



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

INFORME TEMPORADA ALTA ESTIVAL ENE-
FEB 2018.-

Municipalidad de Villa La Angostura - Secretaría de Turismo
– Área Técnica.-
01/03/2018



Secretaría de Turismo
Municipalidad de Villa La Angostura



M MUNICIPALIDAD DE VILLA LA ANGOSTURA

SECRETARÍA DE TURISMO

RELEVAMIENTO TEMPORADA ESTIVAL 2018

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:

Bengoia Diego

De Los Santos Romina

Jaque Viviana

Proceso de Datos: Herramienta Qlik Sense – Administrador Téc. Rodrigo Torrealba OPTIC

Elaboración de Informe: Srta. Mendoza Marisol – Área Técnica – Secretaría de Turismo



Relevamiento Temporada Estival 2018

Tamaño de la Muestra

TAMAÑO	ENE	FEB	MARZ	TOTAL
Grupos	446	567	224	1.237
Pax	1035	1738	626	3.399

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)

Periodo de Relevamiento

- ✓ 4 de enero del 2018 al 2 de abril del 2018

Metodología

1ª Etapa: Se dio inicio al Relevamiento de Temporada Estival con la contratación de los encuestadores y el correspondiente entrenamiento previo. Se comenzó con la toma de datos en lápiz y papel hasta la semana del 23 de enero, luego y habiendo probado los dispositivos móviles en el terreno, se continuo con la toma de datos a través de las tablets.

2ª Etapa: Se continuó desde el 24 de enero y hasta finalizar el Relevamiento con la captura de datos mediante las tablets, esto hizo que se mejore en tiempo y sea más atractivo abordar al turista/ visitante.

Para lograr óptimos resultados, se trabajó de manera conjunta con la OPTIC, en el diseño y búsqueda de una herramienta que permita capturar los datos de manera más efectiva, minimizando los errores en la toma de datos ya que los filtros para cada variable se aplicaron en cada caso y guiaba de manera lógica la continuidad de la entrevista. Por otro lado se suprimió la figura del tabulador de datos y el data entry. Quedando solo el paso de depuración final a través de los datos almacenados en las tablas internas del sistema. La herramienta que se utilizo es Qlik Sense.



PERFIL COM PORTAM ENTAL – Principales Variables del Comportamiento de la Demanda que visita el Destino Villa La Angostura -Temporada Alta Estival meses Ene y Feb 2018.-

VARIABLES	%
Experiencia previa con el destino	
Dda. Con Experiencia	40,7
Dda. Primera Visita	59,3
Grupo de Viaje	
Familiar (Familias)	62,9
Su Pareja	25,1
Amigos	8,6
Solo	3,0
Otro (contingente)	0,4
Medio de Transporte	
Automóvil	56,3
Avión + Auto	10,4
Avión + Omnibus	11,6
Avión + Trasfer	11,0
Omnibus de Linea Regular	7,3
Otro	3,4

Fuente: Relevamiento Temporada Estival 2018- Secretaría de Turismo – Municipalidad de Villa La Angostura.-

Experiencia previa en Villa La Angostura

Si analizamos la variable experiencia previa del visitante con el Destino Turístico, obtenemos que **quienes eligieron vacacionar esta temporada son visitantes que arriban por primera vez (+18.6%) respecto a quienes ya conocían el destino.** Se infiere entonces que **el destino incrementó sus visitantes nuevos, en un +18.6% y mantiene una demanda fidelizada en un 40.7%** de visitantes que vuelven a elegir el destino para vacacionar.

Grupo de Viaje

En general **los visitantes del destino arriban** acompañado de su **Grupo Familiar en un 62.9%**, seguido del segmento **Parejas en un 25.1%** de ello se desprende que es un destino altamente familiar.

Medio de Transporte

Otro comportamiento a destacar es que **los visitantes arriban al destino** en su propio **automóvil 56.3%**, seguido del medio de transporte **Avión + una combinación de transporte en un 32.0%**.



PERFIL COM PORTAM ENTAL – Principales Variables del Comportamiento de la Demanda que visita el Destino Villa La Angostura -Temporada Alta Estival meses **Ene y Feb 2018**.-

VARIABLES	%
Gasto Promedio Día/ Pax	\$ 1.468,00
Hasta \$350	10,0
De \$351 - \$700	15,0
De \$701 - \$1050	14,0
De \$1051 - \$1400	15,0
De \$1401 - \$1750	12,0
De \$1751 - \$2100	10,0
De \$2101 - \$2450	8,0
De \$2451 - \$2800	7,0
Mayor a \$2800	9,0
Noches Promedio	5,7
Hasta 2 Noches	14,1
De 3 - 4 Noches	26,5
De 5 - 6 Noches	29,3
De 7 - 8 Noches	17,9
Mayor a 8 Noches	12,2

Fuente: Relevamiento Temporada Estival 2018- Secretaría de Turismo – Municipalidad de Villa La Angostura.-

Gasto Turístico Promedio Diario por Pax

Se consultó a los visitantes del destino cuál fue el gasto aproximado que realizaron durante la estadía en Villa La Angostura, se pudo obtener que en Promedio **Gastan \$1.468,00 por día por persona**. Se les pidió que tengan en cuenta la estadía, el alojamiento, las actividades, el uso de restaurantes y comidas, el transporte/ combustible, etc. De ello además se desprende que hay un **54,0% de los visitantes** que tiene un comportamiento frente al gasto y en relación al promedio por debajo de este valor, es decir **gastan entre \$350,00 y hasta \$1.400,00**. Por otro lado hay un segmento del **34,0% que gasta por arriba del promedio es decir que por día/ pax gastan desde los \$1.751,00**.

Estadía Promedio

En cuanto a la **estadía el promedio da entre 5 y 6 noches de permanencia en el destino**, este comportamiento se ve reflejado en un **29.3% de los visitantes**; mientras que un 40.6% permanece en el destino entre 1 y 4 noches; en el otro extremo hay un 30.1% que destina una estadía por arriba de las 6 noches de alojamiento.



PERFIL COM PORTAM ENTAL – Principales Variables del Comportamiento de la Demanda que visita el Destino Villa La Angostura -Temporada Alta Estival meses Ene y Feb 2018.-

VARIABLES	%
Planificación del Viaje	
Menor a 1 Mes	32,0
De 1 - 3 Meses	37,9
Mayor a 3 Meses	25,6
Mayor a un año	4,5
Lugar de Residencia	
Nacionales	
	90,3
Capital Federal y Gran Buenos Aires	28,4
Provincia de Buenos Aires	26,1
Pcia. del Neuquén	12,3
Pcia. de R. Negro	4,5
Córdoba	4,3
Santa Fe	3,6
Resto del País	11,1
Extranjeros	
	9,7
Chile	4,6
Brasil	2,1
Uruguay	1,5
España	1,5

Fuente: Relevamiento Temporada Estival 2018- Secretaría de Turismo – Municipalidad de Villa La Angostura.-

Planificación del Viaje

El perfil comportamental de los visitantes del destino se complementa además con la anticipación con que **planifican su viaje al destino**; esto arrojó que un **31,0% planificó sus vacaciones con una antelación mayor a tres meses**, mientras que la **decisión a último momento arroja un 69.9%**, se infiere que la decisión por el destino **no es planificada con mucho tiempo**, el visitante planifica con unos días previos y hasta tres meses el lugar para esta temporada.

Lugar de Residencia

Otra característica importante de los visitantes es conocer de dónde vienen? Se obtuvo que **la mayoría es de procedencia Nacional 90.3%**, principalmente de los mercados de **Capital Federal y Gran Buenos Aires en un 28.4%**, seguido de **Provincia de Buenos Aires en un 26.1%**, como mercado regional se destaca la **Provincia de Neuquén 12.3%**. El **mercado extranjero** tiene una participación del **9.7%**, principalmente proceden de **Chile 4.6%**, seguido de **Brasil 2.1%**.



AGRADECIMIENTOS

La Secretaría 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. Esto posibilitó e 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 Amancay S.A – Transporte
- ✓ Establecimientos hoteleros – Alojamientos habilitados
- ✓ Finalmente agradecer a cada Turista, por la predisposición y el tiempo dedicado a responder la encuesta en los diferentes atractivos: playas y/o alojamientos turísticos.