



MUNICIPALIDAD
DE VILLA LA
ANGOSTURA -
SECRETARÍA
MUNICIPAL DE
TURISMO

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



Relevamiento Temporada Invernal 2016 | Área Técnica



**MUNICIPALIDAD DE VILLA LA ANGOSTURA
SECRETARÍA DE TURISMO
RELEVAMIENTO TEMPORADA INVERNAL 2016**

2

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

Encuestadoras:

Srta. Macarena Guzmán

Srta. Paula Vera

Srta. Analia Matías

Data Entry -Proceso de Datos: Lic Verónica Garritano

Srta Mendoza Marisol

Elaboración de Informe: Srta. Mendoza Marisol



INDICE

AGRADECIMIENTO	5
ANEXO	31
Credenciales temporada invernal 2016	33
Cronograma de trabajo julio y Agosto 2016	32
DEMANDA ESQUIADORA – Gasto Turístico Diario por Pax	18
Demanda Esquiadora- Comportamiento y Perfil de la Dda. Esquiadora	16
DEMANDA ESQUIADORA- Perfil de la demanda según actividad a realizar	16
DESTINOS COMPETITIVOS EN TEMPORADA INVERNAL	13
ESTADÍA PROMEDIO EN EL DESTINO	8
Evaluación de los Servicios Cerro Bayo – Calificación de los servicios utilizados por los visitantes	20
Evaluación de los Servicios en el Destino – Calificación de los servicios utilizados por los visitantes	25
EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS EN CERRO BAYO	20
EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS EN EL DESTINO	25
EXPERIENCIA CON EL DESTINO	6
GRUPOS DE VIAJE – EDAD Y SEXO ¿Con quién realiza el viaje?	10
IMAGEN- Tipo De Construcción para el Destino	15
LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS VISITANTES	9
MEDIOS DE TRANSPORTE ¿Cómo arribó a la Región/ Destino?	11
MOTIVOS POR LOS QUE VISITA EL DESTINO EN INVIERNO	12
Parte de la metodología de trabajo	31
PLANIFICACIÓN DEL VIAJE EN TEMPORADA INVERNAL	14
RELEVAMIENTO TEMPORADA INVERNAL 2016	6
Temporada Invernal 2016- ACTIVIDAD REALIZADA- Tipo de Actividad que realizó la Dda. Esquiadora y No Esquiadora durante su visita al destino	16
Temporada Invernal 2016- DEMANDA ESQUIADORA- Gasto Turístico diario	18
Temporada Invernal 2016- DEMANDA ESQUIADORA- Perfil de la Dda. Esquiadora, según la cantidad de días que dedicó a esquiar	17
Temporada Invernal 2016- DEMANDA NO ESQUIADORA- Gasto Turístico diario por pax, según servicios y contrataciones realizada en el Destino	19
Temporada Invernal 2016- DESTINOS COMPETITIVOS- Principales destinos que pensó además de VLA para estas vacaciones de invierno	13
Temporada Invernal 2016- DESTINOS COMPETITIVOS- Proporción de visitantes que pensó en otro destino para estas vacaciones de invierno	13
Temporada Invernal 2016- Edad y sexo- Principales tramos etarios de los visitantes del destino según sexo	11
Temporada Invernal 2016- Estadía- Noches promedio de los visitantes alojados en temporada invernal	8



Temporada Invernal 2016- Fidelidad con el destino- Cantidad de veces que visitó VLA en los últimos tres años.....	7
Temporada Invernal 2016- Grupos de viaje- Principales grupos con los que viaja el visitante de temporada invernal.....	10
Temporada Invernal 2016- IMAGEN DEL DESTINO- Material en el tipo de construcción, que los visitantes prefieren más en el destino.....	15
Temporada Invernal 2016- Medio de Transporte- Principales transportes que el visitante utilizó para arribar al destino.....	11
Temporada Invernal 2016- MOTIVOS DE LA VISITA- Principales motivos/razones que el visitante menciona a la hora de elegir el destino.....	12
Temporada Invernal 2016- PLANIFICACIÓN DEL VIAJE- Anticipación con la que planificó el visitante su viaje para estas vacaciones de invierno.....	14
Temporada Invernal 2016- Procedencia- Proporción de visitantes Nacionales y.....	9
Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN CERRO BAYO- Clasificación de la demanda en usuarios y no usuarios según cada servicio a evaluar.....	20
Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN CERRO BAYO- Evaluación de los usuarios para Acceso al Cerro y Estado de las Pistas.....	21
Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN CERRO BAYO- Evaluación de los usuarios para Estacionamiento y Medios de Eleación.....	23
Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN CERRO BAYO- Evaluación de los usuarios para Sanitarios y Atención al Público.....	22
Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN CERRO BAYO- Evaluación de los usuarios para Serv. de Comidas- Confeiterías y las Formas de Pago.....	24
Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN EL DESTINO- Clasificación de la demanda en usuarios y no usuarios según cada servicio a evaluar.....	25
Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN EL DESTINO- Evaluación de los usuarios para Alojamiento y Serv. de Restaurantes- Comidas.....	26
Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN EL DESTINO- Evaluación de los usuarios para Comercios y Ag. de Viajes y Guías locales.....	27
Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN EL DESTINO- Evaluación de los usuarios para el servicio Formas de Pago.....	30
Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN EL DESTINO- Evaluación de los usuarios para Estado y Señalización de caminos y rutas- Tránsito en la Villa.....	29
Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN EL DESTINO- Evaluación de los usuarios para Información Turística y Mantenimiento- Limpieza del destino.....	28
Temporada Invernal 2016- TIPO DE DEMANDA- Clasificación de la demanda según actividad realizada.....	16
Temporada Invernal 2016- Visitantes en invierno- Experiencia previa de la demanda con el destino en temporada invernal.....	7
Turistas- Formulario Temporada Invernal 2	31



AGRADECIMIENTO

La Secretaría Municipal de Turismo agradece a las siguientes empresas, que con su aporte hicieron posible el traslado y permanencia de las encuestadoras para que estas 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
- ✓ Empresa Cerro Bayo S.A.
- ✓ Asociación Hotelera y Gastronómica de VLA

Finalmente agradecer a cada visitante Turistas, Excursionistas por la predisposición y tiempo dedicado a responder la entrevista.



RELEVAMIENTO TEMPORADA INVERNAL 2016 VILLA LA ANGOSTURA

Período de Relevamiento: del 01 de Julio al 31 de Agosto del 2016

Tamaño Muestral TURISTAS:

GRUPOS: 709

PAX: 2410

Tamaño Muestral EXCURSIONISTAS:

GRUPOS: 230

PAX: 692

Puntos de Relevamiento:

1. Cerro Bayo, Base y Plataforma 1500
2. Puerto, Bahía Brava y Bahía Mansa
3. Centro comercial



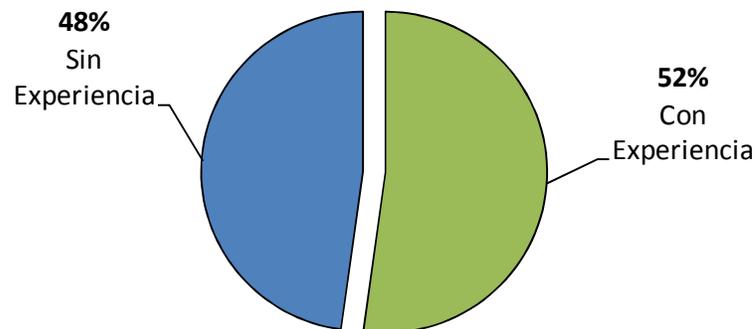
CAPITULO I - TURISTAS

I. Comportamiento - Características de los Turistas que visitaron Villa La Angostura

7

- EXPERIENCIA CON EL DESTINO

Temporada Invernal 2016- Tipo de demanda que visita el destino, según experiencia previa. Julio y Agosto de 2016.-

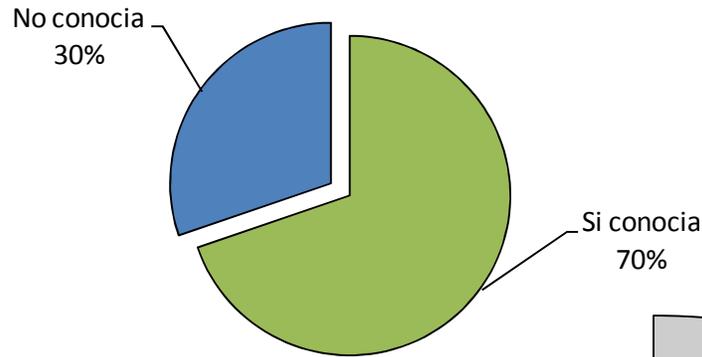


Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-

De acuerdo a los datos obtenidos durante la presente temporada invernal, se puede inferir que **los visitantes del destino cuentan con experiencia previa**, es decir **hay un 4%+ de demanda repetitiva** respecto a los que visitan el destino por primera vez, de aquí se desprende que **un 70% de la demanda con experiencia conoce el destino en invierno**, concluyendo que en su mayoría son visitantes cautivos de la temporada invernal.



Temporada Invernal 2016- Visitantes en invierno- Experiencia previa de la demanda con el destino en temporada invernal. Julio y Agosto de 2016.-



8

Temporada Invernal 2016- Fidelidad con el destino- Cantidad de veces que visitó VLA en los últimos tres años. Julio y Agosto de 2016.-

Visita últimos 3 años	Total
Ninguna vez	7,4%
1 vez	29,8%
2 veces	21,7%
3 veces	36,4%
Más de 3 veces	4,3%
Total	100%

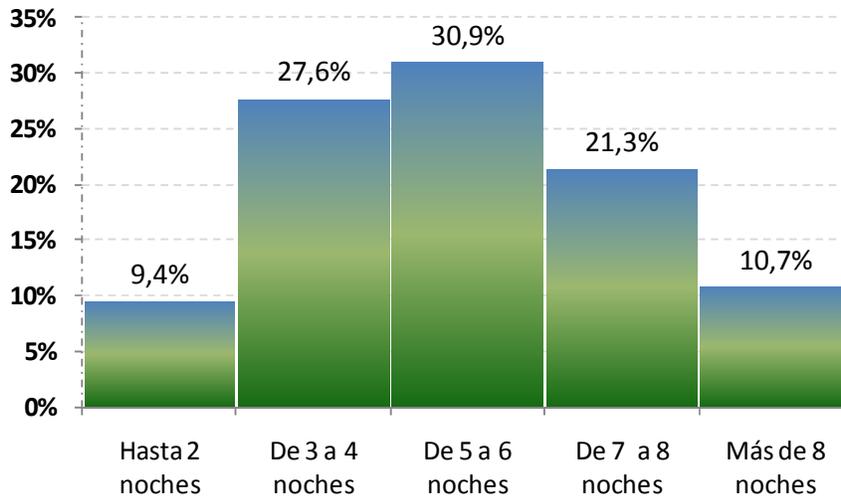
Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-

De esa demanda cautiva, hay un **88%** que visitó el destino en invierno al menos 1 vez en los últimos 3 inviernos (2013- 2014- 2015), destacando que un **36%** realizó 3 visitas en los últimos tres años que se mencionó.



- ESTADÍA PROMEDIO EN EL DESTINO

Temporada Invernal 2016- Estadía- Noches promedio de los visitantes alojados en temporada invernal. Julio y Agosto 2016.-

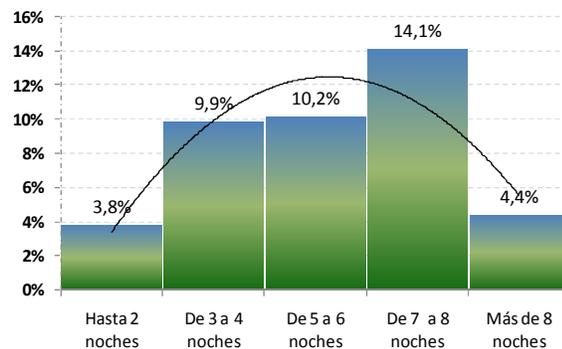
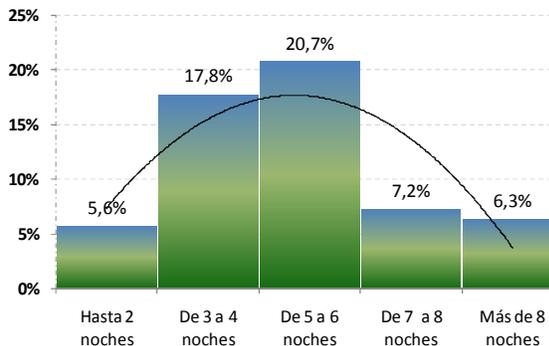


9

La **estadía promedio** para los meses de julio y agosto arrojó **5 noches**, dato que refleja la permanencia de los visitantes relevados durante la temporada invernal 2016. Asimismo se analizó mensualmente la cantidad de noches promedio de permanencia en el destino, obteniendo 5 noches para julio y 6 noches para agosto.

Estadía promedio julio = 5 Noches

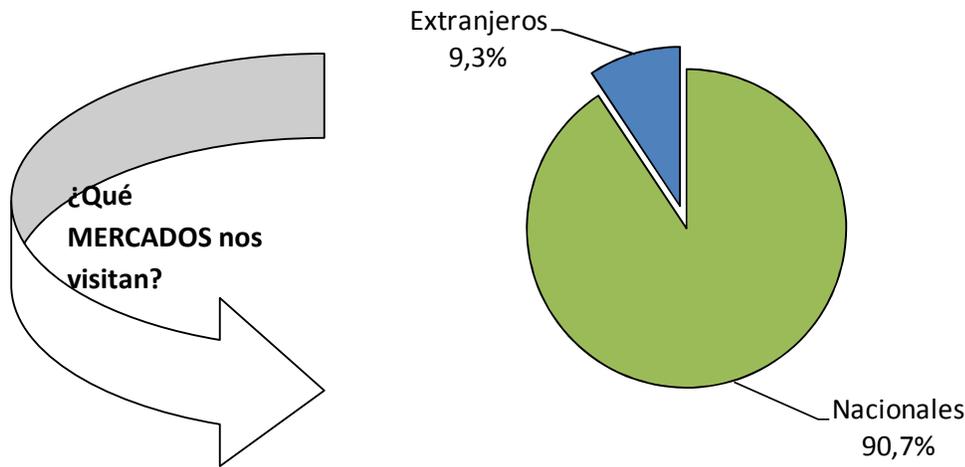
Estadía promedio agosto = 6 noches





LUGAR DE RESIDENCIA DE LOS VISITANTES

Temporada Invernal 2016- Procedencia- Proporción de visitantes Nacionales y Extranjeros en temporada invernal. Julio y Agosto 2016.-



10

PROCEDENCIA	%
Nacionales	90,7%
Capital Federal y Gran Buenos Aires	36%
Pro. De Buenos Aires	17%
Córdoba	7%
La Pampa	2%
Mendoza	4%
Neuquén	10%
Río Negro	3%
Santa Fé	6%
Resto de País	6%
Extranjeros	9,3%
Brasil	4%
Chile	2%
EE.UU	1%
Uruguay	1%
Resto de América	1%
Europa + Resto del Mundo	1%
TOTAL	100%

De los visitantes Nacionales los principales mercados son: Capital Federal y Gran Bs As; Prov. De Bs As; Neuquén; Córdoba y Santa Fé. Mientras que de los visitantes extranjeros, los mercados son: Brasil, Chile y Resto de América.



GRUPOS DE VIAJE – EDAD Y SEXO ¿Con quién realiza el viaje?

Temporada Invernal 2016- Grupos de viaje- Principales grupos con los que viaja el visitante de temporada invernal. Julio y Agosto 2016.-

Grupos de Viaje	v.a	%
Familias	427	60%
Parejas	198	28%
Solos	23	3%
Amigos	61	9%
Total	709	100%

Entre 3 y 4 PAX promedio

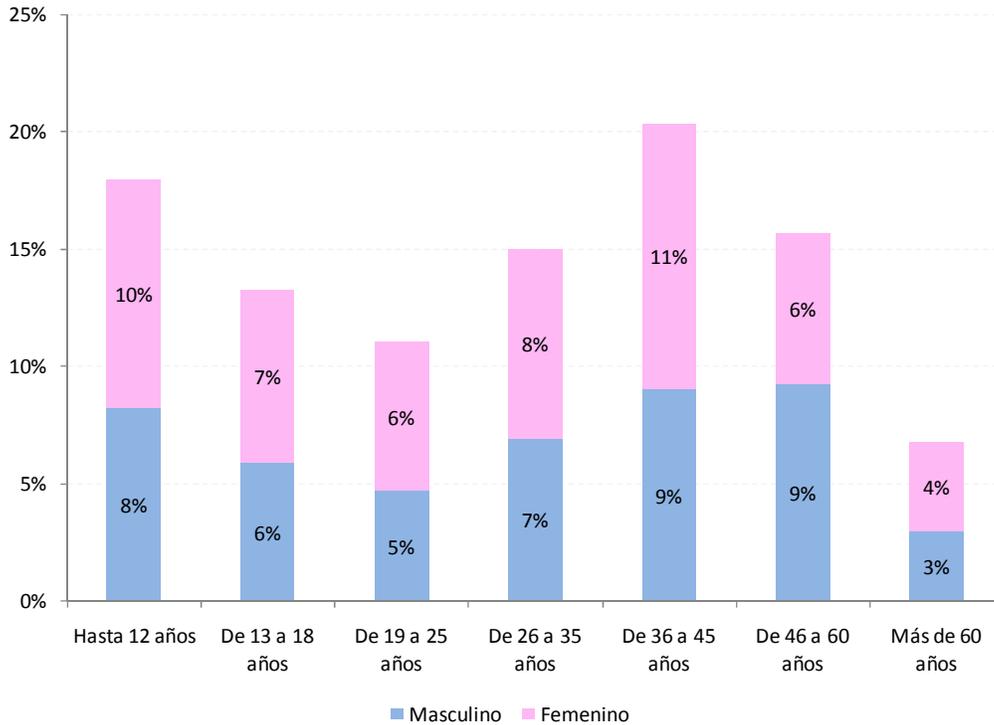
4 PAX promedio

Los principales grupos de viaje que visitan el destino en invierno están compuesto por **FAMILIAS 60% y PAREJAS 28%**, destacando que para el **primer caso el número promedio de integrantes es de 4 personas.**

Asimismo y como el gráfico siguiente describe, podemos observar que las **familias (con hijos) y parejas** están representadas principalmente en los tramos de **26 a 35 años hasta el tramo de 46 a 60 años, significando el 51%** de la población que visita el destino, más el tramo que va hasta los **18 años representando el 31%** de los visitantes comprendiendo así al grupo familiar.



Temporada Invernal 2016- Edad y sexo- Principales tramos etarios de los visitantes del destino según sexo. Julio y Agosto 2016.-



12

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-

MEDIOS DE TRANSPORTE ¿Cómo arribó a la Región/ Destino?

Temporada Invernal 2016- Medio de Transporte- Principales transportes que el visitante utilizó para arribar al destino. Julio y Agosto 2016.-

MEDIO DE TRANSPORTE	v.a	%
Vehículo propio	454	64,0%
Omnibus de Línea Regular	78	11,0%
Avión + Auto Alquilado	78	11,0%
Avión + Taxi	12	1,7%
Avión + Transfer	55	7,8%
Avión + Omnibus	15	2,1%
Otro	17	2,4%
TOTAL	709	100%

22.6%



Los visitantes de VLA en invierno eligen principalmente moverse con sus **vehículos particulares para arribar al destino**, el **64%** elige este medio de transporte. Le sigue en orden de importancia el **avión como medio de transporte para arribar a la región**, representado con el **22.6%** combinando aquí principalmente con el **alquiler de autos (11%)** o la contratación del **transfer (7.8%)**, que permitirá arribar finalmente al destino.

13

MOTIVOS POR LOS QUE VISITA EL DESTINO EN INVIERNO

Temporada Invernal 2016- MOTIVOS DE LA VISITA- Principales motivos/ razones que el visitante menciona a la hora de elegir el destino. Julio y Agosto 2016

RAZONES por las que visita el destino	v.a	%
Descansar/ Vacaciones	607	86%
Practicar actividades invernales	319	45%
Conocer VLA	283	40%
Conocer el centro de esquí	85	12%
Conocer la nieve	75	11%
Visitar Familiar/ Amigos	43	6%

Nota: Respuesta múltiple opción.-

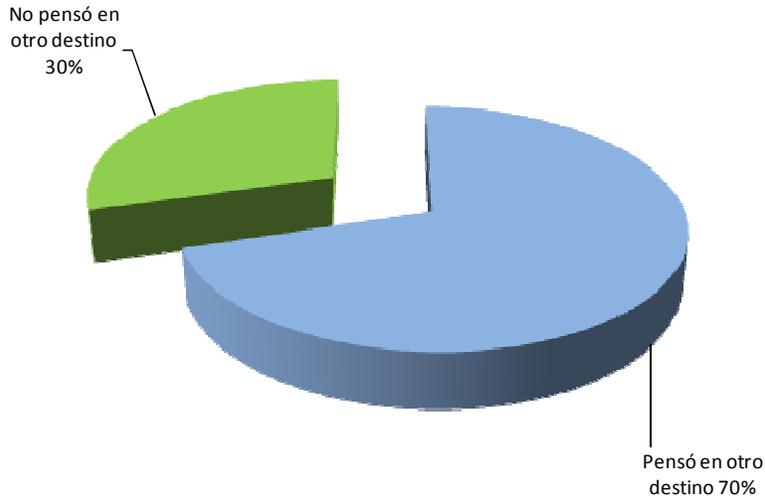
Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-

La demanda turística que visita el destino en temporada invernal tiene como **principal motivo descansar/ vacacionar** lo expresa en un **86%**, aquí tenemos a la demanda con experiencia esa que ya conoce el destino en invierno y lo elige además para **practicar actividades invernales 45%**, seguido de aquellos visitantes que arriban por primera vez al destino y se mueven por el **deseo de conocerlo**, lo expresa un **40%**.



DESTINOS COMPETITIVOS EN TEMPORADA INVERNAL

Temporada Invernal 2016- DESTINOS COMPETITIVOS- Proporción de visitantes que pensó en otro destino para estas vacaciones de invierno. Julio y Agosto 2016.-



Temporada Invernal 2016- DESTINOS COMPETITIVOS- Principales destinos que pensó además de VLA para estas vacaciones de invierno. Julio y Agosto 2016.-

Destinos en los que pensó	%
Otros centros de Esqui de la Provincia	36%
San Martín de los Andes/ Chapelco	34%
Caviahue/ Cº Caviahue	2%
Otro Centros de Esqui de la Patagonia	45%
Bariloche/ Catedral	43%
Usuhia/ Cº Castor	1%
Esquel/ Cº La Hoya	1%
Otros centros de Esqui del País	4%
Las Leñas	3%
Penitentes	1%
Otros destinos de la Patagonia (Trafal, Junín de los Andes, El Chalten, Calafate, El Bolsón, etc)	9%
Otros destinos del país (Córdoba, Cataratas, Jujuy, etc)	3%
Otros Países (Chile, Europa, etc)	4%

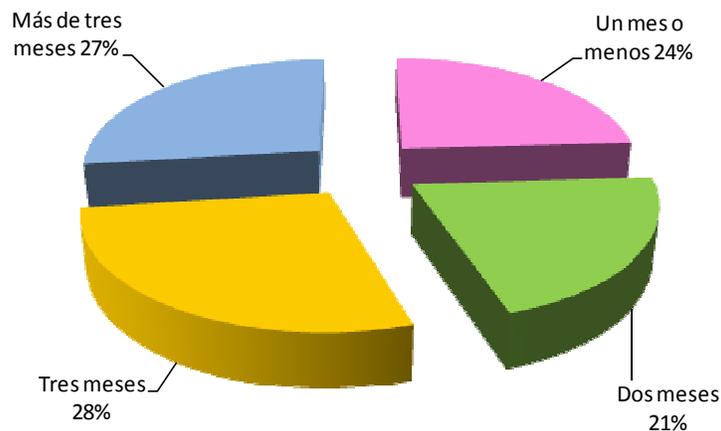
Nota: Respuesta múltiple opción- Sólo demanda que pensó en otros destinos.-



Consultados los visitantes si tenían en mente otro destino turístico para vacacionar en esta temporada invernal además de VLA, **hay un 70% que dijo haber pensado en otro destino**, finalmente eligiendo VLA dentro de las opciones que tenía. Cuando se consultó por los destinos que pensó se obtuvo que **los principales destinos competitivos son otros centros de esquí de la Patagonia (45%)** mencionando principalmente a **Bariloche**. Le siguen en orden de mención **otros centros de esquí de la provincia (36%)**, destacando principalmente a **San Martín de los Andes**. Se concluye que los principales destinos competitivos son otros destinos similares y comparativamente con gran oferta invernal, destacando entre otros la presencia de centros de esquí.

PLANIFICACIÓN DEL VIAJE EN TEMPORADA INVERNAL

Temporada Invernal 2016- PLANIFICACIÓN DEL VIAJE- Anticipación con la que planificó el visitante su viaje para estas vacaciones de invierno. Julio y Agosto 2016.-



Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.

El 76% de los visitantes mencionó haber planificado su viaje al destino con **más de un mes de anticipación**.



IMAGEN- Tipo De Construcción para el Destino

Temporada Invernal 2016- IMAGEN DEL DESTINO- Material en el tipo de construcción, que los visitantes prefieren más en el destino. Julio y Agosto 2016.-

IMAGEN/ Construcciones en Villa La Angostura	v.a	%
Madera y Piedra	404	57%
Madera Rústica	357	50%
Piedra a la Vista	19	3%
Madera tipo Cantonera	7	1%

Nota: Respuesta múltiple opción.-

Al visitante se le consultó por cual material le gustaría predomine en las construcciones, considerando que ese material identificará al destino turístico, se obtuvo por mayoría la presencia de madera y piedra combinación que arrojó el 57%, seguida de la presencia de madera rústica en un 50%.



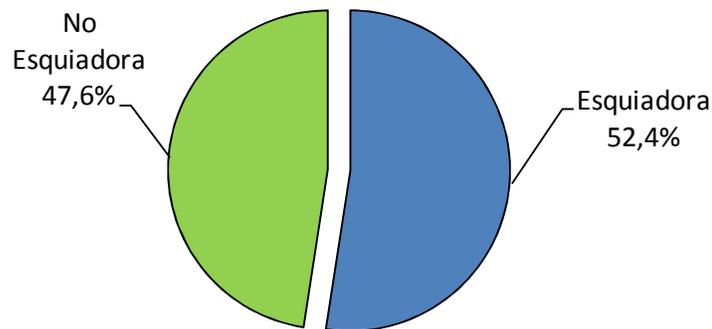
II. Demanda Esquiadora- Comportamiento y Perfil de la Dda. Esquiadora

DEMANDA ESQUIADORA- Perfil de la demanda según actividad a realizar

17

Del TOTAL de PERSONAS que conforma el grupo de viaje ¿Cuántas vinieron a esquiar o practicar alguna otra actividad invernal?

Temporada Invernal 2016- TIPO DE DEMANDA- Clasificación de la demanda según actividad realizada. Julio y Agosto 2016.-



Temporada Invernal 2016- ACTIVIDAD REALIZADA- Tipo de Actividad que realizó la Dda. Esquiadora y No Esquiadora durante su visita al destino. Julio y Agosto 2016.-

Actividades	v.a	%
DEMANDA ESQUIADORA	1267	52,4%
Esquí	976	77,0%
Principiantes	479	37,8%
Intermedios	294	23,2%
Avanzados	203	16,0%
Snowboard	291	23,0%
DEMANDA NO ESQUIADORA	1150	47,6%
Visitará Cerro -Act. Peatón / Caminatas en raquetas	740	30,6%
Visitará Cerro -Act. Culipatín base, confitería, pasear etc	159	6,6%
No Visitará el Cerro	251	10,4%

Nota: Datos calculados en cantidad de personas.-

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-



Temporada Invernal 2016- DEMANDA ESQUIADORA- Perfil de la Dda. Esquiadora, según la cantidad de días que dedicó a esquiar. Julio y Agosto 2016.-

TIPO DE ESQUIADOR	v.a	%
Esquiador Fanático (esquí más del 84% de los días)	294	23,2%
Esquiador Tradicional (esquí más del 64% y menos del 85% de los días)	283	22,3%
Esquiador que complementa con otra Actividad (esquí más 44% y menos del 65% de los días)	388	30,6%
Esquiador Eventual (esquí menos del 45% de los días)	302	23,8%
TOTAL	1267	100%

18

Nota: El "Tipo de Esquiador" se calcula según la cantidad de "días" que dedicará a esquiar durante su estadía en el destino.-

Dato calculado en cantidad de personas.-

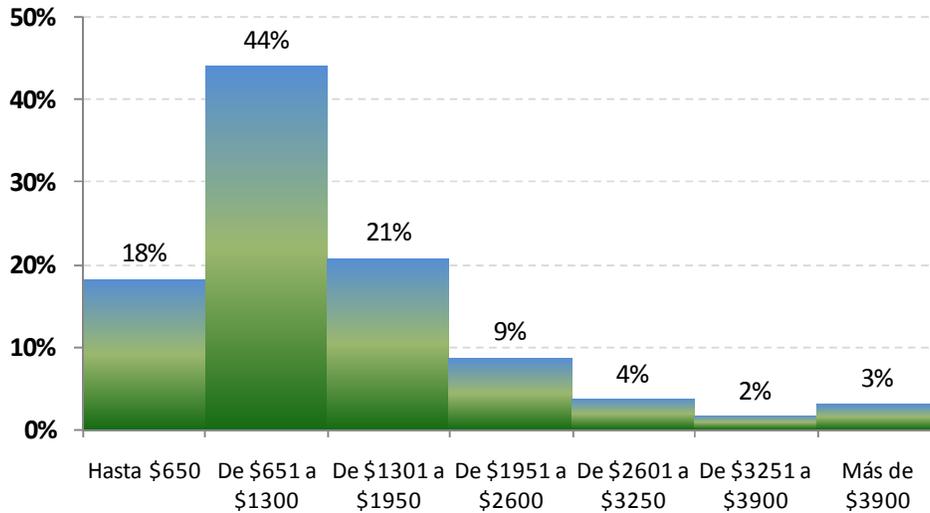
El **esquiador puro**, ese grupo que mencionó como motivos de su visita practicar actividades invernales, **se destaca en un 45,5%**, es decir esquían desde el 65% y todos los días de su estadía en el destino.

Le sigue el **esquiador que complementa con otra actividad** representado en un **30.6%** es decir destinó la mitad de su estadía para esquiar. Finalmente se destaca el **grupo de visitantes que eventualmente practica esquí** en un 23.8%, es decir la mayor parte de su estadía la destina a otra actividad distinta al esquí.



DEMANDA ESQUIADORA – Gasto Turístico Diario por Pax

Temporada Invernal 2016- DEMANDA ESQUIADORA- Gasto Turístico diario por pax, según servicios y contrataciones realizada en el Destino. Julio y Agosto 2016.-



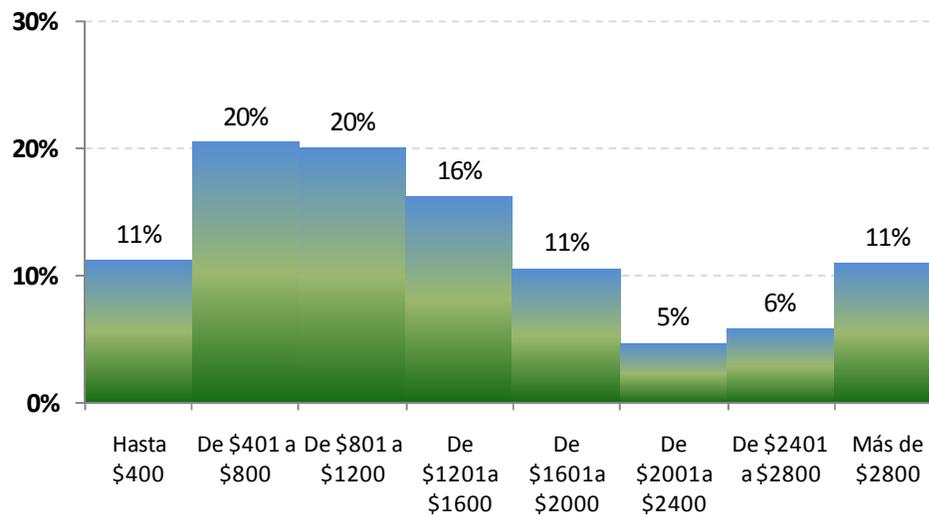
19

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016

La Demanda Esquiadora, durante su permanencia en el destino, realizó un gasto promedio diario por pax de \$1305,29 a lo que se le sumó el gasto en concepto de Pases de Esquí \$950. Obteniendo de esta manera un gasto promedio representativo de **\$2255,29**, para esta demanda.



Temporada Invernal 2016- DEMANDA NO ESQUIADORA- Gasto Turístico diario por pax, según servicios y contrataciones realizada en el Destino. Julio y Agosto 2016.-



20

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016

La **Demanda No Esquiadora**, durante su permanencia en el destino **realizó un gasto promedio diario por pax de \$1512,82**. Obteniendo de esta manera un gasto turístico representativo para esta demanda.

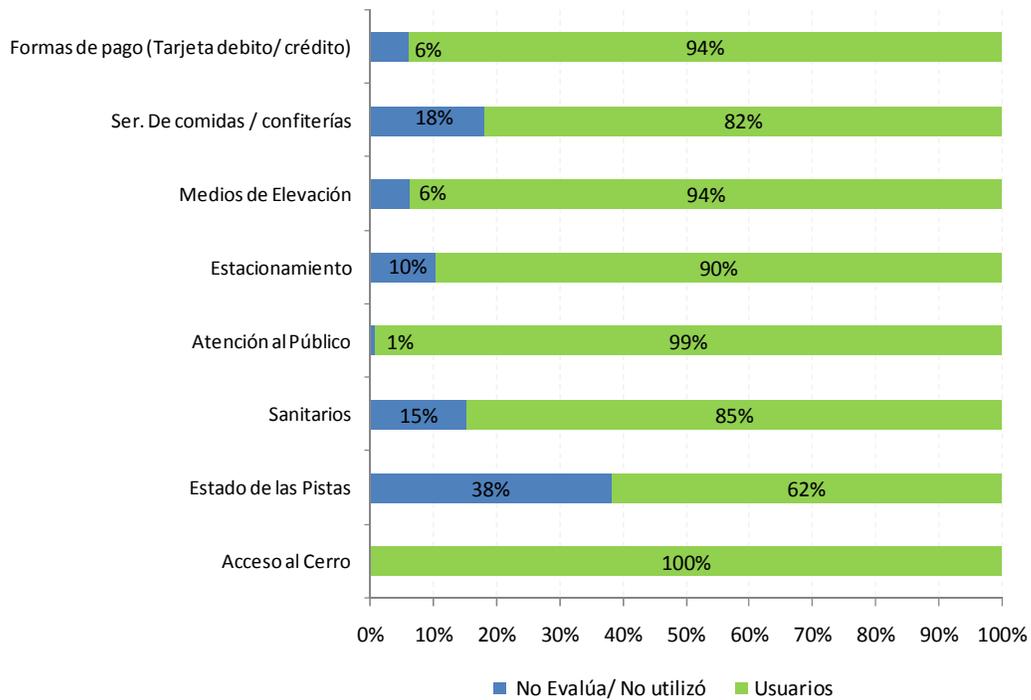


III. Evaluación de los Servicios Cerro Bayo - Calificación de los servicios utilizados por los visitantes

EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS EN CERRO BAYO

21

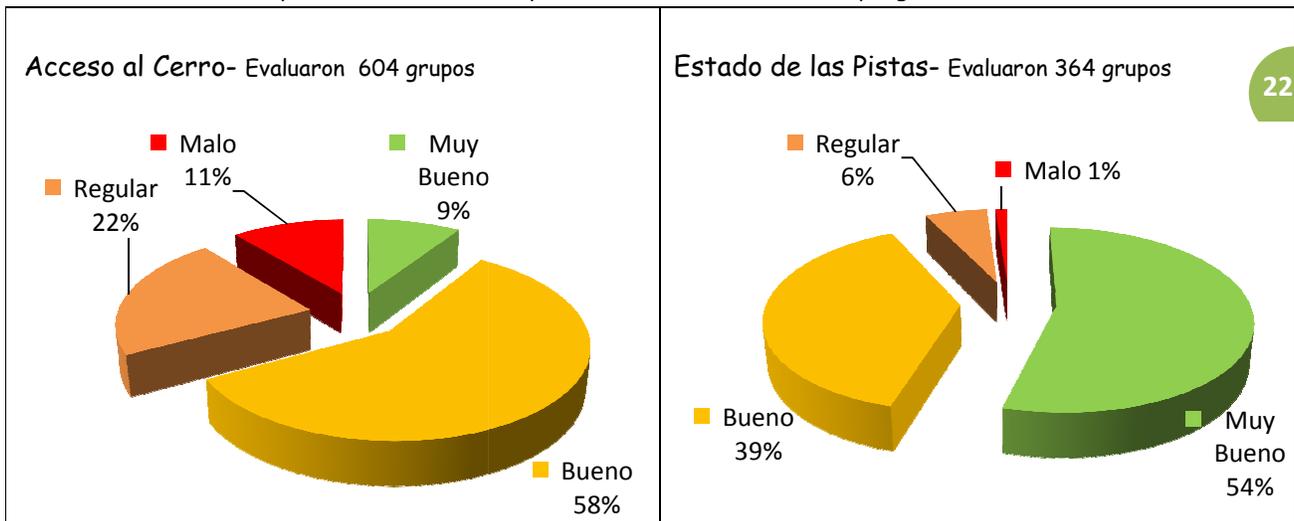
Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN CERRO BAYO- Clasificación de la demanda en usuarios y no usuarios según cada servicio a evaluar. Julio y Agosto 2016.-



Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-



Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN CERRO BAYO- Evaluación de los usuarios para Acceso al Cerro y Estado de las Pistas. Julio y Agosto 2016.-



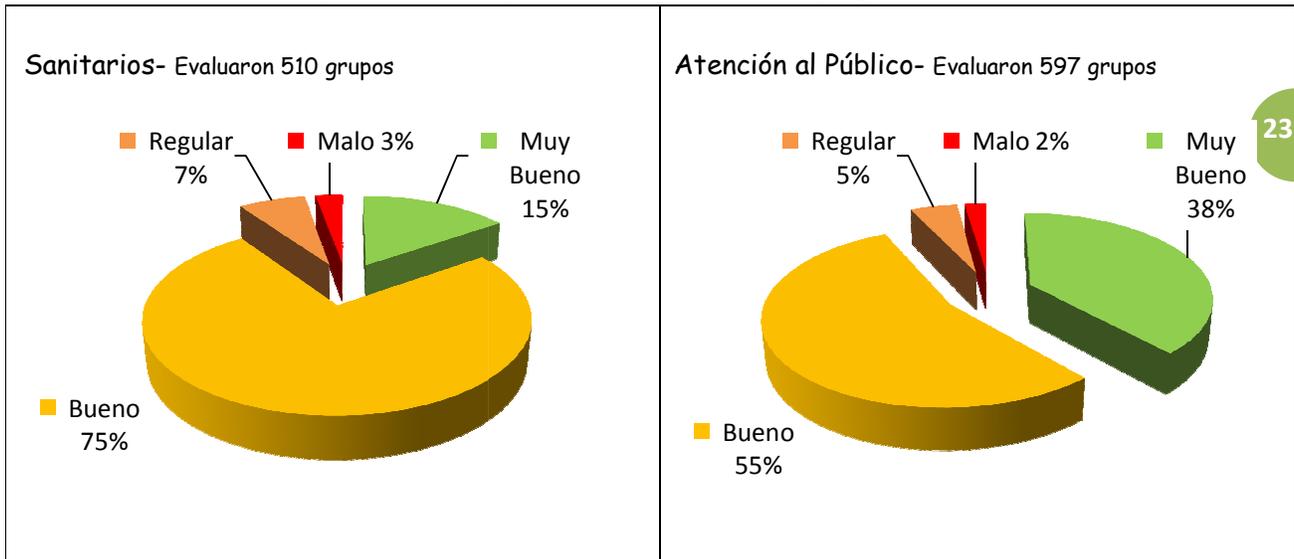
De los servicios evaluados por los usuarios se obtuvo un **33%** que **manifiesta quejas del acceso al cerro** calificándolo entre regular y malo. Asimismo hay un 58% que lo calificó como un buen servicio, pero dejó aportes y comentarios de mejoras para el servicio a tener en cuenta.

En cuanto al **estado de las pistas**, del total de los usuarios/ esquiadores hubo un 54% que **en su mayoría lo calificaron muy bueno 54%** y un **39% bueno**.

- 257 menciones fueron alusivas al acceso al cerro
- 35 menciones fueron alusivas al estado de las pistas



Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN CERRO BAYO- Evaluación de los usuarios para Sanitarios y Atención al Público. Julio y Agosto 2016.-



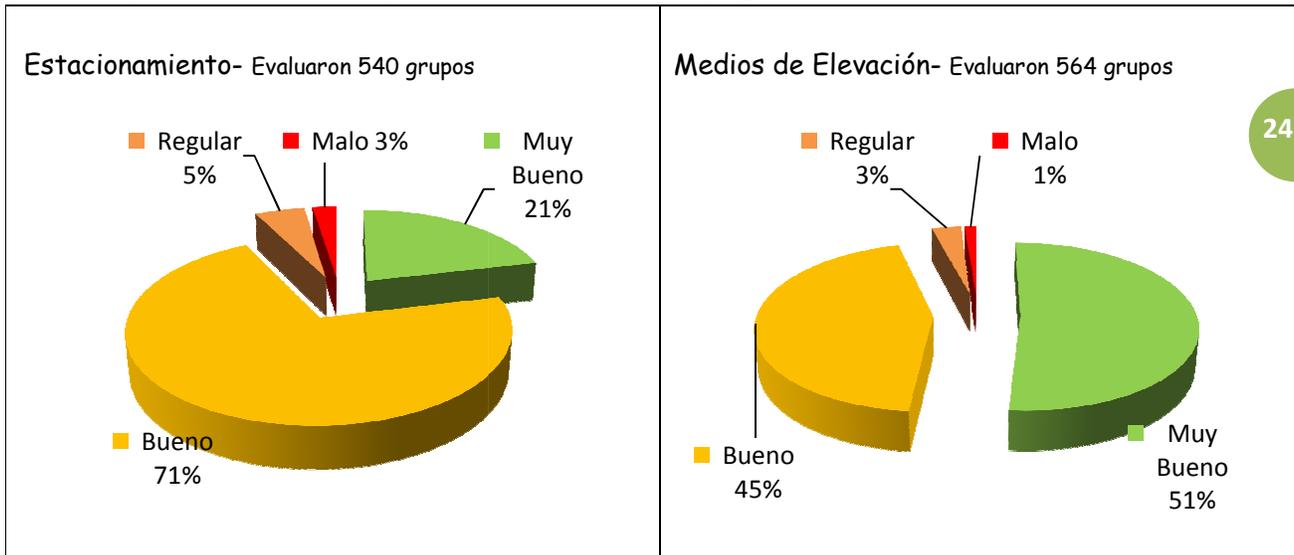
El 75% de los usuarios del servicio sanitarios, lo calificó como un buen servicio, seguido del 15% que lo califica como un muy buen servicio; aunque se debe destacar que aún así hicieron aportes y comentarios de mejoras para el servicio. Hay un 10% de usuarios que lo calificó entre regular y malo a este servicio.

La atención al público en el cerro Bayo fue calificada por los usuarios en su mayoría entre buena 55% y muy buena 38%.

- 65 menciones fueron alusivas al servicio sanitarios
- 63 menciones fueron alusivas a la atención al público



Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN CERRO BAYO- Evaluación de los usuarios para Estacionamiento y Medios de Eleación. Julio y Agosto 2016



24

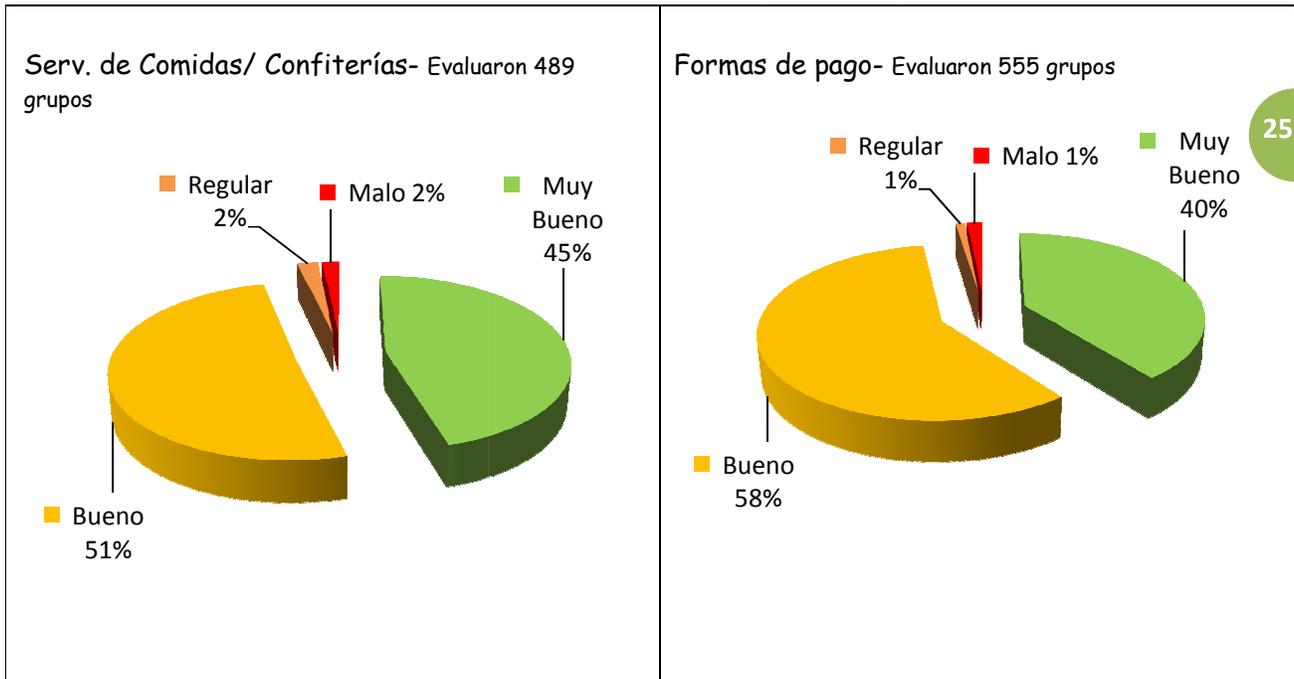
El servicio de **estacionamiento en el cerro** fue calificado en su mayoría como **bueno 71% y Muy Bueno 21%**, con el aporte y comentarios de mejoras; por ello también destacamos que **hay un 8%** que no dudo en calificarlo **entre regular y malo**, acotando su disconformidad con el servicio.

El servicio **medios de elevación** se calificó en su mayoría **entre muy bueno 51% y bueno 45%**.

- 58 menciones fueron alusivas al estacionamiento
- 97 menciones fueron alusivas a los medios de elevación



Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN CERRO BAYO- Evaluación de los usuarios para Serv. de Comidas- Confiterías y las Formas de Pago. Julio y Agosto 2016.-



Para el **servicio de comidas- confiterías** hay un **51%** que lo califica en su mayoría como un **buen servicio**, mientras que un **45%** lo califica como un **muy buen servicio**.

Las **formas de pago** (aceptación de tarjetas crédito/ débito, otras monedas: real, dólares, pesos chilenos, etc), entendida como un servicio se calificó en su mayoría entre **bueno 58%** y **muy bueno 40%**, de todas maneras quienes lo calificaron como bueno hicieron aportes y comentarios de mejoras para el servicio.

- 60 menciones fueron alusivas al servicio de comidas- confiterías
- 16 menciones fueron alusivas al servicio formas de pago

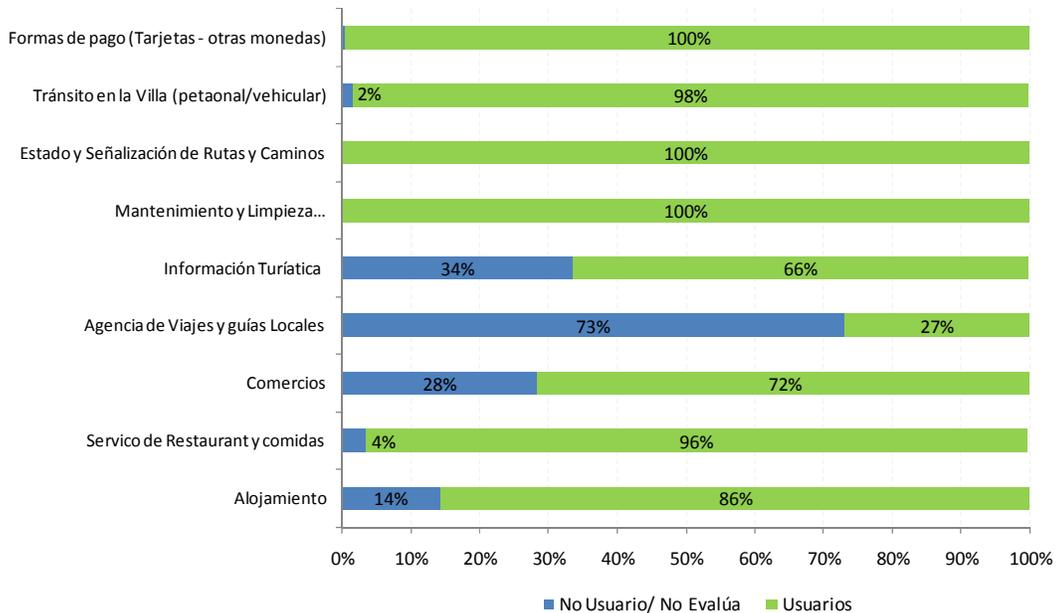


IV. Evaluación de los Servicios en el Destino - Calificación de los servicios utilizados por los visitantes

EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS EN EL DESTINO

26

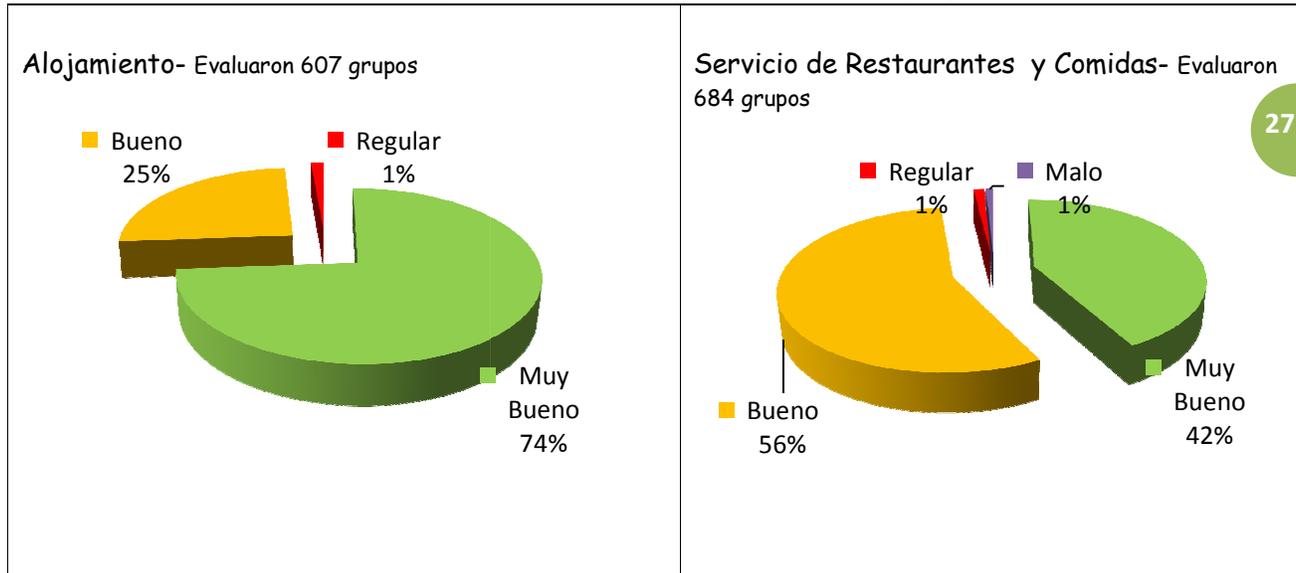
Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN EL DESTINO- Clasificación de la demanda en usuarios y no usuarios según cada servicio a evaluar. Julio y Agosto 2016.-



Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-



Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN EL DESTINO- Evaluación de los usuarios para Alojamiento y Serv. de Restaurantes- Comidas. Julio y Agosto 2016.-



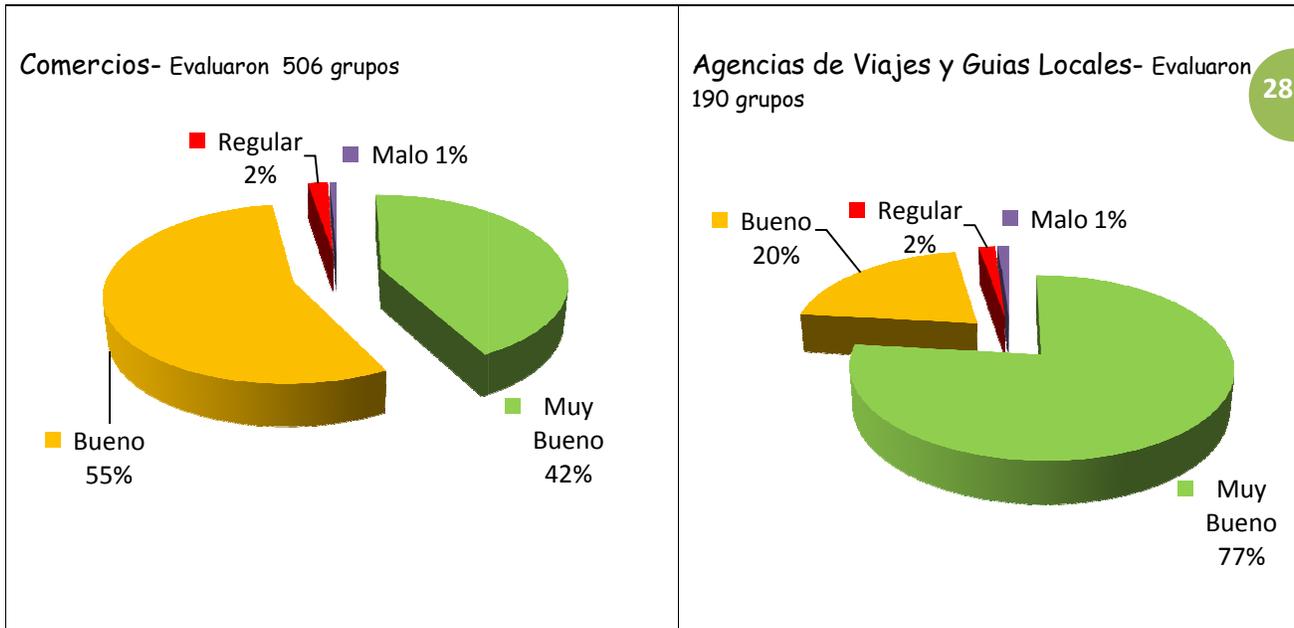
El **alojamiento** en el destino, fue evaluado en su mayoría como un servicio **muy bueno 74%** y **bueno 25%**. Se destaca que entre los visitantes **hay un 14% que no utiliza este servicio** por tratarse de turistas con segunda residencia y/o que realizan visitas a familiares y amigos.

El **servicio de restaurantes y comidas** fue evaluado en su mayoría entre **bueno 56%** y **muy bueno 42%**. Calificando como **caro el servicio**, un **36%** de los usuarios.

- 86 menciones fueron alusivas al servicio de restaurantes y comidas
- 30 menciones fueron alusivas al servicio de alojamiento



Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN EL DESTINO- Evaluación de los usuarios para Comercios y Ag. de Viajes y Guías locales. Julio y Agosto 2016.-



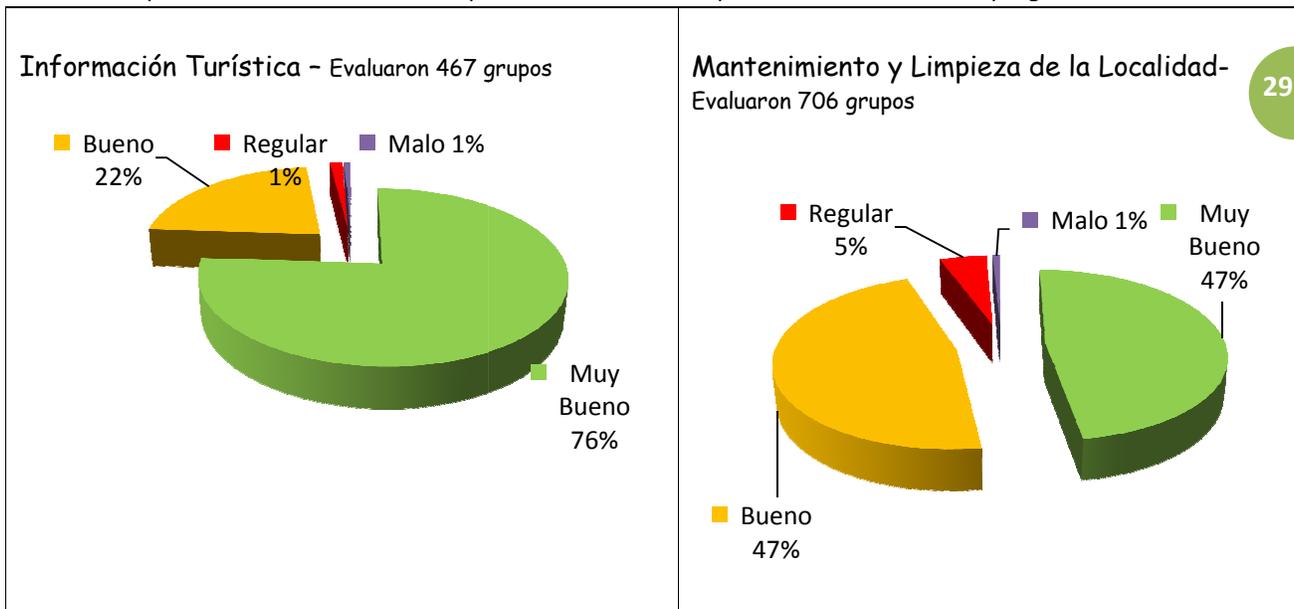
El servicio **comercios** en el destino fue utilizado por el **72% de los visitantes**, quienes en su mayoría lo evaluaron **entre bueno 55% y muy bueno 42%** Destacando para el **precio** una calificación **caro 36%**.

Para el **servicio de agencias y guías locales**, no hubo muchos usuarios, solo un **27% lo utilizo y lo califico en su mayoría como un muy buen servicio 77%**.

- 79 menciones fueron alusivas al servicio comercios
- 15 menciones fueron alusivas al servicio agencias de viajes y guías locales



Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN EL DESTINO- Evaluación de los usuarios para Información Turística y Mantenimiento- Limpieza del destino. Julio y Agosto 2016.-



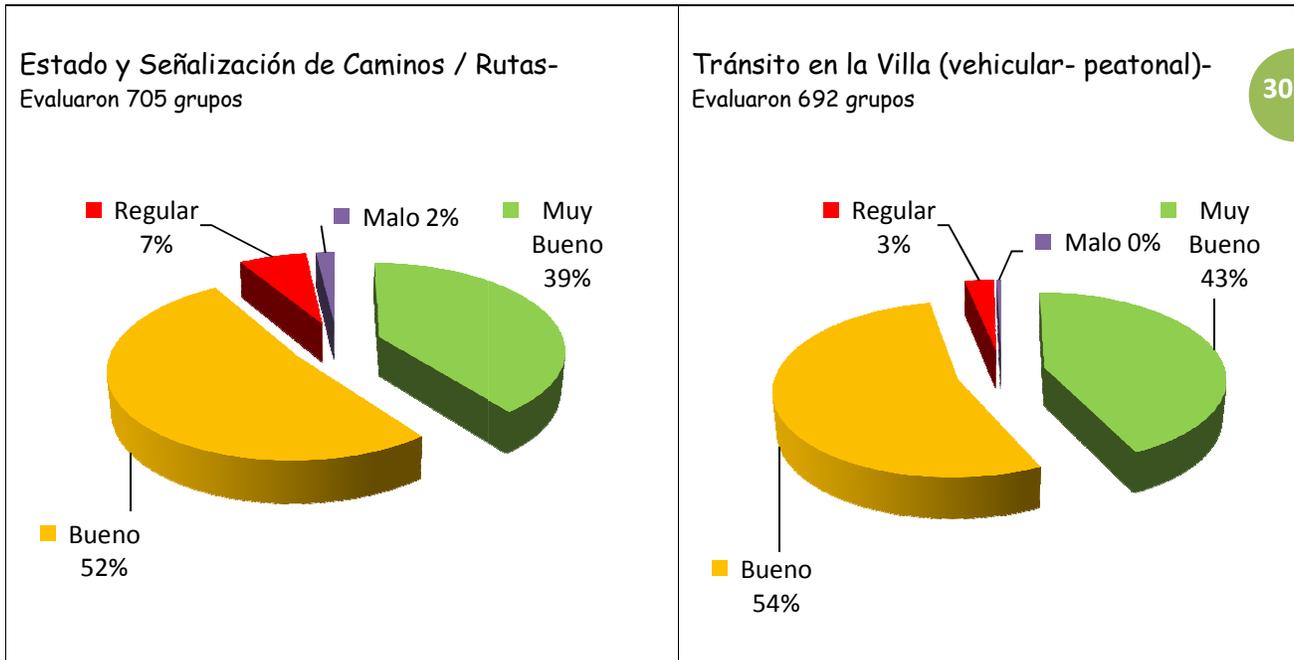
La **información turística** como servicio la utilizó un **66% de los visitantes** del destino, quienes la evaluaron como un **muy buen servicio 76%**. El 34% que no utiliza el servicio se debe en su mayoría a que el destino cuenta con una importante demanda que tiene experiencia previa, es decir ya conoce el destino y se mueve por cuenta propia.

El aspecto **mantenimiento y limpieza de la localidad** fue evaluado por la mayoría y en iguales proporciones **entre muy bueno y bueno 47% cada uno** destacando que aquellos que lo calificaron como bueno hicieron **aportes y comentarios de mejoras** sobre este aspecto.

- 81 menciones fueron alusivas al servicio información turística
- 171 menciones fueron alusivas al mantenimiento y limpieza de la localidad



Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN EL DESTINO- Evaluación de los usuarios para Estado y Señalización de caminos y rutas- Tránsito en la Villa . Julio y Agosto 2016.-



El aspecto **estado y señalización de caminos y rutas** fue evaluado en su mayoría **entre bueno 52% y muy bueno 39%**, haciendo aportes y comentarios de mejoras. Se destaca también un porcentaje que manifiesta **disconformidad con el servicio evaluando entre regular y malo un 9%**.

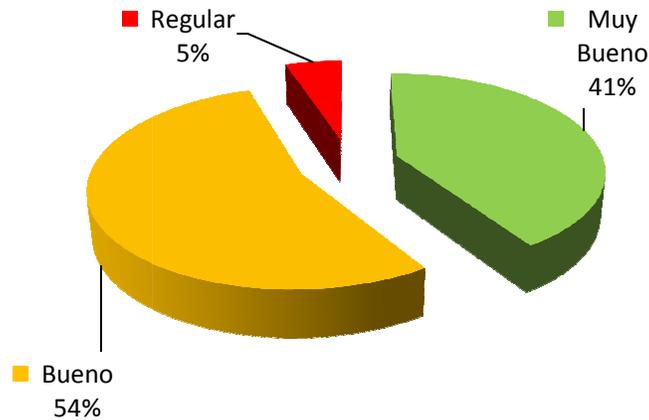
El **tránsito en el destino**, entendiendo la organización y planificación tanto en el vehicular como en el peatonal, fue evaluado en su mayoría **entre bueno 54% y muy bueno 43%**, destacando que entre las calificaciones del **bueno hay aportes y comentarios de mejoras para el servicio**.

- 86 menciones fueron alusivas al estado y señalización de caminos y rutas
- 60 menciones fueron alusivas al tránsito en el destino



Temporada Invernal 2016- SERVICIOS EN EL DESTINO- Evaluación de los usuarios
para el servicio Formas de Pago . Julio y Agosto 2016

Formas de pago (Recepción de tarjetas debito- crédito; otras monedas)- Evaluaron 674 grupos



31

El servicio **formas de pago**, entendido como las opciones que ofrece el comercio a la hora de finalizar la compra de un producto / servicio, fue **evaluada en su mayoría entre bueno 54% y muy bueno 41%**, destacado que hay **un 5% que manifiesta disconformidad** evaluándolo como regular y al igual que la demanda que lo calificó como bueno, éstas hacen aportes y comentarios de mejoras.

- 53 menciones fueron alusivas al servicio formas de pago
- 41 menciones fueron alusivas al transporte interno
- 68 menciones fueron alusivas a servicios en general (extracción de dinero, servicio mecánico, sanitarios públicos, en general etc)



CAPÍTULO II - EXCURSIONISTAS

32

I. Comportamiento - Características de los Excursionistas que visitaron Villa La Angostura

Temporada Invernal 2016- Excursionistas, perfil del visitante según experiencia previa.

Julio y Agosto de 2016.-

Tipo de Demanda	v.a	%
Con Experiencia	80	34,8%
Sin Experiencia	150	65,2%
Total	230	100%

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-

Temporada Invernal 2016- Experiencia previa con el destino en temporada invernal.

Julio y Agosto de 2016.-

Experiencia en Invierno	v.a	%
Conocía	44	55,0%
No conocía	36	45,0%
Total	80	100%

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-

El 65% de los excursionistas arriba por primera vez al destino. De la demanda que ya lo conoce, poco más de la mitad 55%, lo visitó y eligió al destino en inviernos anteriores.



Temporada Invernal 2016- Fidelidad con el destino- Cantidad de veces que visitó VLA en los últimos tres años. Julio y Agosto de 2016.-

Últimos 3 años (Invierno)	v.a	%
Visitó 1 vez	27	61,4%
Visitó 2 veces	4	9,1%
Visitó 3 veces o más	7	15,9%
Visita anterior	6	13,6%
Total	44	100%

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-

33

Temporada Invernal 2016- Procedencia- Residencia habitual de los visitantes Nacionales y Extranjeros en temporada invernal. Julio y Agosto 2016.-

PROCEDENCIA	%
Nacionales	48%
Capital Federal y G. Bs As	23,5%
Prov. de Buenos Aires	4,8%
Prov. de Neuquén	3,0%
Pro. de Río Negro	2,2%
Córdoba	4,3%
Santa Fé	5,2%
Resto del País	5,2%
Extranjeros	52%
Brasil	34,3%
Chile	7,0%
Uruguay	3,9%
Resto del Mundo	6,5%
TOTAL	100%

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-

De los excursionistas que visitan el destino en invierno el 52% son Extranjeros, que principalmente vienen de mercados como Brasil 34% seguido de Chile un 7%. El mercado Nacional está representado por el 48%



de los visitantes, arribando de Capital Federal y Gran Buenos Aires en su mayoría 23.5%.

Temporada Invernal 2016- Grupos de viaje- Principales grupos con los que viaja en temporada invernal. Julio y Agosto 2016.-

34

Grupos de Viaje	v.a	%
Familias	114	49,6%
Parejas	88	38,3%
Amigos	21	9,1%
Solos	7	3,0%
Total	230	100%

Los excursionistas arriban al destino acompañado de su grupo familiar 50%, seguido de los grupos conformados por parejas en un 38%. Si observamos la tabla que sigue, se puede inferir que las familias recaen en los tramos etarios de 36 a 45 años y hasta 12 años (47%), mientras que las parejas están representadas por las edades de adultos mayores de 46 a 60 años (19%) y adultos jóvenes de 26 a 35 años (17%).

Temporada Invernal 2016- Edad y Sexo- Principales tramos etarios de los visitantes según sexo. Julio y Agosto 2016.-

Edad/ Sexo	Masculino	Femenino	Total
Hasta 12 años	5%	8%	14%
De 13 a 18 años	4%	5%	8%
De 19 a 25 años	4%	5%	9%
De 26 a 35 años	8%	9%	17%
De 36 a 45 años	10%	13%	23%
De 46 a 60 años	10%	9%	19%
Más de 60 años	4%	5%	9%
Total	46%	54%	100%



Temporada Invernal 2016- MOTIVOS DE LA VISITA- Principales motivos/ razones que el visitante menciona a la hora de elegir el destino. Julio y Agosto 2016.-

Motivos de la visita	%
Conocer VLA	59,1%
Excursión, estaba incluido...	18,7%
Conocer la nieve	15,7%
Practicar actividades invernales	13,5%
Conocer el Cerro	10,9%
Otros (de Paso)	4,3%

35

Nota: Respuesta múltiple opción.-

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-

El principal motivo de los excursionistas y en coincidencia con los que visitan el destino por primera vez es conocer (60%), seguido de los que mencionan porque estaba incluido en el paquete (19%).

Temporada Invernal 2016- Excursionistas- Cantidad de visitantes que arribaron al destino y visitaron Cerro Bayo. Julio y Agosto 2016.-

Visitó Cerro Bayo?	va	%
Si visitó	147	63,9%
No visitó	83	36,1%
TOTAL	230	100%

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-

Del total de los excursionistas el 64% visitó Cerro Bayo, calificando los servicios que allí se prestan en muy bueno (64%) y bueno (31%).



Temporada Invernal 2016- Servicios utilizados- Calificación de los servicios de Cerro Bayo. Julio y Agosto 2016.-

Calificación	%
Muy Bueno	63,3%
Bueno	31,3%
Regular	4,8%
Malo	0,7%
TOTAL	100%

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-

36

Temporada Invernal 2016- Esquiadores- Cantidad de personas que conforma el grupo de viaje, según esquió en Cerro Bayo. Julio y Agosto 2016.-

Esquiadores	22,4%
Todos esquiaron	63,6%
Algunos esquiaron	36,4%
No Esquiadores	77,6%

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo, Relevamiento Temporada Invernal 2016.-

El 22% de los excursionistas que visitaron el Cerro Bayo esquió, y de la conformación del grupo de viaje el 64% manifestó que todos esquiaron seguido del 36% donde sólo algunos integrantes del grupo esquiaron.



Temporada Invernal 2016- Excursionistas- Cantidad de visitantes del Cerro Bayo que bajaron a la villa. Julio y Agosto 2016.-

Visitó VLA (centro)	va	%
Si visitó	167	72,6%
No visitó	63	27,4%
TOTAL	230	100%

37

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo,
Relevamiento Temporada Invernal 2016.-

El 73% de los excursionistas que arribaron al Cerro Bayo bajaron a visitar el centro de VLA, calificando los servicios que allí se ofrecen entre muy bueno 52% y bueno 43%.

Temporada Invernal 2016- Servicios utilizados- Calificación de los servicios Ofrecidos en el destino. Julio y Agosto 2016.-

Calificación	%
Muy Bueno	52,1%
Bueno	43,1%
Regular	4,8%
Malo	''
TOTAL	100%

Fuente: Villa La Angostura - Secretaría Municipal de Turismo,
Relevamiento Temporada Invernal 2016.-



Secretaría de Turismo
Municipalidad de Villa La Angostura



Villa La Angostura
Secretaría de Turismo



ANEXO

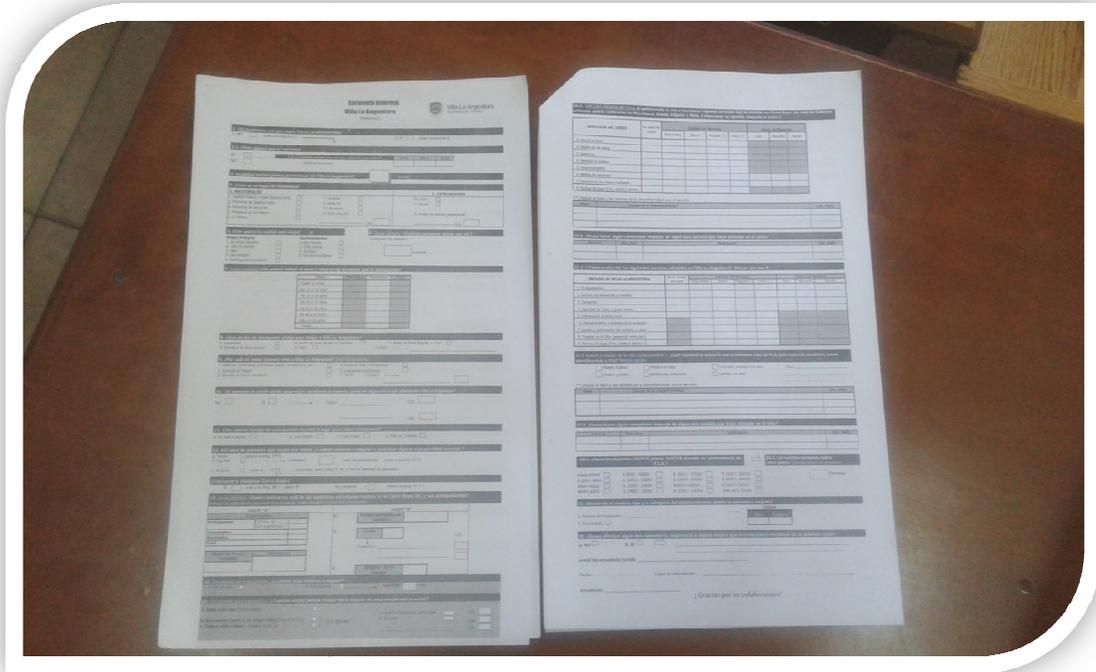
Parte de la metodología de trabajo

39

Turistas- Formulario Temporada Invernal 2016

Se utilizó este formulario para llevar adelante el relevamiento, el mismo fue acordado, visado, actualizado y comparado con los datos vigentes a la fecha del destino.

De esta manera conservando las variables se puede analizar comparativamente los resultados con datos anteriores. Es un cuestionario estructurado, con variables de categorías cerradas en su mayoría, dejando la posibilidad que el visitante exprese sus comentarios y/o sugerencias, que hagan posible una toma de decisión objetiva que repercutirá en el destino y los servicios que ofrece.

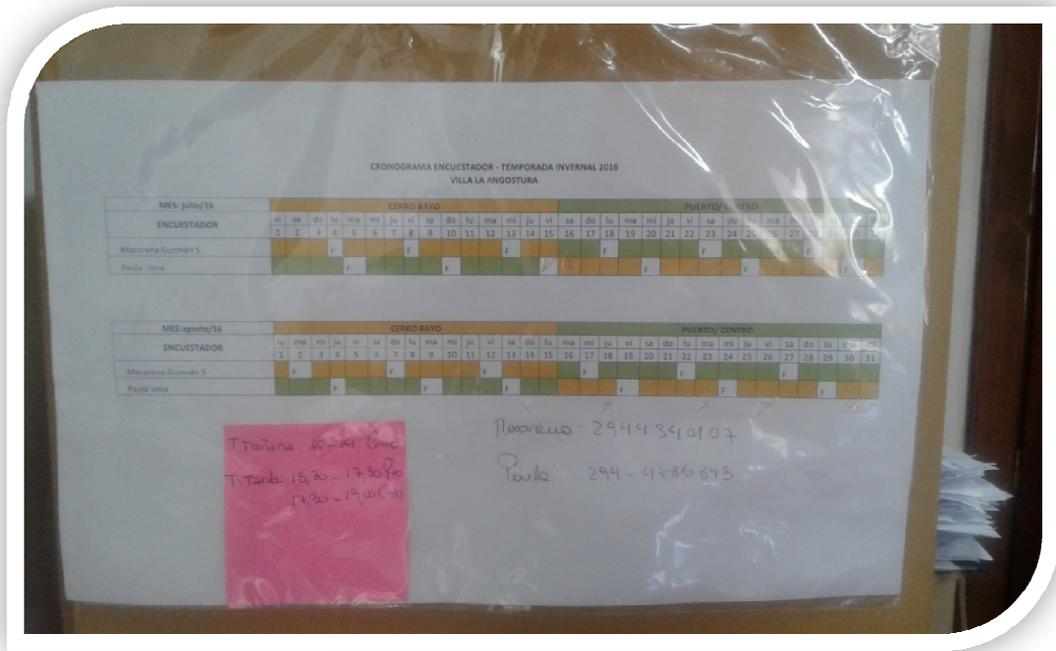


40



Cronograma de trabajo Julio y Agosto 2016

Para dar respuesta a los objetivos planteados para el presente relevamiento, se organizó y planificó en todos su tramos la investigación turística. Por ello se acordó un cronograma rotativo y que satisfaga lo puntos de relevamiento a los fines de captar aleatoriamente turistas que se encontraban visitando el destino.





Credenciales temporada invernal 2016

Parte del material de trabajo que hicieron posible el relevamiento, a lo fines de brindar seguridad al visitante y seriedad institucional a la hora de captar los datos, las encuestadoras estaban perfectamente identificadas. Las mismas fueron entrenadas y formadas con material instructivo (elaborado específicamente para esta temporada con casos ejemplificadores reales) con el objeto de minimizar errores en la toma de datos.

42

