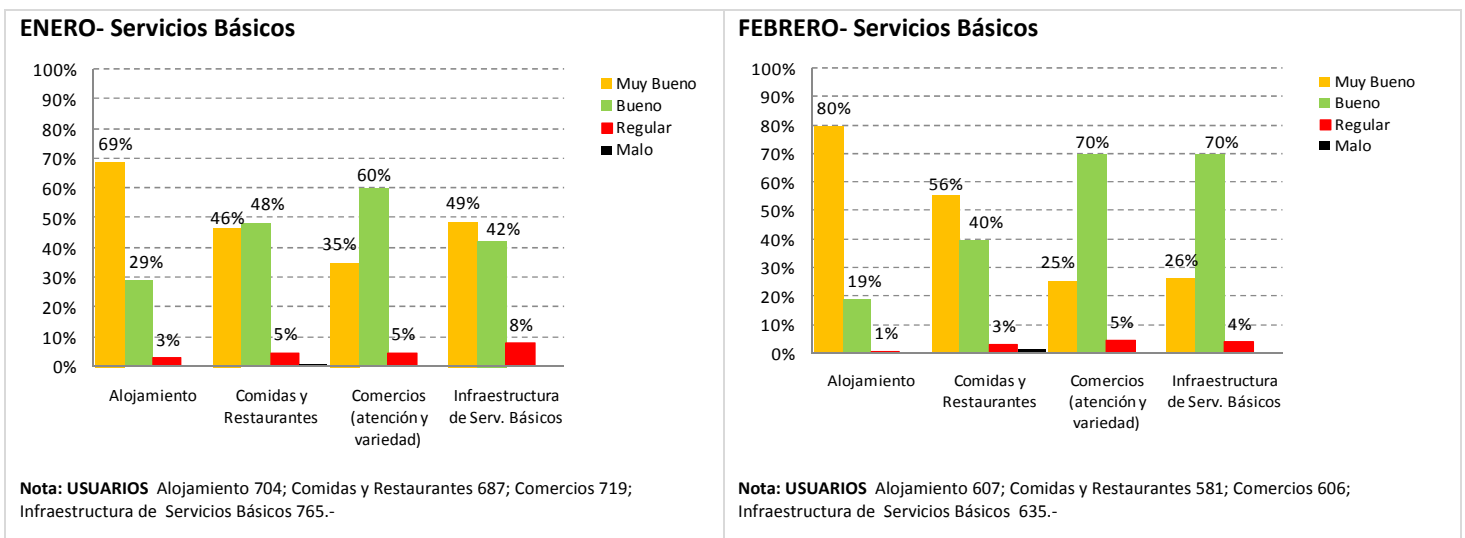
Usuarios de Servicios ¹– Proporción de “usuarios y no usuarios” de los servicios a evaluar en el destino. Enero y Febrero 2017.-

Servicios Ofrecidos en el Destino	ENERO				FEBRERO			
	Usuarios		No Usuarios (No Evalúa)		Usuarios		No Usuarios (No Evalúa)	
Alojamiento	704	91%	70	9%	607	96%	28	4%
Comidas y Restaurantes	687	89%	87	11%	581	91%	54	9%
Agencia de viajes locales	23	3%	751	97%	15	2%	620	98%
Serv. De Guías locales	98	13%	676	87%	178	28%	457	72%
Alq. De equipos para actividades	154	20%	620	80%	129	20%	506	80%
Mantenimiento y Limpieza de la localidad	771	100%	3	0%	635	100%
Estado de los Atractivos	764	99%	10	1%	583	92%	52	8%
Comercios (atención y variedad)	719	93%	55	7%	606	95%	29	5%
Información Turística	494	64%	280	36%	468	74%	167	26%
Estado y señalización de caminos y rutas	751	97%	23	3%	632	100%	3	0%
Tránsito en el pueblo y alrededores	762	98%	12	2%	635	100%
Infraestructura de Serv. Básicos	765	99%	9	1%	635	100%
Transporte Interno	174	22%	600	78%	79	12%	556	88%
Formas de Pago	675	87%	99	13%	635	100%

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-

Gráfico 4

Servicios Básicos – Evaluación de los servicios utilizados por los visitantes, según escala Muy Bueno, Bueno, Regular y Malo Mes Enero y Febrero 2017.-



Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-

En este apartado se presenta de manera gráfica los resultados de la evaluación que realizaron los usuarios a los “servicios básicos”. Como se puede apreciar **los usuarios que visitaron el destino en el mes de enero** evaluaron de manera homogénea a estos servicios, en su mayoría y a partir del 10% evalúa de manera positiva a los servicios básicos, destacando como muy buen servicio al alojamiento en un 69%; seguido del 60% en comercio evaluado como buen servicio.

¹ **Usuarios de Alojamientos Turísticos:** Enero hay una cantidad de usuarios equivalentes al 91% de los visitantes; sumado al 6% que se alojó en Casa de Familiares y Amigos + un 3% que declara tener “Segunda Residencia” por lo que estos usuarios no evalúan el ítem en calidad ni en precio- Mes de Febrero hay un 96% de usuarios que evalúan el servicio + un 3% que se alojó en casa de Familiares y Amigos, y finalmente se le suma el 1% que declaró tener casa propia- segunda residencia.-



Secretaría de Turismo
Municipalidad de Villa La Angostura

Asimismo se presentan dentro de las mejoras y disconformidad que mencionaron en algunos servicios, a destacar un 5% para el servicio de restaurantes y comidas, y para los comercios; sumando en 3 puntos la infraestructura de servicios básicos su aspecto deficiente 8%; se toman estos porcentajes como alertas de mejoras, destacando que quienes evaluaron al servicio en la escala del bueno también hicieron su propia apreciación y aportes de mejoras.

Para el mes de febrero se presenta más heterogénea la evaluación de los servicios básicos, destacando en un 80% como muy buen servicio el alojamiento, seguido de los comercios y la infraestructura de servicios básicos en un 70% bueno. Aunque para el rubro comercios, hay un 5% que manifiesta mejoras y disconformidad con el servicio.

Disconformidad- Servicio y sub ítems en los que el visitante manifiesta disconformidad y mejoras para el servicio utilizado. **Mes Enero y Febrero 2017.-**

Servicio	Items Deficiencias- Mejoras	Enero	Febrero
Subtotal Mensual		6,5%	2,6%
Alojamiento	Precio	2,4%	0,5%
	Medios de Pagos	1,0%	...
	Oferta Hotelera	1,0%	1,0%
	Personal y Atención al Público	1,0%	0,3%
	Instalaciones	0,7%	0,3%
	Otros	0,4%	0,5%
Subtotal Mensual		9,9%	8,1%
Servicio de Comidas y Restaurantes	Equipamiento	0,9%	0,5%
	Medios de Pagos	0,9%	0,5%
	Personal y Atención al Público	2,0%	3,1%
	Variedad en platos	1,0%	0,3%
	Precio	2,5%	1,9%
	Calidad en el servicio	2,2%	1,5%
	Oferta gastronomía/ establ.	0,4%	0,2%
Subtotal Mensual		10,6%	8,6%
Comercios	Personal y Atención al Público	2,9%	1,5%
	Medios de Pagos	2,4%	0,8%
	Precio	2,5%	3,5%
	Variedad/ Cantidad de oferta	2,8%	2,8%
Subtotal Mensual		9,9%	4,1%
Infraestructura de Servicios Básicos	Agua	2,9%	0,3%
	Comunicación	5,1%	3,8%
	Ser. Eléctrico	1,3%	...
	Otros	0,7%	...

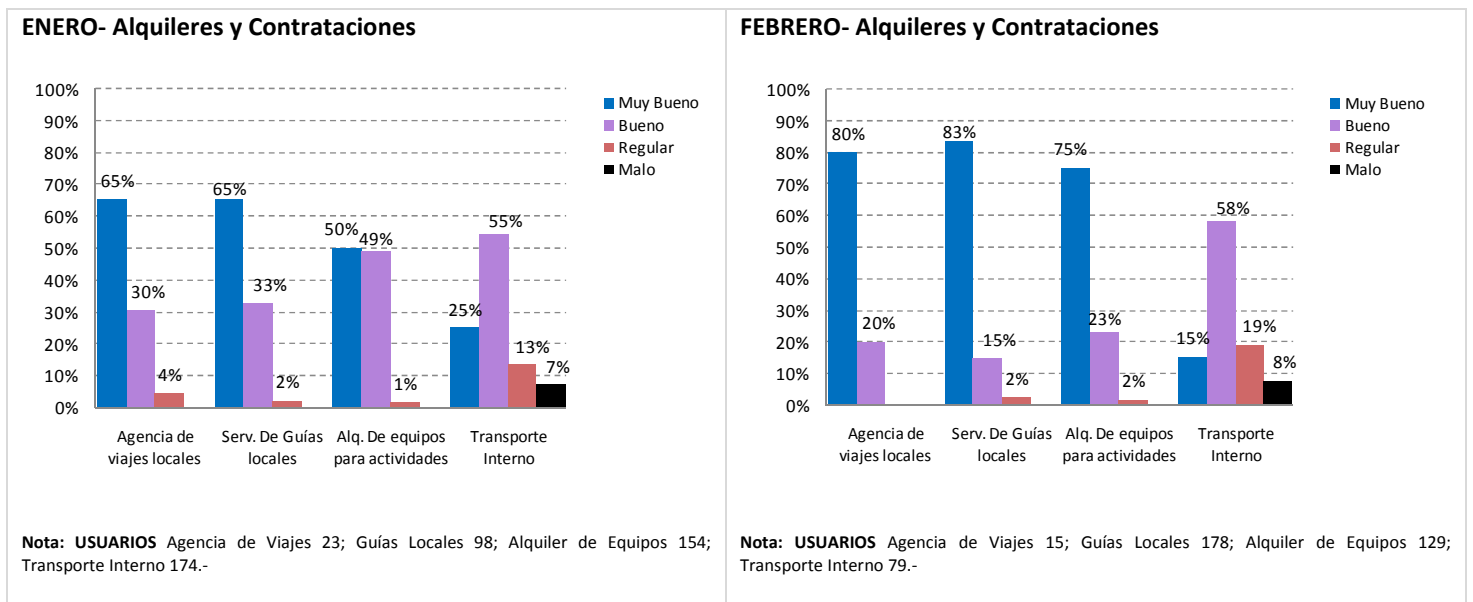
Nota: Las menciones corresponden siempre a Regular y Malo, cuantificando además, en caso de corresponder, aquellas menciones que habiendo calificado el servicio como "Bueno" manifiesta disconformidad.-

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA



Gráfico 5

Alquileres y Contrataciones – Evaluación de los servicios utilizados por los visitantes, según escala Muy Bueno, Bueno, Regular y Malo. **Mes Enero y Febrero 2017.-**



Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA

Los alquileres y contrataciones son en términos de usuarios los menos utilizados por los visitantes de la temporada, van entre el 3% y hasta el 22% de usuarios. Para el mes de enero la evaluación es homogénea entre muy bueno y bueno, mientras que para el servicio transporte interno, hay un 20% que lo califica entre regular y mal servicio, haciendo los aportes de mejoras y mencionando la deficiencia actual.

Para el mes de febrero, la evaluación es más heterogénea entre las calificaciones que van del muy bueno al bueno, los usuarios se destacan entre el 3% y hasta el 28% de los visitantes de la temporada para el rubro alquileres y contrataciones. Al igual que enero hay disconformidad con el servicio transporte interno, manifestándolo en un 27% como un servicio deficiente.

Disconformidad- Servicio y sub ítems en los que el visitante manifiesta disconformidad y mejoras para el servicio utilizado. **Mes Enero y Febrero 2017.-**

Servicio	Items Deficiencias- Mejoras	Enero	Febrero
Subtotal Mensual		37,4%	39,2%
Transporte interno	Frecuencia	18,4%	22,8%
	Servicio	7,5%	3,8%
	Precio	9,8%	11,4%
	Otros	1,7%	1,3%

Nota: Las menciones corresponden siempre a Regular y Malo, cuantificando además, en caso de corresponder, aquellas menciones que habiendo calificado el servicio como "Bueno" manifiesta disconformidad.-

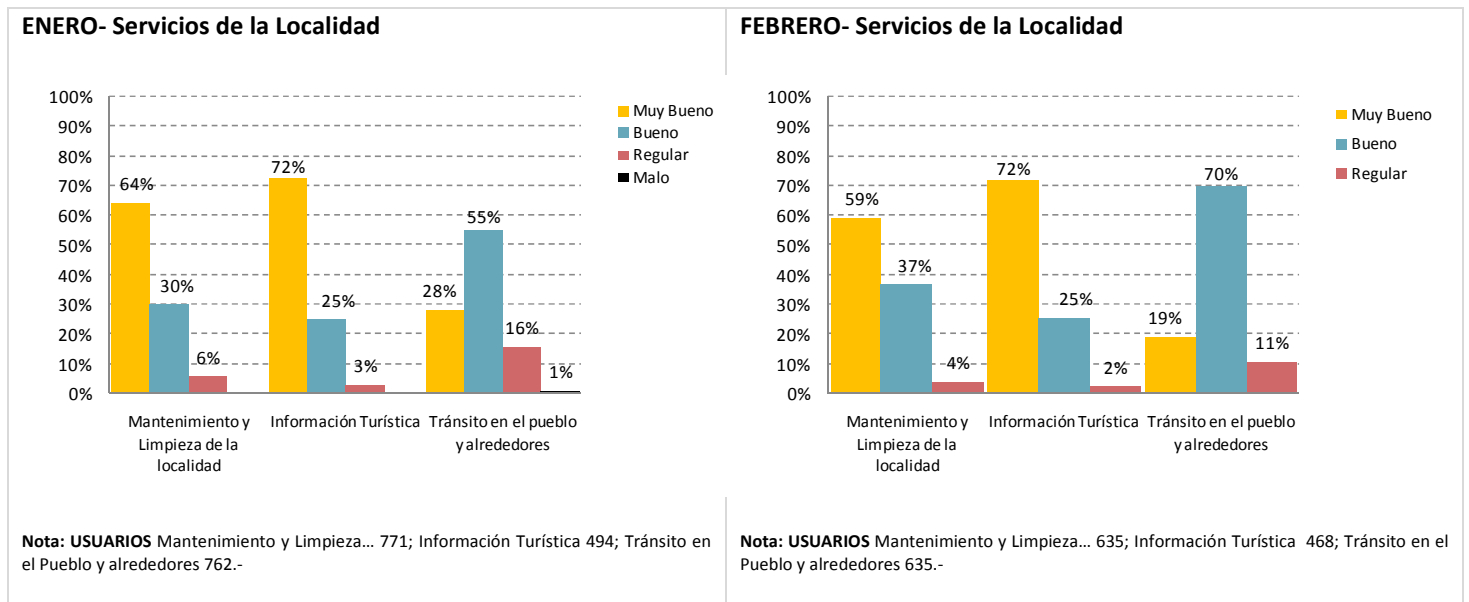
Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA



Secretaría de Turismo
Municipalidad de Villa La Angostura

Gráfico 6

Servicios de la Localidad – Evaluación de los servicios utilizados por los visitantes, según escala Muy Bueno, Bueno, Regular y Malo. Mes Enero y Febrero 2017.-



Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA

Los servicios propios de la localidad, también fueron evaluados de manera positiva, en su mayoría a partir del 26% lo califica entre muy bueno y bueno; en lo que refiere al tránsito en el pueblo y alrededores los usuarios lo calificaron en un 17% como regular y malo a este aspecto, manifestando causas de la disconformidad y mejoras - visitantes del mes de enero.

Los visitantes que arribaron a la localidad en el mes de febrero, evaluaron de manera homogénea a los servicios de la localidad, entre el 19% y un 72% lo califica como muy bueno y buen servicio, en cuanto al tránsito en el pueblo y alrededores hay un 11% que expresa disconformidad con el servicio, mencionado mejoras para este aspecto.

Disconformidad- Servicio y sub ítems en los que el visitante manifiesta disconformidad y mejoras para el servicio utilizado. **Mes Enero y Febrero 2017.-**

Servicio	Items Deficiencias- Mejoras	Enero	Febrero
Subtotal Mensual		20,5%	11,2%
Tránsito en el Pueblo y Alrededores	Estacionamiento	2,0%	2,0%
	Señalización	2,0%	0,8%
	Tránsito de Vehículos	12,3%	6,9%
	Tránsito Peatonal	1,8%	0,3%
	Otros	2,4%	1,1%
Subtotal Mensual		11,8%	10,4%
Mantenimiento y limpieza de la localidad	Limpieza	5,7%	3,5%
	Mantenimiento	6,1%	6,9%
Subtotal Mensual		5,9%	2,4%
Información Turística	Personal y Atención al Público	3,4%	1,5%
	Material de Apoyo	2,4%	0,9%

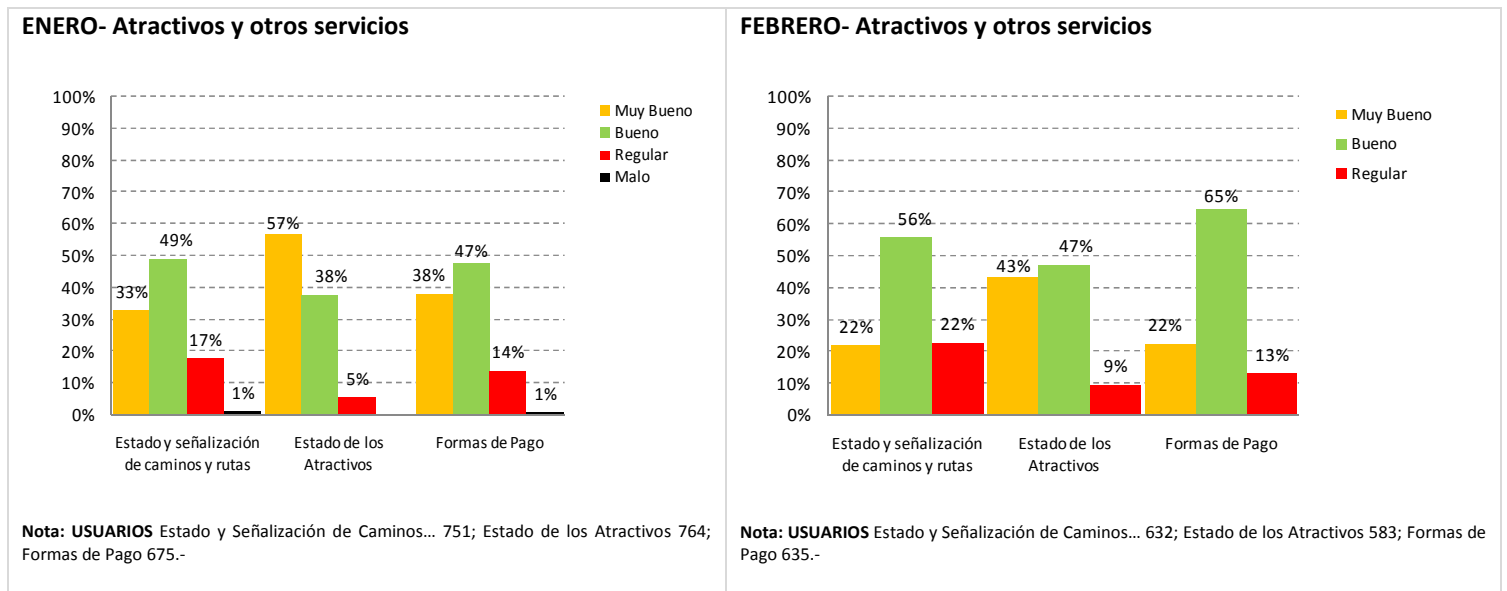
Nota: Las menciones corresponden siempre a Regular y Malo, cuantificando además, en caso de corresponder, aquellas menciones que habiendo calificado el servicio como "Bueno" manifiesta disconformidad.-

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA



Gráfico 7

Atractivos y otros servicios – Evaluación de los servicios utilizados por los visitantes, según escala Muy Bueno, Bueno, Regular y Malo. Mes Enero y Febrero 2017.-



Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA

Atractivos y otros servicios, se destaca el estado de los atractivos como muy buen servicio 57%, a su vez hay un 5% que manifiesta mejoras para el mismo, primer alerta de mejoras que encontramos para este segmento. El estado y señalización de caminos y rutas se calificó como buen servicio en un 49%, aunque hay un 18% que manifiesta mejoras para el mismo; la formas de pago, entendida como un servicio del destino a la hora de contratar y/o comprar fue calificada como buen servicio en general 47%, mientras que un 15% manifiesta mejoras y deficiencias en el servicio. Evaluaciones manifestadas por el visitante de enero.

Los usuarios del mes de febrero, fueron más críticos y evaluaron en general estos aspectos como buen servicio, donde se destaca formas de pago 65%, estado y señalización de caminos y rutas 56%, seguido del estado de los atractivos en un 47%. Asimismo y como el gráfico 7- Febrero- indica hay un 22% que expresa disconformidad con el servicio estado y señalización de caminos y rutas, 13% en las formas de pago y 9% en estado de los atractivos; como dijimos antes son indicadores/ alertas de mejoras.



Secretaría de Turismo
Municipalidad de Villa La Angostura

Disconformidad- Servicio y sub ítems en los que el visitante manifiesta disconformidad y mejoras para el servicio utilizado. **Mes Enero y Febrero 2017.-**

Servicio	Items Deficiencias- Mejoras	Enero	Febrero
Subtotal Mensual		16,5%	17,9%
Estado de caminos y rutas	Mantenimiento	4,4%	2,8%
	Señalización	11,3%	14,2%
	Otros	0,8%	0,8%
Subtotal Mensual		15,0%	12,0%
Medios de Pagos	Débito/ Crédito	9,8%	9,0%
	Sólo Efectivo	2,7%	1,3%
	Otras Monedas	0,4%	0,6%
	Otros	2,1%	1,1%
Subtotal Mensual		17,8%	18,2%
Estado de los atractivos	Conservación	6,4%	9,6%
	Acceso y señalización	9,0%	7,0%
	Instalaciones	2,0%	1,5%
	Otros	0,4%	...

Nota: Las menciones corresponden siempre a Regular y Malo, cuantificando además, en caso de corresponder, aquellas menciones que habiendo calificado el servicio como "Bueno" manifiesta disconformidad.-

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA



TIPO DE TURISMO SEGÚN CANTIDAD DE NOCHES EN VLA- ITINERANTE Y DE ESTADÍA

Cuadro 6

Intención de visitar otros Destinos – Proporción de turistas con intención de visitar otros Destinos Turísticos, durante éste viaje. Enero y Febrero 2017.-

¿EN ESTE VIAJE, VISITARÁ OTROS DESTINOS?	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
SI, visitará otros Destinos	558	72%	504	79%
NO visitará otros Destinos	216	28%	131	21%
TOTAL	774	100%	635	100%

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA

Durante el viaje de estas vacaciones de verano el 72% en enero y el 79% en febrero visitaron otros destinos turísticos, además de Villa La Angostura. Solo un 28% y 21% respectivamente viajó desde su lugar de residencia habitual para permanecer en el destino VLA.

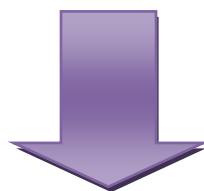
Cuadro 6.1

Tipo de Turismo ²– Cantidad de grupos que visitaron otros destinos turísticos, según comportamiento “itinerante/ de estadía” y las noches que dedicaron al destino visitado. Enero y Febrero 2017.-

TIPO DE TURISMO	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
Itinerante	321	57,5%	261	51,8%
De Estadía	237	42,5%	243	48,2%
TOTAL	558	100%	504	100%

Nota: El tipo de turismo se calcula en relación a la cantidad de noches que dedicó a VLA y las noches que se alojó en el destino que visitó en este viaje.-

Al segmento que respondió que visitará otros destinos turísticos durante este viaje, se les preguntó además, que mencione el destino y la cantidad de noches que le dedicará. Comparado con las noches que dedicó a Villa La Angostura, **se obtuvo el tipo de turismo, para enero se concluyó que el 57% de los visitantes es Itinerante** (la mayor estadía la hace aquí en el destino VLA) **y un 42% es de estadía**, aquí además de VLA entran otros destinos a los que les dedicó la mayor cantidad de noches.



² **Tipo de Turismo: Turismo Itinerante**, cuando el turista incluye visitas (desplazamientos con pernóctes) a varios lugares y destinos (ciudades, pueblos, etc.) equidistantes en su recorrido. **Turismo de Estadía**, el visitante permanece y dedica una “x” cantidad de noches al destino principal pensado para sus vacaciones.



Cuadro 7
Destinos Visitados- Detalle de los Destinos Turísticos que visitó en este viaje, según tipo de turismo.
Enero y Febrero 2017.-

Enero		Febrero	
DESTINOS ITINERANTES (Noches menores a las de VLA)		DESTINOS ITINERANTES (Noches menores a las de VLA)	
	%		%
San Martín de Los Andes	37%	San Martín de Los Andes	36%
Bariloche	26%	Bariloche	27%
Chile (Osorno- Pto. Mont- Frutillar- Valdivia)	17%	Chile (Osorno- Pto. Mont- Frutillar- Valdivia)	15%
Otra Localidad del Corredor de los Lagos	13%	Otra Localidad del Corredor de los Lagos	12%
Otra Localidad Sur Neuquino	7%	Otra Localidad Sur Neuquino	11%
Otras de Paso	1%	Otras de Paso	1%
DESTINOS DE ESTADÍA (Noches Iguales/ Mayores a las de VLA)		DESTINOS DE ESTADÍA (Noches Iguales/ Mayores a las de VLA)	
	%		%
San Martín de Los Andes	37%	San Martín de Los Andes	42%
Bariloche	32%	Bariloche	25%
Chile (Osorno- Pto. Mont- Frutillar- Valdivia)	11%	Chile (Osorno- Pto. Mont- Frutillar- Valdivia)	15%
Otra Localidad del Corredor de los Lagos	12%	Otra Localidad del Corredor de los Lagos	12%
Otra Localidad Sur Neuquino	5%	Otra Localidad Sur Neuquino	5%
Esquel	3%	Las Grutas	1%
Las Grutas	2%		

Nota: Enero "n321" y "n237"; Febrero "n261" y "n243"- Respuesta múltiple opción.-
Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-

Aquí se presentan los destinos que visitó durante el viaje para estas vacaciones de verano; **enero indica en términos de turismo itinerante que a Villa La Angostura se lo combinó con San Martín de los Andes en un 37%, con Bariloche un 26%, con Chile en un 17%, finalmente otras localidades del Corredor de los Lagos en un 13%** (El Bolsón, Lago Puelo). Los **destinos de estadía**, a los que le dedicó iguales noches que a VLA o las mayores noches, son **San Martín en un 37%, Bariloche 32%, Otras localidades del Corredor de los Lagos 12% y Chile 11%.**

Febrero repite el escenario en el comportamiento itinerante con las mismas localidades de enero, variando en %, se destaca a las otras localidades del sur Neuquino en un 11% (Trafal, Junín de los Andes). El comportamiento del segmento de estadía varía en el orden de aparición respecto a enero, Chile en el tercer puesto con un 15%.

Cuadro 7.1
Destino Chile- Detalle de la visita que realizó a Chile, según planificación del viaje.
Enero y Febrero 2017.-

Viaje a Chile	Enero		Febrero	
	v.a	%	v.a	%
Planificado	55	69%	57	78%
Espontaneo	25	31%	16	22%
Total	80	100%	73	100%

Nota: Dato calculado sobre los grupos de turistas que manifestaron visitar otro destino turístico en este viaje.
Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-

Específicamente cuando los **turistas mencionaron el destino Chile**, además de las noches que le dedicó se les preguntó si ese viaje fue planificado o espontaneo, **un 69% en enero lo planificó, al igual que febrero un 78% lo planificó.** La diferencia vale para los turistas que estando aquí en el destino VLA decidieron dedicarle algunas noches a Chile de manera espontanea, 31% enero y 22% febrero.



DESTINOS COMPETITIVOS DE VERANO

Cuadro 8

Intención de vacacionar en otro Destino Turístico- Grupo de turistas que pensó en otro Destino Turístico para vacacionar esta temporada. **Enero y Febrero 2017.-**

¿PENSÓ EN OTRO DESTINO PARA ESTAS VACACIONES?	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
SI, pensó en otro Destino	178	23%	150	24%
NO pensó en otro Destino	596	77%	485	76%
TOTAL	774	100%	635	100%

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-



Destinos competitivos, aquellos que el turista descartó pero los pensó como posible alternativa para estas vacaciones de verano. Para el mes de enero hubo una intención del 23% y para febrero del 24%, la mayoría de los turistas no pensaron otro destino para estas vacaciones.

Cuadro 8.1

Destinos Competitivos- Principales destinos competitivos de Villa La Angostura mencionados por los visitantes para estas vacaciones. **Enero y Febrero 2017.-**

Enero- "n178 grupos"		Febrero- "n150 grupos"	
DESTINOS COMPETITIVOS	%	DESTINOS COMPETITIVOS	%
Playas Argentinas	35%	Playas Argentinas	27%
Mar del Plata	11%	Mar del Plata	4%
Otros Destinos de la Costa	19%	Otros Destinos de la Costa	17%
Las Grutas	6%	Las Grutas	6%
Destinos de Sierra (Córdoba/ San Luis)	9%	Córdoba	6%
San Martin de Los Andes	8%	San Martin de Los Andes	8%
Bariloche	8%	Bariloche	6%
Otros Destinos del Corredor de los Lagos	13%	Otros Destinos del Corredor de los Lagos	20%
Norte Argentino	8%	Norte Argentino y Cataratas	13%
Mendoza	6%	Brasil - Destinos de Playas	15%
Brasil - Destinos de Playas	18%	Chile	5%
Chile	4%	Otros Países (Uruguay, Bolivia, Perú)	10%
Otros Países (Uruguay, Bolivia, Perú)	12%		

Nota: Respuesta múltiple opción.-

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-

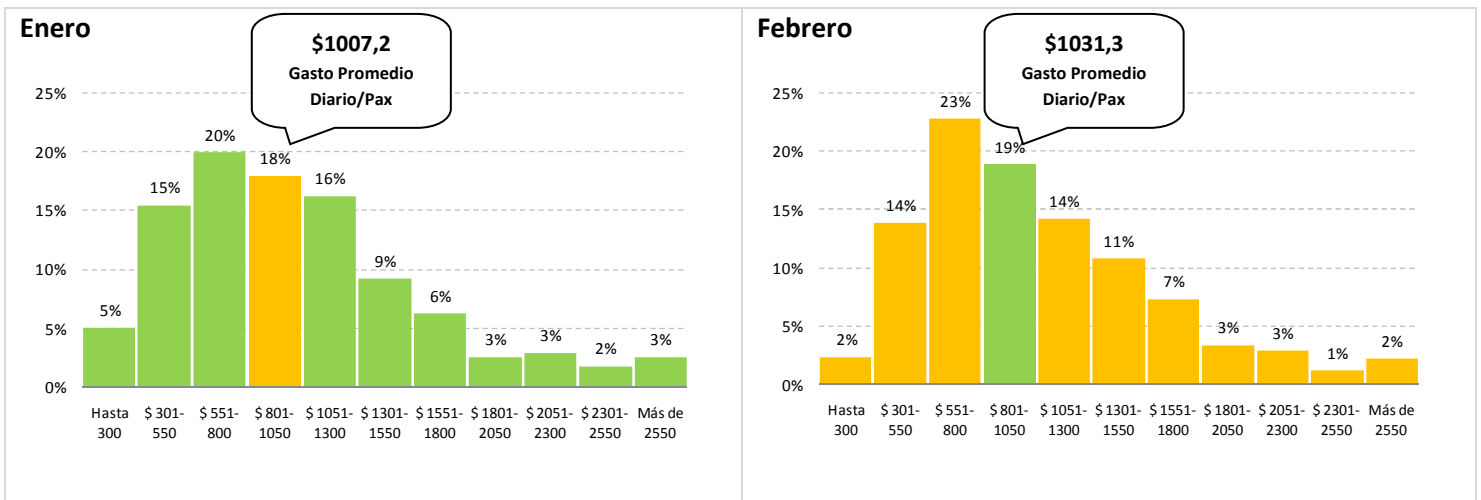
Para el segmento que pensó en otros destinos posibles de vacaciones, se les preguntó por cuales, arrojando que en su mayoría Villa La Angostura compite con destinos de playa en un 35% para enero y en un 27% en febrero. Le siguen otros destinos del corredor de los lagos 13% para enero y 20% en febrero; también se mencionó otros países como Brasil y sus destinos de playa con una participación del 18% en enero y 15% para febrero.



GASTO TURISTICO PROMEDIO DIARIO/ PAX

Gráfico 9

Gasto Turístico Diario/ Pax – Proporción del Gasto Turístico Diario por pax, según promedio mensual. Enero y Febrero 2017.-



Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-

El **gasto turístico promedio diario/pax da para el mes de enero \$1007.2**, valor al que hay que sumarle un promedio del 40% + si se quiere aproximar el gasto incluyendo los valores de alojamiento; del presupuesto que el visitante destina a sus vacaciones en el destino dedica la mayor proporción del gasto al alojamiento, servicio que además declara reservarlo previamente, para el mes de enero hay un 60% de la demanda que realizó la reserva previa de este servicio. Mientras que durante el **mes de febrero el gasto turístico promedio diario/pax arrojó \$1031.3**, aquí en nivel de reserva previa fue del 70% y la mayoría también refirió a alojamiento.

DETALLE DEL GASTO- SERVICIOS QUE INCLUYÓ EN EL GASTO DURANTE SU ESTADÍA EN EL DESTINO

Cuadro 9

Descripción del Gasto – Servicios que utilizó e incluyó en el gasto que declara durante su estadía en el destino. Enero y Febrero 2017.-

Qué Incluye el Gasto?	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
Alojamiento	534	69%	522	82%
Servicio de Restaurantes y Comidas	774	100%	635	100%
Actividades	560	72%	571	90%
Rental	31	4%	40	6%
Combustible	541	70%	485	76%
Souvenir- Regionales	311	40%	376	59%

Nota: Respuesta múltiple opción.

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-

Del gasto global que declara haber hecho durante su estadía en el destino, detalla que principalmente incluye para el mes de enero el servicio de restaurantes y comidas 97%, las actividades 72%, el combustible 70% servicios que en general contrata una vez en el destino, mientras que el alojamiento es cancelado según reserva previa. En febrero detalla el gasto principalmente en restaurantes y comidas 98%, actividades 90% y combustible 76%; cancelando además el resto correspondiente a reserva previa en alojamiento.



Cuadro 9.1

Actividades – Detalle de las actividades contratadas y por cuenta propia que realizó el visitante durante su estadía en el destino. **Enero y Febrero 2017.-**

Describe Actividades	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
Pasar el día en SMA	103	18%	122	21%
Pasar el día en TRA	23	4%	57	10%
Pasar el día en BCH	64	11%	59	10%
Pasar el día en Chile	7	1%	4	1%
Playa	156	28%	187	33%
Catamaran/ Lacustre	189	34%	215	38%
Bicicleta	68	12%	47	8%
Kayak	40	7%	54	9%
Canopy	32	6%	19	3%
Cabalgata	20	4%	22	4%
Trekking- Senderos- Caminatas	56	10%	44	8%
Recorrer- Miradores- Atractivos	50	9%	147	26%
Arrayanes	27	5%	49	9%
Otras (Pista de hielo, plaza, pileta alojamiento)	8	1%	6	1%
No describe/ no sabe	79	14%	68	12%

Nota: Respuesta múltiple opción.

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/VLA.-

De las actividades que mencionó el visitante, tenemos un 34% dedicado a pasar el día en destinos próximos, le siguen las actividades lacustre/ catamarán 34%, hacer playa 28%, y la contratación de equipos para realizar la actividad (bicicleta, kayak, canopy, cabalgata, etc) un 29%. Comportamiento para el mes de enero.

Durante el mes de febrero, los visitantes detallaron principalmente la realización de actividades tales como pasar el día en destinos próximo 42%, actividades lacustre/ catamarán 38%, playa 33% y la contratación de equipos para realizar la actividad (bicicleta, kayak, canopy, cabalgata, etc) un 24%.



PLANIFICACIÓN DEL VIAJE- ANTICIPACIÓN CON LA QUE DECIDIÓ EL DESTINO PARA VACACIONAR

Cuadro 10

Planificación del Viaje- Comparativo mensual de la anticipación con la que el visitante decidió el destino para vacacionar. **Temporada Estival 2017- Enero y Febrero.-**

PLANIFICACION (Anticipación con la que decidió el destino)	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
Un mes	176	22,7%	134	21,1%
Dos meses	172	22,2%	175	27,6%
Tres meses	264	34,1%	244	38,4%
Mayor a tres meses	162	20,9%	82	12,9%
TOTAL	774	100%	635	100%

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo – Área Técnica

Los visitantes del destino, tienen el comportamiento general de haber planificado estas vacaciones con una antelación mayor/ igual a tres meses, como se puede ver lo manifestó un 55% para el mes de enero. Durante el mes de febrero los visitantes manifestaron haber planificado estas vacaciones en un 51% con tres meses y más de antelación.

RESERVAS- CONTRATACIONES PREVIAS AL VIAJE

Cuadro 11

Reservas/ Contrataciones- Comparativo mensual de la realización de Reservas/ Contrataciones previas al viaje. **Temporada Estival 2017- Enero y Febrero.-**

RESERVAS (Contrataciones previas al viaje)	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
Realizó reservas/ contrataciones previas	458	59,2%	444	69,9%
No Realizó Reservas ni contrataciones previas	316	40,8%	191	30,1%
TOTAL	774	100%	635	100%

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo – Área Técnica



Cuadro 11.1

Tipo de Reservas- Contrataciones- Comparativo mensual de las Reservas/ Contrataciones que realizó el visitante previas al viaje. **Temporada Estival 2017- Enero y Febrero**

Tipo de Reservas/ Contrataciones	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
Alojamiento	445	97%	438	99%
Agencia de Viajes	6	1%	6	1%
Alquiler de Auto	7	2%	13	3%
Avión	10	2%

Nota: Enero "n458"; Febrero "n444"- Respuesta múltiple opción.-

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo – Área Técnica

Consultado los visitantes acerca de la realización de reservas y contrataciones previas al viaje, durante el mes de enero se obtuvo que el 59% las realizó, mientras que para el mes de febrero hubo un 70% que manifestó haber contratado/ reservado de manera previa.

Principalmente esa reserva fue destinada al alojamiento, enero arrojó un 97% y febrero casi el 100%.



MEDIOS DE INFORMACIÓN QUE CONSULTÓ, PREVIA AL VIAJE

Cuadro 12

Búsqueda de Información- Comparativo mensual de la búsqueda de información previa al viaje.

Temporada Estival 2017- Enero y Febrero

BUSQUEDA de información del destino	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
Buscó información del Destino	605	78%	470	74%
No buscó información	169	22%	165	26%
TOTAL	774	100%	635	100%

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo – Área Técnica



La mayoría de los turistas que arribaron al destino consultaron información antes de viajar, como se observa en el cuadro 12 el comportamiento es similar para ambos meses, 78% y 74% respectivamente.

Cuadro 12.1

Medios de Información- Comparativo mensual los medios de información que consultó previo al viaje.

Temporada Estival 2017- Enero y Febrero

INFORMACIÓN - Medios que consultó acerca del Destino	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
Amigos que ya conocían (recomendación)	271	44,8%	174	37,0%
Sitios webs de viajes (despegar, booking, tripadvisor, Aerolines, etc)	261	43,1%	268	57,0%
Redes sociales (oficial municipio)	89	14,7%	83	17,7%
Sitio web de alojamiento contratado	68	11,2%	100	21,3%
Agencia de Viajes	16	2,6%	13	2,8%
Internet gral.	121	20,0%	17	3,6%
Publicidad en medios gráficos/de comunicación	5	0,8%

Nota: Enero "n605"; Febrero "n470"- Respuesta múltiple opción.-

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo – Área Técnica

ATRIBUTOS/ CARACTERÍSTICAS CON LAS QUE ASOCIA EL DESTINO

Cuadro 13

Atributos del Destino- Características/ Atributos con lo que más asocia al destino cuando se lo mencionan/

mencionaron. **Enero y Febrero 2017.-**

Atributos/ Características	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
Cultural- Valores del Destino- Servicios	268	35%	235	37%
Naturaleza- Paisaje	533	69%	424	67%
Aspectos sensoriales	577	75%	502	79%
Otro (Arquitectura, exclusivo, no masificado, etc)	51	7%	84	13%

Nota: Enero "n774"; Febrero "n635"- Respuesta múltiple opción.-

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo – Área Técnica

Respecto a la imagen del destino, se consulto con que asocia mayormente a VLA cuando se lo mencionan y arrojó que principalmente despierta aspectos sensoriales (relax, paz, belleza, inmensidad, silencio, etc), como así también mencionaron los atributos naturales pudiendo describir sus componentes (ríos, lagos, montaña, etc), como el cuadro 13 indica el comportamiento fue similar para ambos meses.



MEDIO DE TRANSPORTE – ¿Cómo arribó a Villa La Angostura/ Región?

Cuadro 14

Medios de Transporte- Principales medios de transportes utilizados para arribar al destino/ región.

Enero y Febrero 2017.-

MEDIOS DE TRANSPORTE	ENERO		FEBRERO	
	v.a	%	v.a	%
Automóvil	1010	61%	1293	63%
Omnibus línea regular	156	9%	163	8%
Avión + Combinación	383	23%	455	22%
Avión + taxi/tranfer	353	21%	423	21%
Avión de línea regular + Auto Alq	25	2%	29	1%
Avión de línea Regular + omnibus	5	0,3%	3	0,1%
Micro/ Combi Excursión	66	4%	54	3%
Otro (Bicicleta, Moto, a dedo)	34	2%	87	4%
TOTAL	1649	100%	2052	100%

Nota: Datos tomados de la consulta al turista – Oficina de Información Turística 2017.-

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo – Área Técnica

Cuadro 15

Expectativas para este viaje – Visitantes por primera vez en el destino, manifiestan su experiencia y evalúan la experiencia. **Enero y Febrero 2017.-**

Expectativas	Enero		Febrero	
	v.a	%	v.a	%
Muy Bueno (superó sus expectativas)	271	69%	158	61%
Bueno (hasta ahora bien)	71	18%	78	30%
Regular (aconteció algo, sugiere...)	10	3%	2	1%
Malo (aconteció algo inesperado, marcó el viaje negativamente)	1	0%
No Evalúa	42	11%	22	8%
TOTAL	394	100%	261	100%

Fuente: Secretaría Municipal de Turismo- Relevamiento Temporada Estival 2017/ VLA.-

A los que arribaron por primera vez al destino, se les consultó si la experiencia de este viaje cumplió sus expectativas presentándoles una escala de opciones, en su mayoría la experiencia fue muy buena, superó sus expectativas en ambos meses.