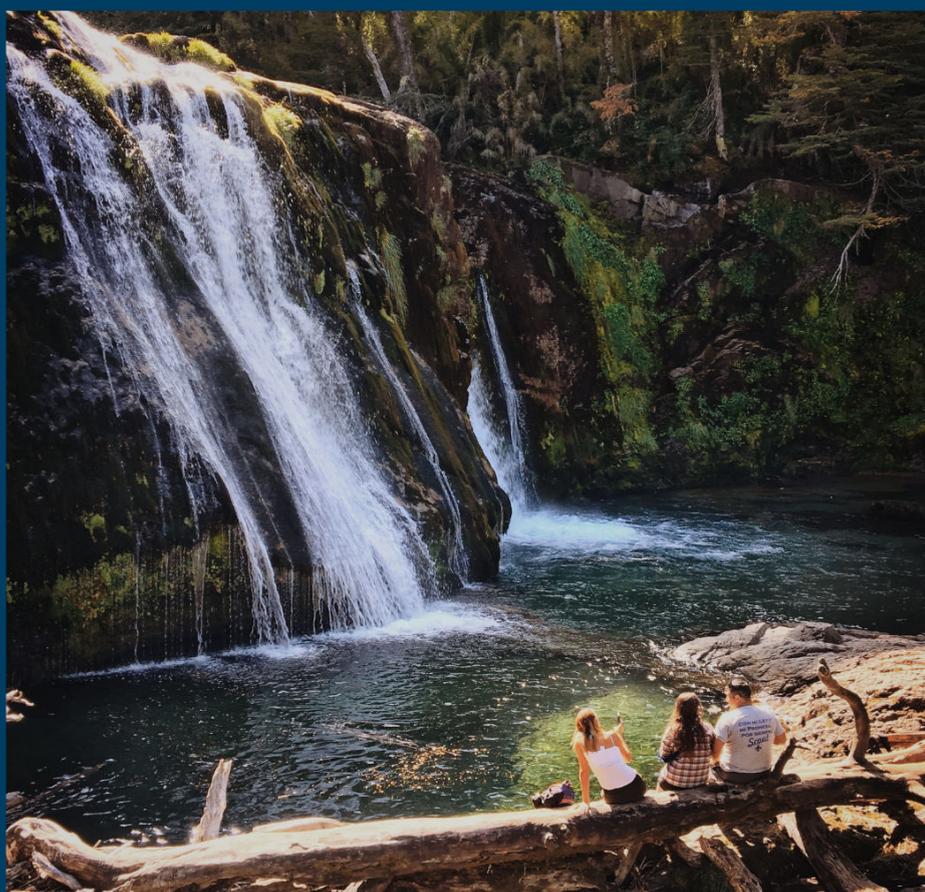




TEMPORADA ESTIVAL 2022

INFORME

PERFIL DE DEMANDA TURÍSTICA



Srta. Marisol Mendoza
Lic. Mariano Buono

(299) 4618519
(294) 4233850
turisnovaconsultora@gmail.com

 turisnovaconsultora

 crecimiento.rentabilidad

AUTORIDADES MUNICIPALES

INTENDENTE: Dr. STEFANI Fabio

VICEINTENDENTE: Cr. VILLALBA Luciano

SECRETARIA DE TURISMO: Tec. GONZALEZ

Marina DIRECTORA DE TURISMO: Lic.

GARRITANO Verónica

AUTORIDADES ENVIATUR

Representantes de la Cámara de comercio

- Edith Sanguine (Titular)
- Diego Fernandez (Titular)
- Mónica Gonzalez (Suplente)
- Jose Alberto Suarez (suplente)

Representantes de Skal Vla

- Carlos Barberis (titular)
- Horacio Lloret (Suplente)

Representantes de la Asociación de Hoteles

- Martín Paez (Titular)
- Jonatan Milich Colman (Titular)
- Guillermina Ojeda (Suplente)
- Martín Suero (Suplente)

Representantes de la Asociación de Guías

- Anthony Hawes (titular)
- Fabian Fasce (Suplente)

Asociación de Prestadores Diferenciados.

- Alberto hernandez (Titular)
- Nicolas Olivieri (Suplente)

INFORME ELABORADO POR:

TURISNOVA CONSULTORA

Coordinación, Análisis, Desarrollo, y Supervisión en campo: Srta. Marisol MENDOZA

Lic. Mariano BUONO

Equipo de encuestadoras:

Das Rosa Estrellita

Malen Quintupuray

Gonzalo Henderson

Índice

TAMAÑO MUESTRAL	5
Capítulo I	6
PERFIL SOCIO DEMOGRÁFICO	6
Cuál es su lugar de RESIDENCIA?	6
Quienes lo ACOMPAÑAN en este viaje?	7
¿Puede indicarme Edad y Género de los INTEGRANTES del grupo?	8
Capítulo II	9
PERFIL COMPORTAMENTAL	9
¿Cuántas NOCHES piensa permanecer en VLA?	9
¿Es la PRIMERA vez que visita VLA?	10
En los últimos 3 años - ¿Cuántas veces visitó VLA? Solo visitas de VERANO	11
Solo si responde preg1 PRIMERA VEZ SI - EXPECTATIVAS Teniendo en cuenta esta experiencia EVALÚE como fue/se está llevando a cabo el viaje	12
Detalle de expectativas	13
En este viaje VISITARÁ otros lugares TURÍSTICOS además de VLA?	14
Mencione el/los Destinos que visitará e indique cantidad de Noches	15
Tipo de Turistas - Cantidad de Noches que le dedicará a los destinos que visitó/ piensa visitar permite segmentar en el “tipo de Turistas”	16
Al momento de decidir a dónde ir ESTAS VACACIONES, pensó en otro lugar además de VLA?	17
Destinos Competitivos	18
Aproximadamente CUÁNTO piensa GASTAR durante su ESTADIA en VLA?	19
El GASTO que mencionó que INCLUYE?	20
Capítulo III	21
PERFIL MOTIVACIONAL Y ORGANIZACIÓN	21
¿Cuál es el principal motivo de su visita a VLA?	21
¿Con cuanto tiempo de ANTICIPACIÓN decidió el lugar para estas vacaciones?	22
¿Por qué MEDIOS busco información de VLA antes de viajar?	23
Por favor indique DONDE está ALOJADO?	24
¿En qué plataforma hizo la reserva/compra del alojamiento?	25

Capítulo IV

SATISFACCIÓN CON EL DESTINO	26
Cuál es su OPINIÓN sobre los servicios ofrecidos al Turista? EVALÚE MB - B- R- M	26
INFORMACIÓN TURÍSTICA- ESTADO DE ATRACTIVOS –ALQUILER DE EQUIPOS- GUÍAS LOCALES	27
TRÁNSITO EN EL PUEBLO Y ALREDEDORES – INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS – TRÁNSITO – MANTENIMIENTO	28
Usuarios y No Usuarios/ No evalúa – Servicios ofrecidos al Turista	29
Precio (Accesible, Barato, Caro) – Servicios ofrecidos al turista	30
Actividades por cuenta propia/ Contratadas (alquiler)	31
Capítulo V	32
APARTADO COVID	32
¿Considera que el DESTINO está preparado para recibir turistas en CONTEXTO de PANDEMIA?	32
Si respondió NO en la variable anterior – INDIQUE Por qué?	33
Planifico este viaje con el PROGRAMA PRE- VIAJE?	34
¿Cómo EVALÚA los BENEFICIOS del Programa Pre - Viaje? Escala del 1 al 10 (Malo - Excelente)	34
PLANIFICAR este viaje, qué cosas NUEVAS le IMPLICÓ (distinta a una planificación tradicional)	35
Quejas y sugerencias	36
Glosario	36

TAMAÑO MUESTRAL

El tamaño muestral que se calculó para la temporada estival 2022 fue de 830 grupos que se traducen en 2439 turistas que arribaron a Villa la Angostura durante el periodo comprendido entre el 5 de enero y hasta el 28 de febrero del 2022; denominado a los fines estadísticos “temporada estival”. La información que se presenta conforma el informe final, aunque en abril se añadirá lo correspondiente a “semana santa”. La recopilación de datos fue realizada a través de un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y abiertas debidamente aprobado por la Secretaría de Turismo de Villa la Angostura, y sistematizado a través de un software específico que utilizaron las encuestadoras en las tablets destinadas a tal fin.

Para comprender el perfil de quienes visitan el destino turístico se realizó un análisis estadístico descriptivo e inferencial en el cual el tamaño muestral fue de $N= 830$ grupos.

TEMPORADA ESTIVAL: 05/01 AL 28/02 inclusive

TAMAÑO MUESTRAL	
Grupos/Pax	Temp
Grupos	830
Pax	2439

Nota: Inferencia estadística Tamaño muestral (N)= 830 en grupos

Fuente: Dato estimado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

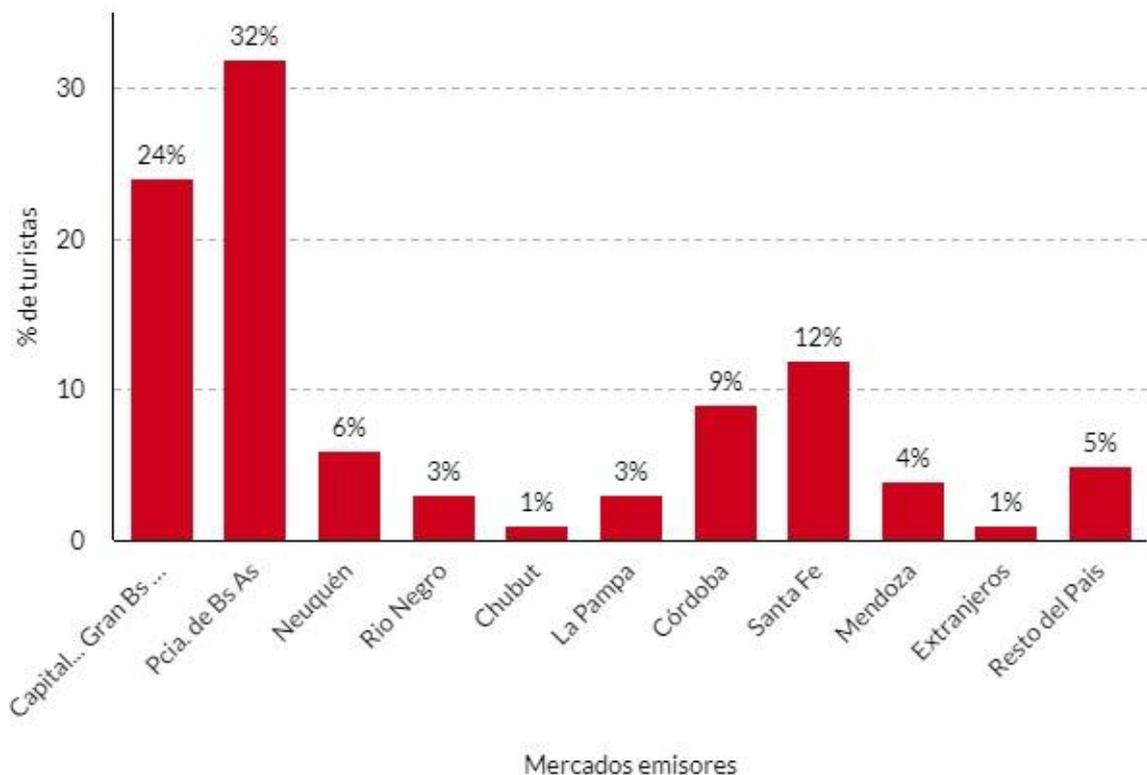
Capítulo I

PERFIL SOCIO DEMOGRÁFICO

Cuál es su lugar de RESIDENCIA?

El perfil sociodemográfico de los turistas que visitaron Villa la Angostura durante la temporada estival de verano fue analizado a través de las variables de edad, procedencia, fidelidad, etc.

La procedencia del turista siempre adquiere relevancia debido a que tiene una relación directa con los principales **mercados emisores**, y los distintos **perfiles de visitantes** que arriban al destino. Es importante destacar que en este contexto de pandemia, los pasos fronterizos terrestres continúan cerrados por lo que ésta variable tuvo un contexto inusual, como por ejemplo: arribo escaso de turismo extranjero, y aumento del turismo interno.



Nota: Diagrama de barras – Temporada verano 2022

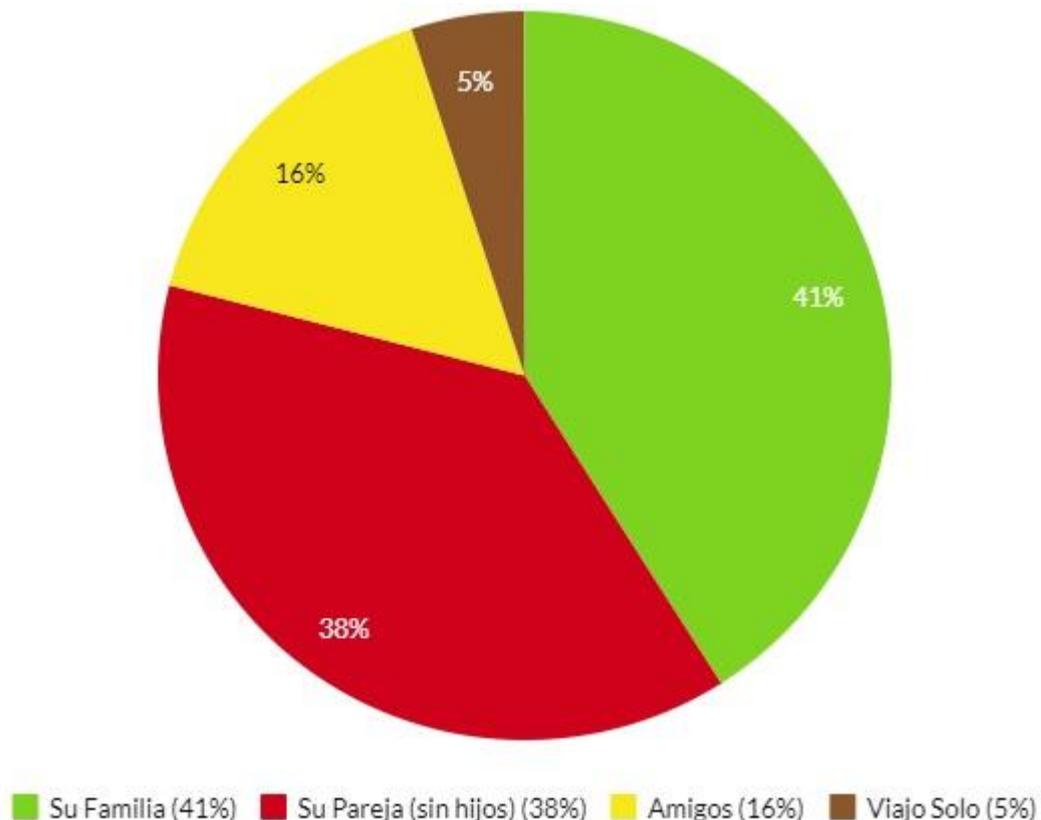
Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

En el gráfico, se puede visualizar que tanto “CABA” como “Pcia. de Buenos Aires” se destacan como principales **mercados emisores** para el destino, alcanzando un 56% del total de los turistas encuestados durante la temporada.

Es interesante observar la tercera posición que ocupa “Santa Fé” (12%), seguido de “Córdoba” (9%), y de “Neuquén” (6%), el cual es el principal mercado de cercanía. Además se registraron valores inferiores al 6% para los mercados tales como: “Resto del país” (5%), “Río Negro” (3%), “La pampa” (3%), “Chubut” (1%), “Extranjeros” (1%). Por último, “Mendoza” ha tenido una disminución interanual del 6% respecto a su cuota de la variable procedencia, alcanzando un 4% en el verano de 2022.

Quiénes lo ACOMPAÑAN en este viaje?

Para comprender cómo vinieron organizados estos visitantes se requiere observar la distribución de los grupos de viaje que arribaron durante la temporada estival de verano.



Nota: Gráfico de torta – Grupo- Temporada Estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-



Turisnova
CONSULTORA

Somos tu mejor estrategia...

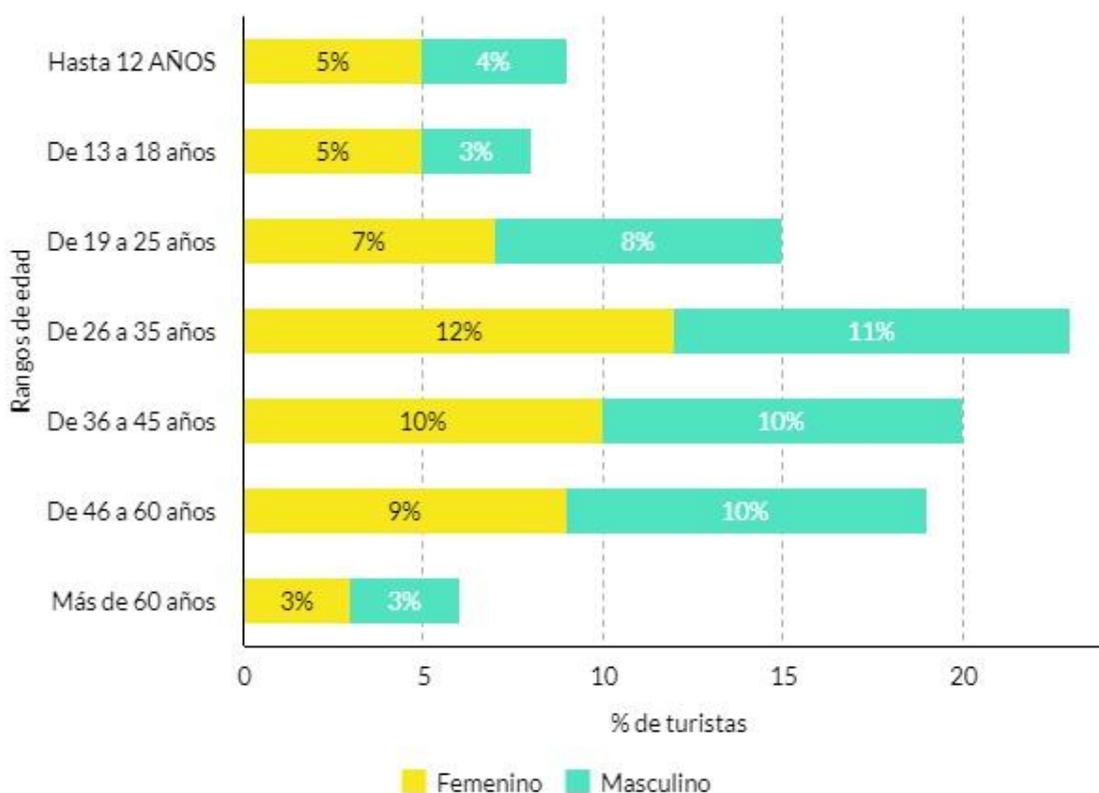


El muestreo determinó que un 41% viajó con “Su familia”, seguido de un 38% que decidió arribar con “Su Pareja (sin hijos)”, siendo un valor 2% mayor que el año anterior. Por otro lado, se registró que un 16% llegó a Villa la Angostura acompañado de “Amigos”, y

sólo un 5% “viajó sólo”. Es importante remarcar que el grupo de viaje con valores más altos ha sido el “familiar”, a diferencia de la temporada estival 2021 que fue el de las “parejas (sin hijos)”.

¿Puede indicarme Edad y Género de los INTEGRANTES del grupo?

Siguiendo con las preguntas que se le hicieron a los visitantes, y que conforman el perfil sociodemográfico del turista, la distribución de los visitantes del destino en frecuencias etarias con sus respectivos valores divididos por género, se comportó según lo describe el siguiente gráfico:



Nota: Pirámide Poblacional Edad- Género – Temporada Estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

Se observa que los rangos “de 26 a 35 años” y “de 36 a 45 años” registraron valores de al menos un 20% de los encuestados, seguidos de los visitantes “de 46 a 60 años” que sumaron un 19%, en similitud con los “de 19 a 25 años” que obtuvieron un 15%. Además, los extremos nuclearon valores menores al 10% respectivamente, teniendo a los de “más de 60 años” con un 6%, y los niños de “hasta 12 años” con un 9% en total. Los valores proporcionados en el análisis reflejan la suma de los géneros “femenino” y “masculino”, dado que la opción “Otro” no ha tenido registros dentro del relevamiento; ésta última opción se adicionó el año pasado para incluir otros géneros no comprendidos en “masculino” y “femenino”.



Turisnova
CONSULTORA

Somos tu mejor estrategia...

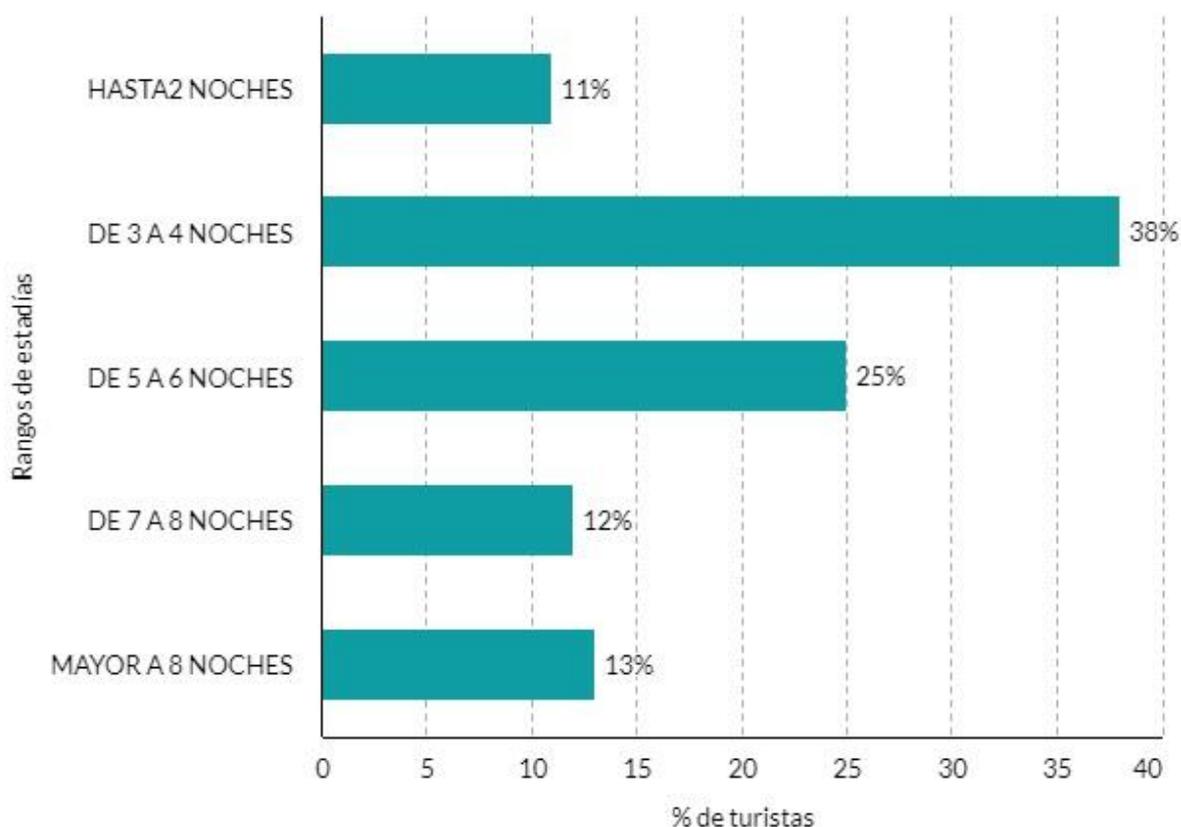


Capítulo II

PERFIL COMPORTAMENTAL

¿Cuántas NOCHES piensa permanecer en VLA?

Siguiendo el análisis del comportamiento de la demanda turística, en este capítulo del informe es importante la distribución de noches promedio, el gasto diario promedio de cada turista, y el contraste entre turistas novatos o experimentados en relación al destino.



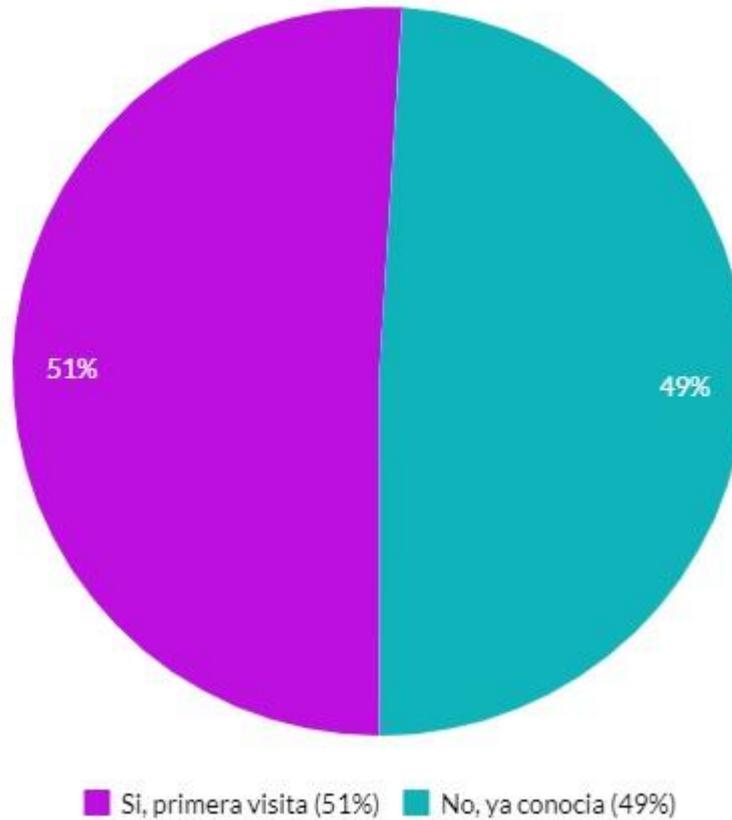
Nota: Estadía- Temporada Estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

La estadía promedio (redondeada) del destino fue de 5 noches, o en su defecto 4,8 noches. Al menos la mitad de los visitantes eligió dedicar una cantidad mayor o igual al promedio, comprendiendo; a los visitantes que se alojaron “de 5 a 6 noches” con una distribución del 25%, seguido por los que pernoctaron “de 7 a 8 noches” (12%), y el extremo “mayor a 8 noches” con un 13% de elección. En tanto a los rangos menores o iguales al promedio se destaca el “de 3 a 4 noches” con un 38% de los visitantes, y el extremo inferior “hasta 2 noches” con un 11%.

Cabe destacar que la estadía promedio sufrió una disminución interanual de 5,2 a 4,8 noches.

¿Es la PRIMERA vez que visita VLA?

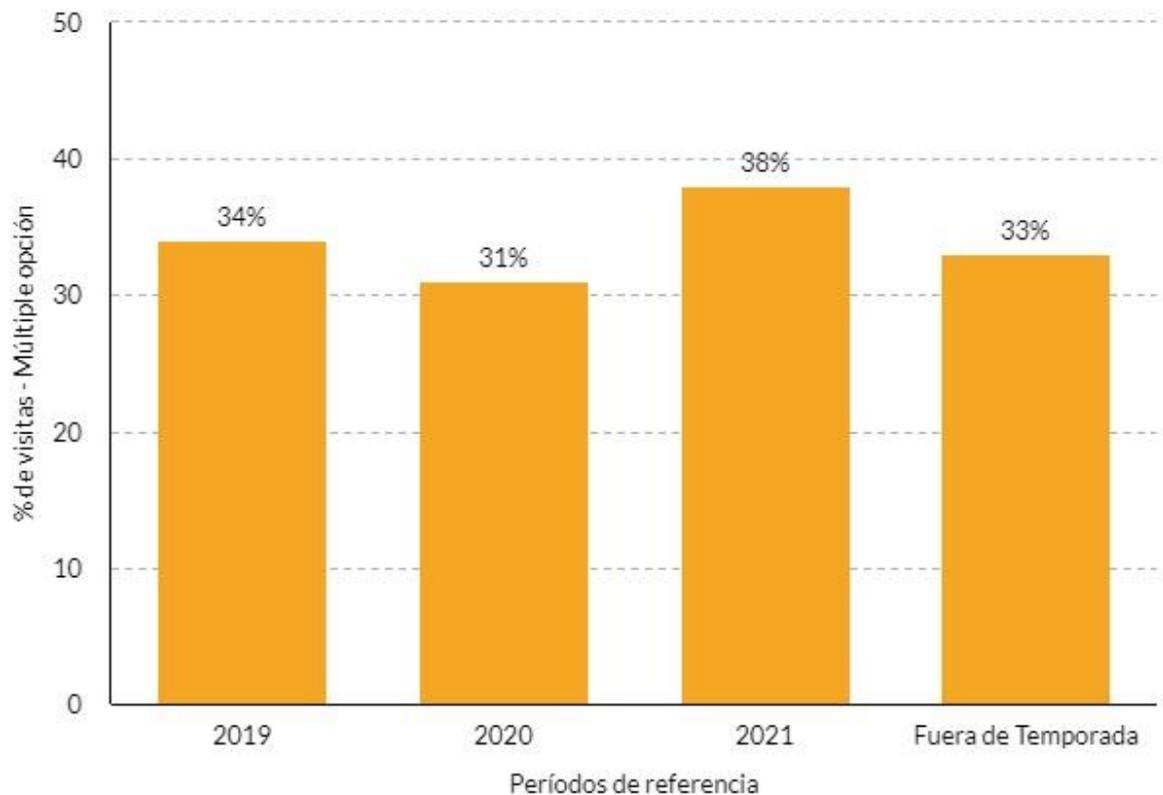


Nota: Gráfico de torta – Experiencia- Temporada Estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

En relación a la experiencia del turista con el destino, es decir, si es la primera vez que visita Villa La Angostura, o, si repite elección del destino, nos encontramos con una distribución en la que el 51% son turistas que visitan por primera vez. Es relevante que la mitad de los visitantes no conozcan el destino porque su experiencia ha sido distinta con respecto al turista que ya había visitado la localidad (49%), por lo que le recomendamos al lector que lo mantenga como dato de relevancia a la hora de comprender el resto del informe.

En los últimos 3 años - ¿Cuántas veces visitó VLA? Solo visitas de VERANO

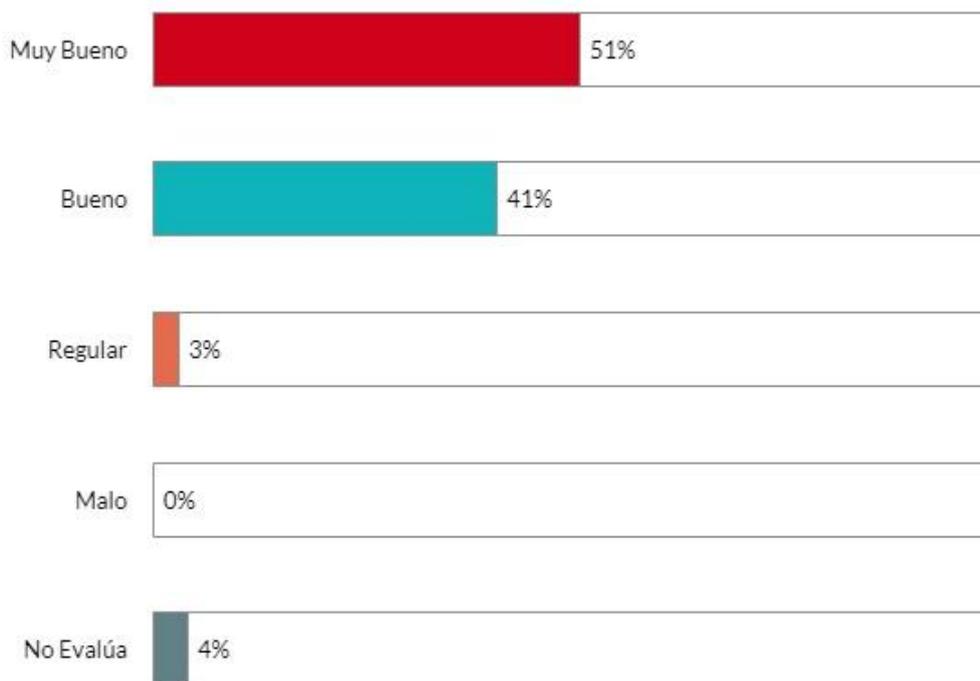


Nota: Gráfico de barras -Fidelidad. Visitas al destino en los últimos tres años. Múltiple opción. Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

En tanto a la variable “fidelidad” con el destino es una variable dependiente de la variable anterior, es decir que todos los que son alcanzados por esta pregunta (49% de los visitantes) ya han visitado la localidad previamente. En este caso particular, se refiere a visitas únicamente en temporada de verano con múltiples opciones dado que los turistas pudieron haber repetido el destino. En la temporada “2021” se obtuvo un 38% de visitas, seguido por un 34% de visitas en el verano “2019”, y un 31% en “2020”. Por último, el 33% afirma haber visitado el destino en un período previo al indicado, es decir, temporadas de verano previas al 2019, sufriendo un incremento interanual superior al 20%.

Solo si responde preg1 PRIMERA VEZ SI - EXPECTATIVAS Teniendo en cuenta esta experiencia EVALÚE como fue/se está llevando a cabo el viaje

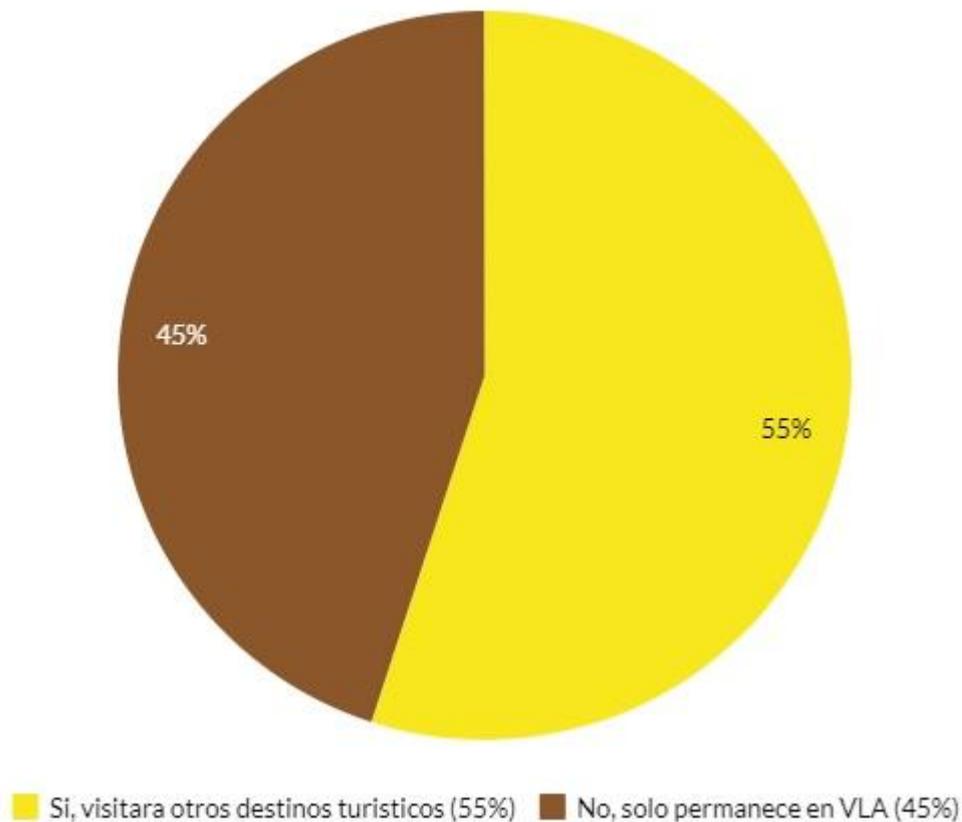


Nota: Evaluación de expectativas con el destino. Temporada Estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022-

A los turistas que arribaron por primera vez al destino (51% de los visitantes), se les preguntó acerca de qué expectativas tienen respecto al destino, y su evaluación en relación a cómo se está llevando a cabo el viaje. Se obtuvo que un 51% evalúa que la experiencia es “muy buena”, es decir se encontró con lo que buscaba/ esperaba del destino y superó sus expectativas. Un 41% consideró “buena” su experiencia, y sólo el 3% como “regular”.

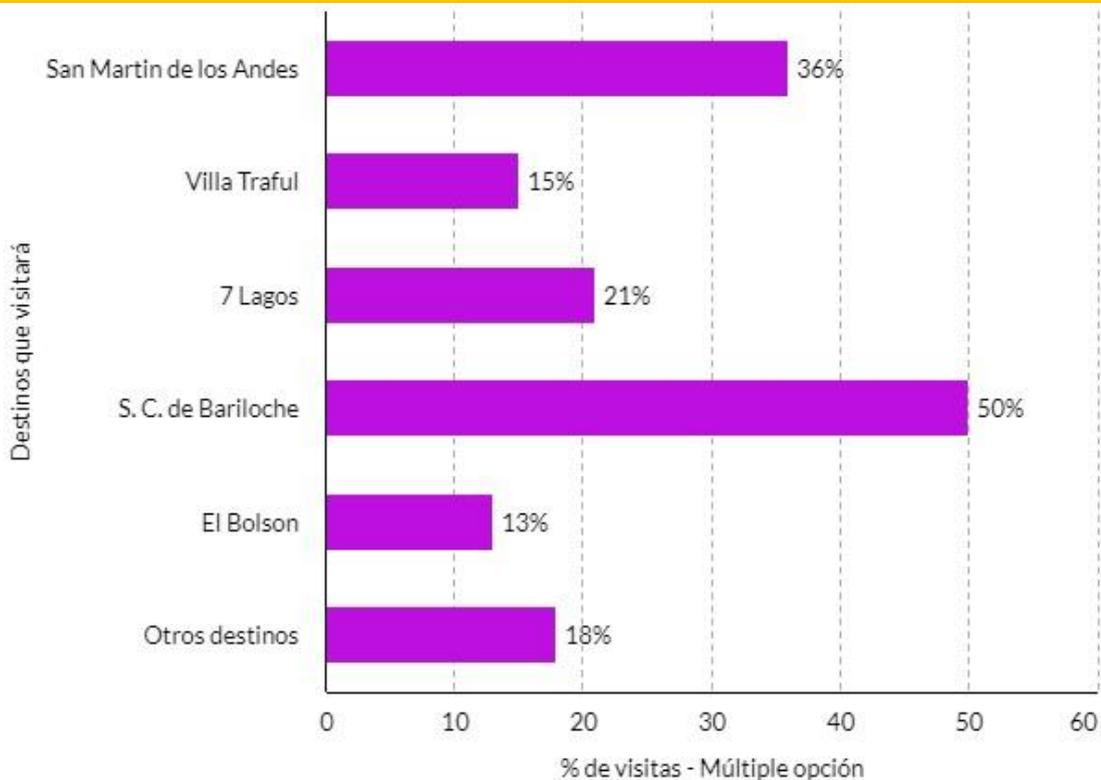
En este viaje VISITARÁ otros lugares TURÍSTICOS además de VLA?



Nota: Gráfico de torta - Segmento de visitantes con intenciones de visitar otros destinos. Temporada Estival 2022
Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022-

La variable segmento de visitantes con intenciones de visitar otros destinos turísticos en este viaje, arrojó que el 55% de los turistas visitará otros destinos turísticos, es decir pensaron al menos en un circuito turístico o conexión entre otros destinos de cercanía. El 45% dedica exclusivamente su estancia en la localidad, habiéndose registrado un incremento del 20% interanual en este tipo de comportamiento de los turistas.

Mencione el/los Destinos que visitará e indique cantidad de Noches

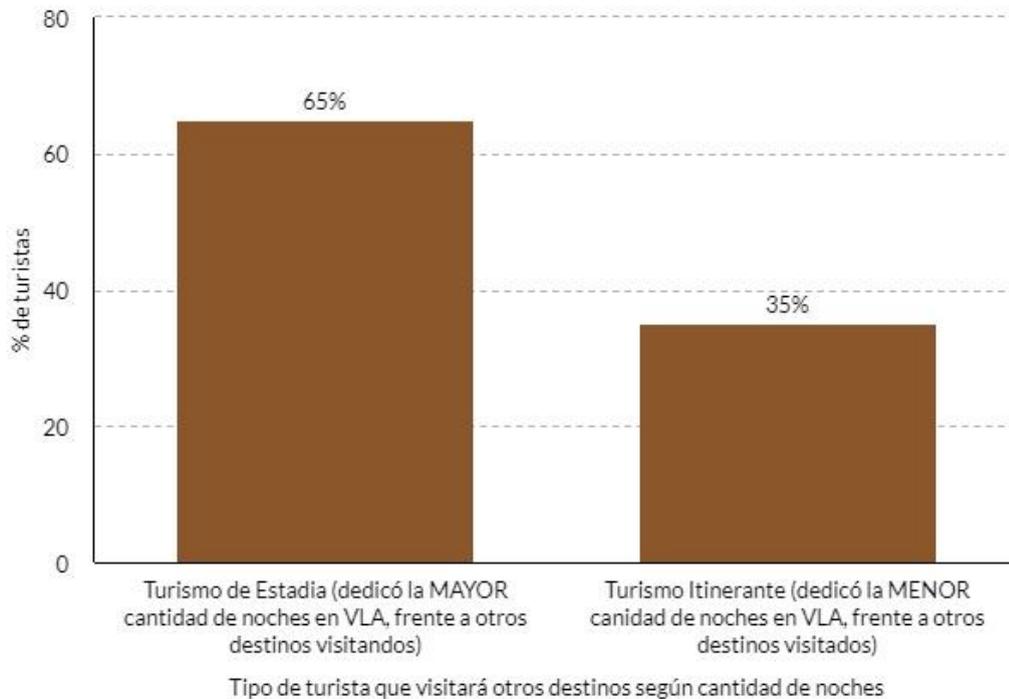


Nota: Gráfico de barras - Principales destinos que visitará en este viaje el visitante. Temporada Estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

En tanto a los turistas que sí visitarán/visitaron otro destino, se les consultó al 55% que respondió afirmativamente la pregunta anterior acerca de dónde irían. La variable relacionada a los principales destinos que visitará en este viaje el turista de temporada estival arrojó que un 50% eligió “San Carlos de Bariloche” para seguir vacacionando, seguido de un 36% que eligió “San Martín de los Andes”. Además, un 21% optó por “7 Lagos”, un 18% por “Otros destinos”, un 15% por “Villa Traful”, y un 13% por “El Bolson”.

Tipo de Turistas - Cantidad de Noches que le dedicará a los destinos que visitó/ piensa visitar permite segmentar en el “tipo de Turistas”

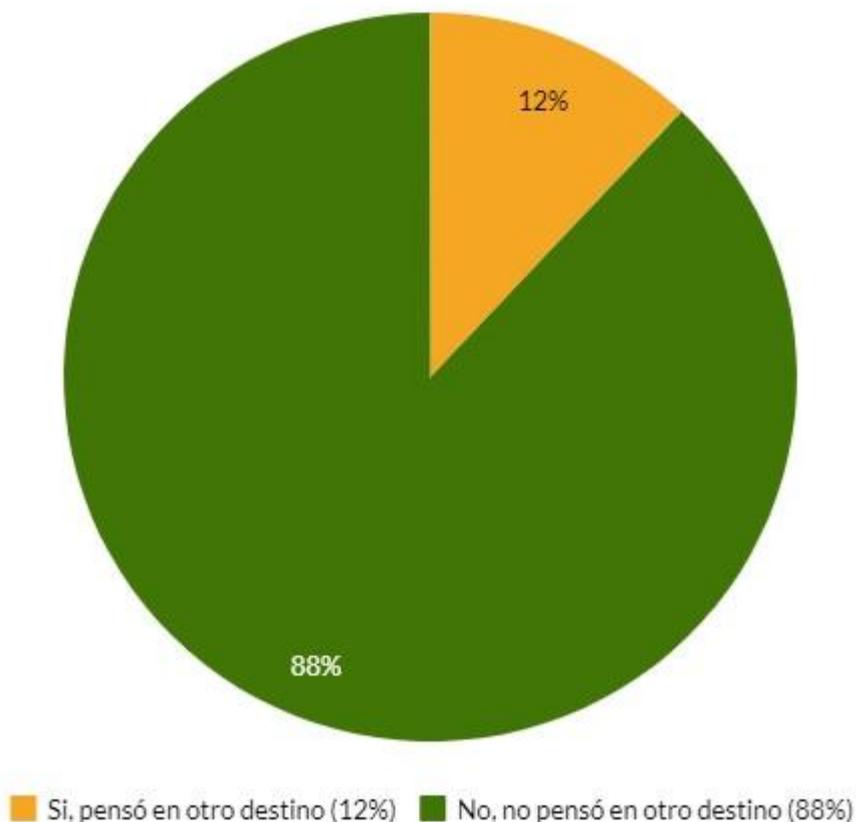


Nota: Gráfico de barras - Segmento de turistas de estadía vs itinerante. Temporada Estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

Del segmento “visitará otros destinos turísticos” se pudo analizar el comportamiento itinerante o de estadía en relación al destino Villa la Angostura, el resultado fue que un 65% eligió dedicar la mayor de noches a alojarse en la localidad, por lo que se infiere que estamos frente a un “turista de estadía”. Por el contrario, el 35% eligió a Villa la Angostura como un destino secundario de sus vacaciones, destinando menor cantidad de noches de alojamiento que a otros destinos, frente a este comportamiento nos encontramos con un “turista itinerante”. Los datos obtenidos se han mantenido estables en comparación con la temporada pasada.

Al momento de decidir a dónde ir ESTAS VACACIONES, pensó en otro lugar además de VLA?

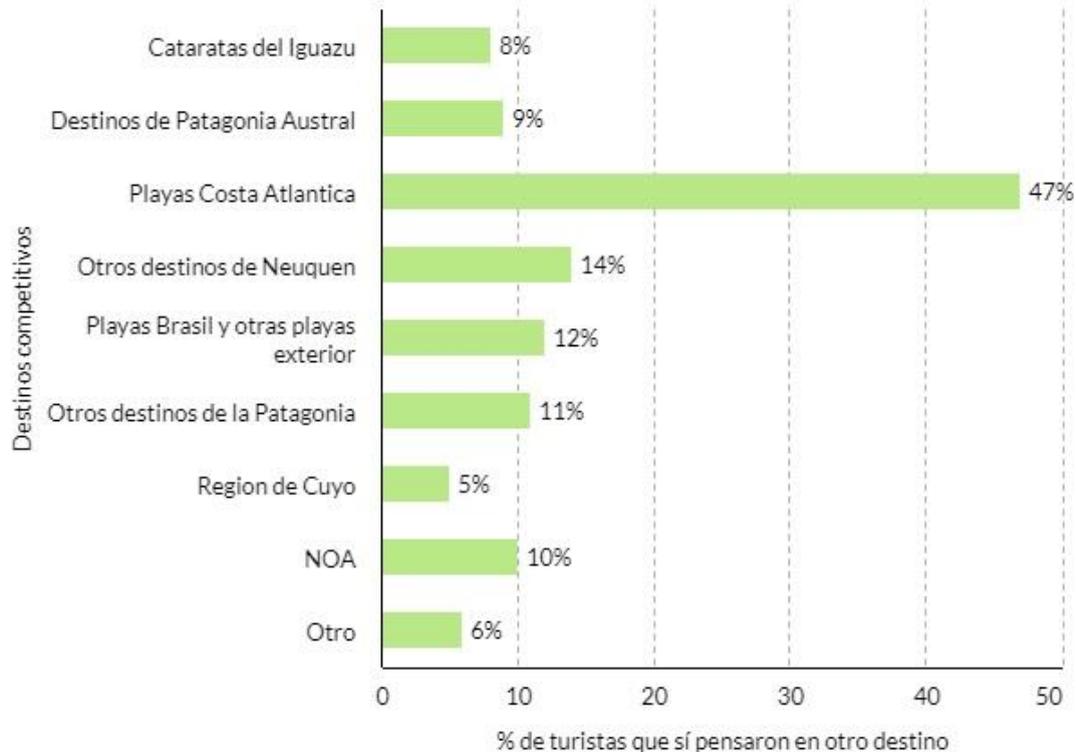


Nota: Gráfico de torta- Competitivo. Temporada Estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

Continuando con el análisis del comportamiento de los turistas, la variable descrita en el gráfico anterior nos indica que el 88% “no pensó en otro destino” a la hora de planificar sus vacaciones. Por consecuencia, sólo un 12% si tuvo otras opciones en cuenta para vacacionar. Es relevante que más del 80% de los encuestados no hayan tenido en cuenta otras opciones, lo que nos habla de un fuerte poder de marca del destino. El aumento interanual fue del 13% en relación a los que “no pensaron en otros destinos”.

Destinos Competitivos



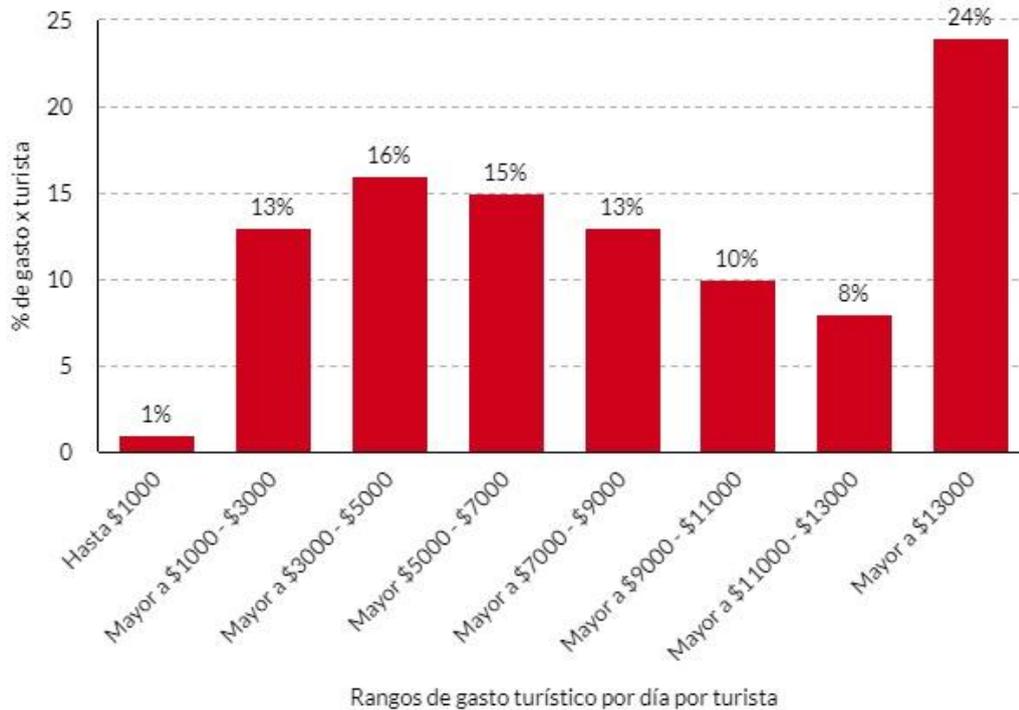
Nota: Gráfico de barras- Destino competitivo- Temporada estival 2022 Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

Dada la observación de la variable anterior se desprende el análisis sobre el 12% que “sí pensó en otro destino para estas vacaciones”, el cual tuvo como resultado que un 47% tuvo en cuenta a la “costa atlántica” dentro de sus opciones. La segunda opción más votada “Otros destinos del Neuquén” (14%), seguido por “Playas de Brasil y otras playas del exterior” (12%), “Otros destinos de la Patagonia” (11%), “NOA” con un 10%.

Las opciones restantes obtuvieron un porcentaje menor al 10% y están compuestas por: “Destinos de la Patagonia austral” (9%), “Cataratas del Iguazú”(8%), “Región de Cuyo”(5%), “Otro”(6%).

Continuando con el análisis del comportamiento del turista, la variable Gasto es quizás la más sensible a la hora captar para el muestreo, aunque salvo algunas excepciones, se pudo medir sin problemas el gasto turístico promedio por persona por día.

Aproximadamente CUÁNTO piensa GASTAR durante su ESTADIA en VLA?

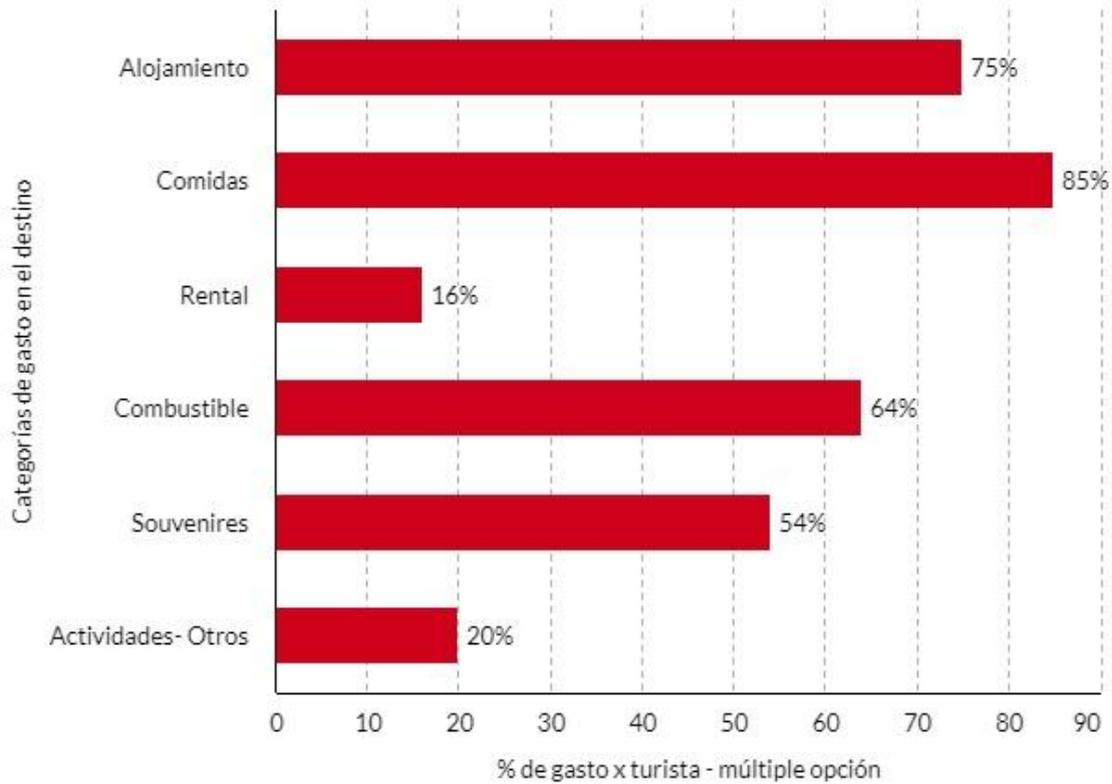


Nota: Gráfico de barras Gasto- Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

El promedio de gasto por persona por día arrojó **\$7862,90**, el incremento interanual del gasto promedio por persona fue del 13,4%. Más del 46% de los visitantes tiene un gasto mayor al promedio, distribuido de la siguiente manera: el rango “mayor a \$9000- \$11000” (10%), “Mayor a \$11000- \$13000” (8%), “Mayor a \$13000” (24%); siendo éste último rango el de mayor relevancia dentro de lo relevado esta temporada estival. En tanto a los rangos que se ubicaron por debajo del gasto promedio, se obtuvo que: el rango “mayor a \$5000-\$7000” alcanzó un 15%, “mayor a \$3000-\$5000” un 16%, “mayor a \$1000-\$3000” un 13%, y “hasta \$1000” un 1%. Por último, el rango “mayor a \$7000-\$9000” registró un 13%.

El GASTO que mencionó que INCLUYE?



Nota: Gráfico de barras- Servicios incluidos en el Gasto- Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

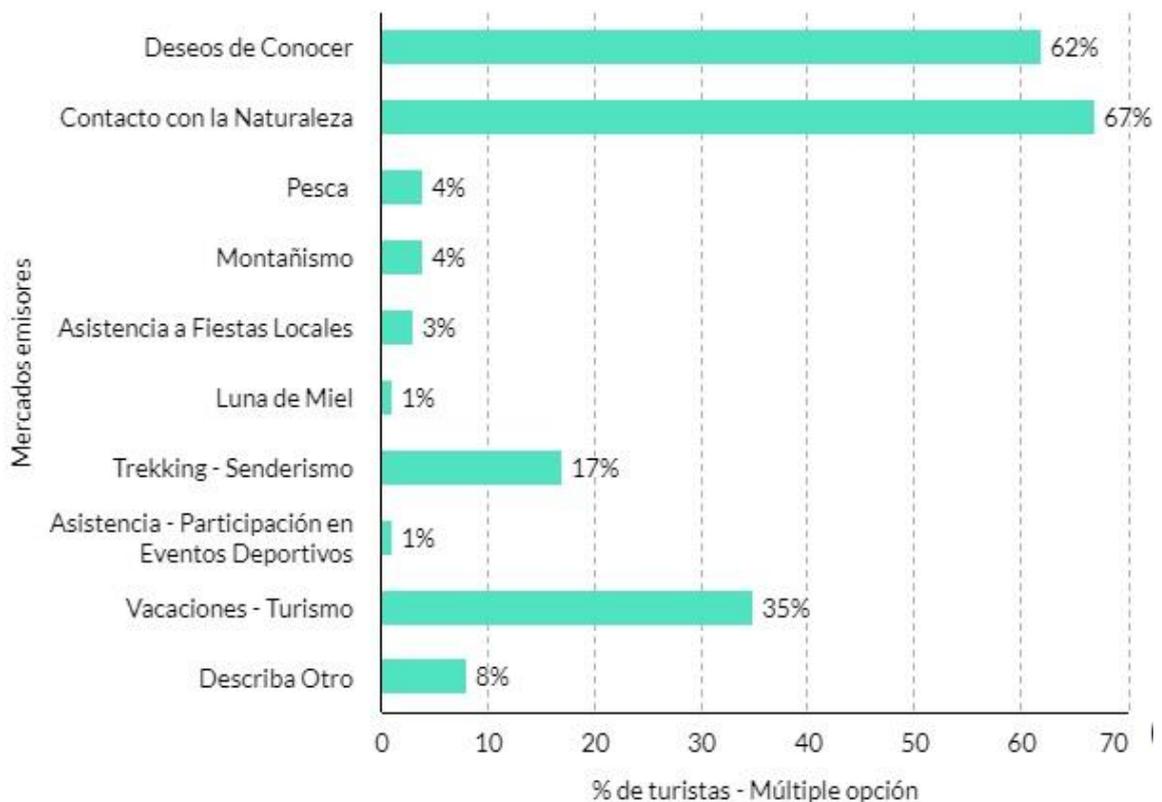
La distribución del gasto se analizó en base a 6 categorías de múltiple-opción que dieron como resultado que más del 80% dedicó su presupuesto a “comidas”, un 75% en alojamiento, y más de la mitad gastó en “souvenirs” (52%). El 64% se destinó a “combustible”, un 20% lo hizo en “actividades”, y un 16% en “rental”.

Capítulo III

PERFIL MOTIVACIONAL Y ORGANIZACIÓN

En este capítulo se describe tanto la planificación del grupo de viaje como las motivaciones principales que hacen que el turista elija el destino para vacacionar.

¿Cuál es el principal motivo de su visita a VLA?

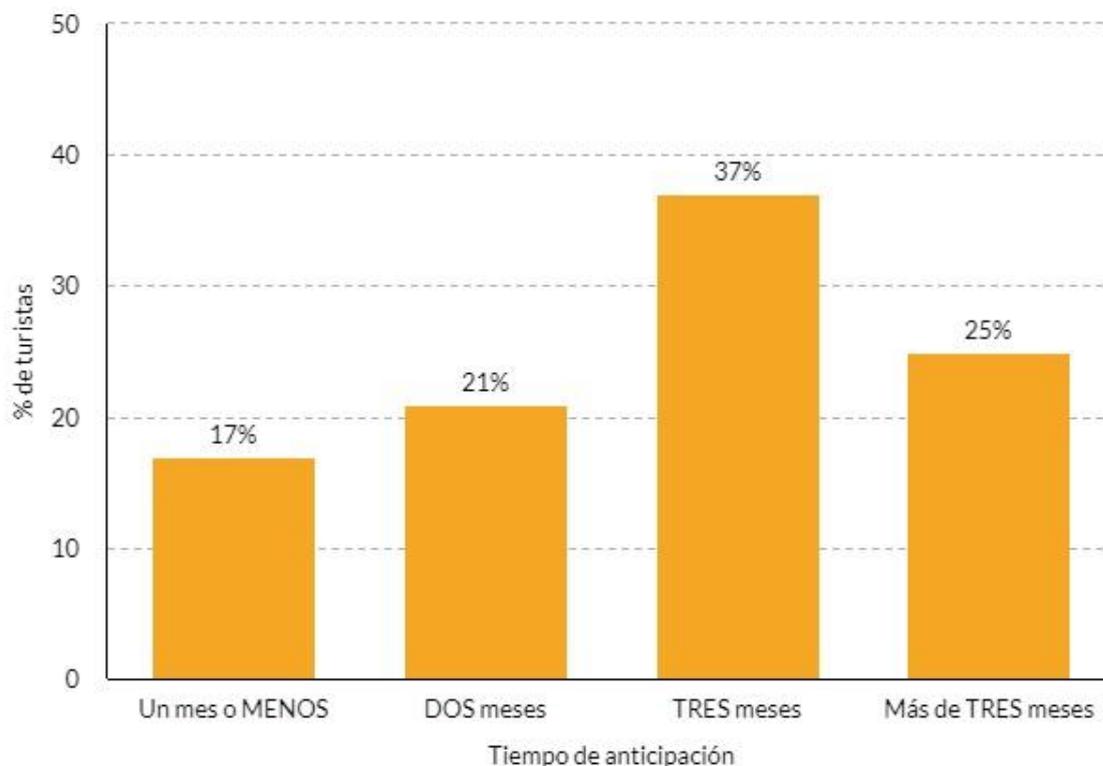


Nota: Gráfico de barras motivacional- Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

Entre las **motivaciones turísticas** y de interés en Villa la Angostura lo más representativo es el contacto con la naturaleza (67%), seguido del “deseo de conocer” (62%). Además, las actividades al aire libre alcanzaron valores tales como “trekking/ senderismo” 17%, “montañismo” 4%, “pesca” (4%), “asistencia-participación en eventos deportivos” (1%). Por otro lado, la opción “vacaciones-turismo” alcanzó un 35%, “asistencia a fiestas locales” (3%), “luna de miel” (1%).

¿Con cuanto tiempo de ANTICIPACIÓN decidió el lugar para estas vacaciones?

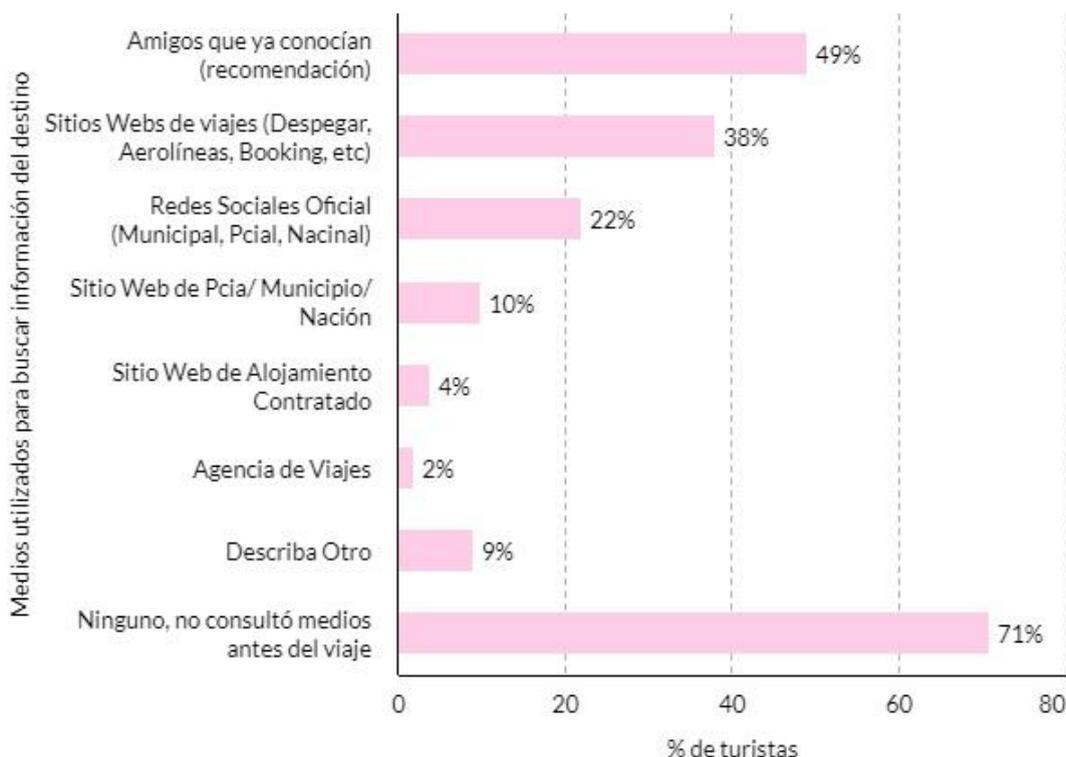


Nota: Gráfico de torta- Tiempo - Planificación – Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

La variable planificación mide con cuánta anticipación decidieron sus vacaciones los visitantes, los resultados son que el 37% confirmó su viaje “tres meses antes” de su arribo al destino, y un 25% con “más de tres meses”, sumando entre estas dos categorías más de la mitad de los encuestados. El 21% concretó sus vacaciones con “2 meses” de anticipo, y el restante 17% lo hizo con “un mes o menos”. Ante esta distribución podemos afirmar que la planificación fue afectada fuertemente por los términos y condiciones de uso del programa “Pre-viaje”, el cual establecía la compra anticipada de los servicios de vacaciones tales como alojamiento, actividades, entre otras; cabe destacar que existe un pregunta específica para el programa “Pre-viaje” con su correspondiente análisis.

¿Por qué MEDIOS busco información de VLA antes de viajar?

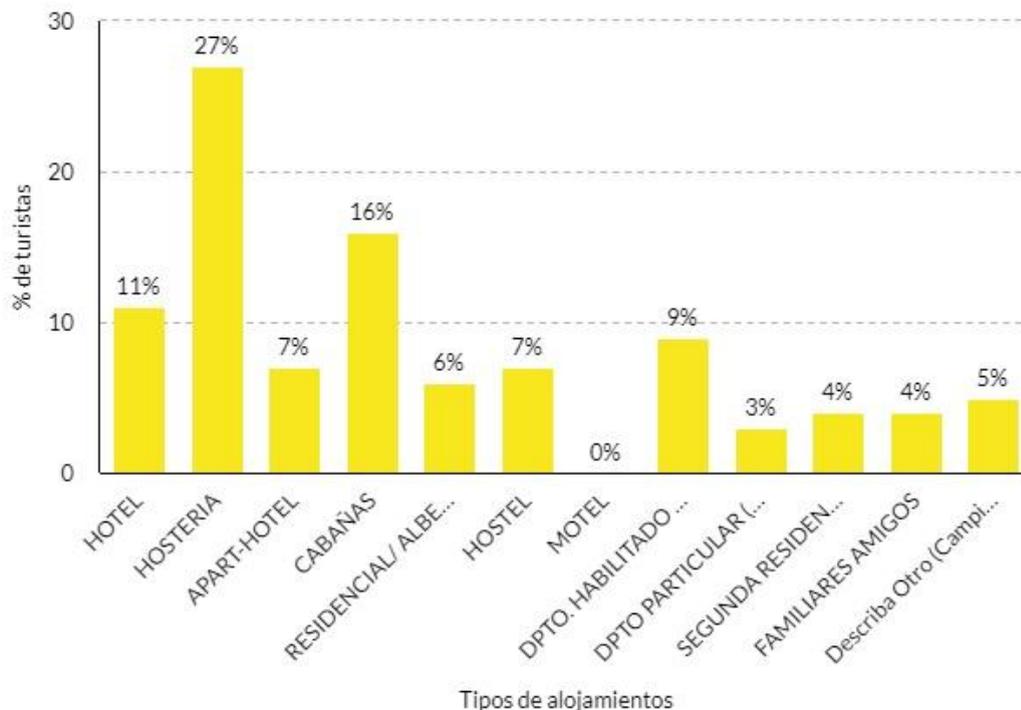


Nota: Múltiple opción - Medios de información- Temporada Estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

Los turistas han utilizado distintas fuentes de información y su análisis es clave para la posterior toma de decisiones en términos de marketing turístico. La opción con mayor número de adhesiones fue la de “amigos que ya conocían (recomendación)” con un 49%, lo cual nos indica que el marketing directo prevalece ante, por ejemplo, las “redes sociales (Municipal, Pcial, Nacional)” que obtuvieron un 22%. Sin embargo, un 38% utiliza “sitios webs de viajes (Despegar, Booking, Aerolíneas)”, o comúnmente llamadas OTAs (agencias de viajes online). En menor medida se registraron medios de información con los siguientes valores: “Sitio web de alojamiento contratado” (4%), “Agencia de viajes” (2%), “Otro” (9%). Por último, la opción más elegida sorpresivamente fue “ninguno, no consultó medios antes del viaje” (71%), lo cuál puede tener múltiples significantes tales como: fuerte poder de marca del destino, alta fidelización y conocimiento de los turistas para con la localidad,

Por favor indique DONDE está ALOJADO?

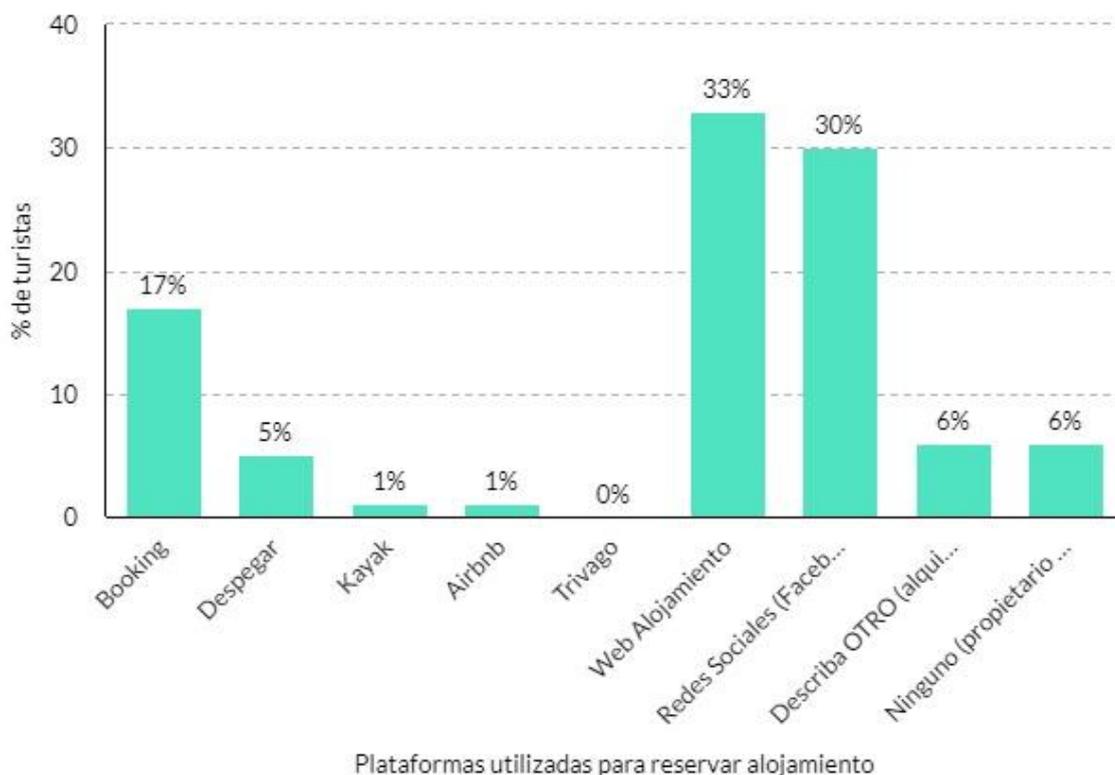


Nota: Gráfico de barras - Tipos de Alojamiento – Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

Las “hosterías” (27%) fueron el tipo de alojamiento más utilizado por los visitantes durante la temporada estival de verano 2022, seguido por las “cabañas” que obtuvieron un 16%. Además, dada la heterogeneidad de la distribución de esta variable, se observaron valores menores al 15% tales como: “hoteles” (11%), los “campings” (5%), “Dpto particular (ATT habilitado)” (9%), “hostel” (7%), “apart-hotel” (7%), , y “albergue residencial” (6%) completando así la totalidad de la oferta de alojamiento habilitada. Además, se analizó la oferta informal en la que los “Dptos particulares (No habilitados)” se eligieron en un 3%, la casa de “familiares/amigos” también en un 4%, y las “segundas residencias” en un 4%.

¿En qué plataforma hizo la reserva/compra del alojamiento?



Nota: Gráfico de barras - Plataformas utilizadas para reservar el alojamiento – Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

En la temporada estival 2022 se adicionó la variable relacionada a las plataformas que utilizaron los turistas para reservar el respectivo hospedaje en su estadía en Villa la Angostura. El objetivo es indagar acerca del proceso de compra del servicio alojamiento, visualizar posibles dependencias con proveedores, y sumar un análisis más a la problemática de la oferta informal de alquileres turísticos.

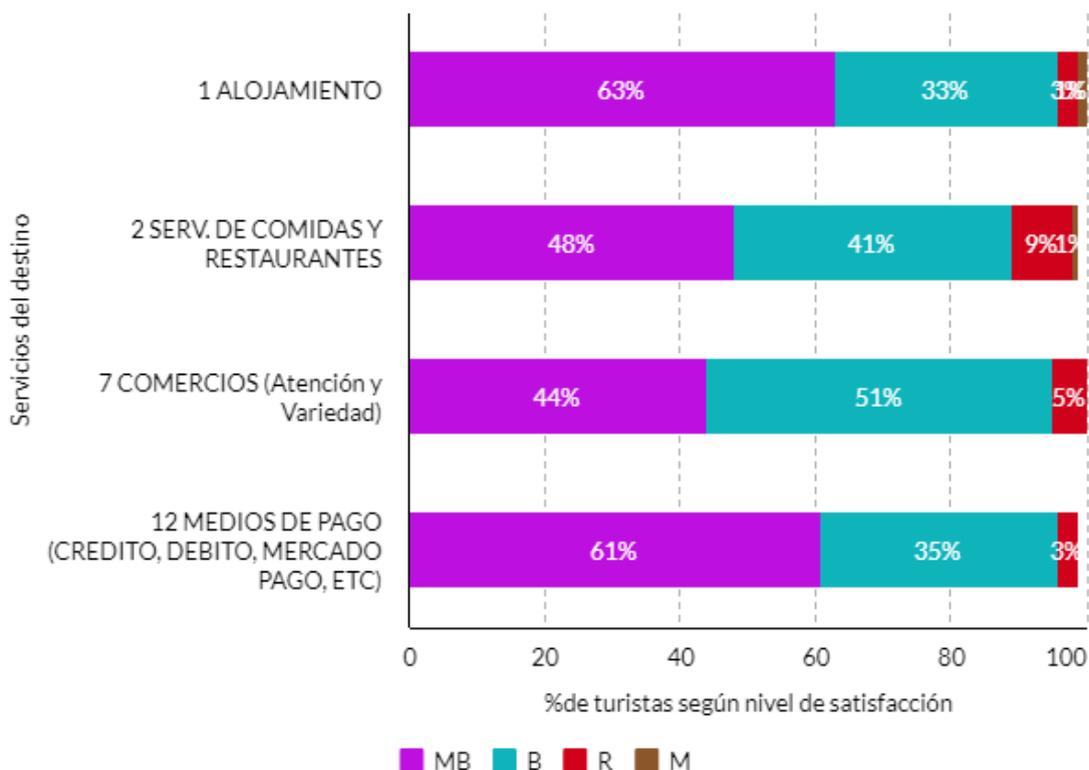
Los resultados muestran que más del 60% de los turistas reservó su alojamiento a través de: la “web del alojamiento” (33%), y las “redes sociales (Facebook, instagram, Whatsapp, etc)” (30%). El 40% restante tuvo como principal actor a la OTA (agencia de viaje online) “Booking”, que como intermediario alcanzó una cuota del mercado del 17%. Para completar el grupo de OTAs se registraron los siguientes datos: “Despegar” (5%), “Kayak” (1%), “Airbnb” (1%), “Trivago” (0%). Para concluir, se detectaron otras dos fuentes de reserva tales como: “Describe OTRO (alquileres Argentina; llamado directo al alojamiento)” (6%), “Ninguno (propietario /casa de amigos fliares.)” (6%).

Capítulo IV

SATISFACCIÓN CON EL DESTINO

En el siguiente capítulo se presentarán analizadas las distintas percepciones de los visitantes, correspondientes a los servicios ofrecidos al turista tanto por el sector privado como por el mismo municipio de Villa la Angostura, ambos comunidad anfitriona.

Cuál es su OPINIÓN sobre los servicios ofrecidos al Turista? EVALÚE MB - B- R- M

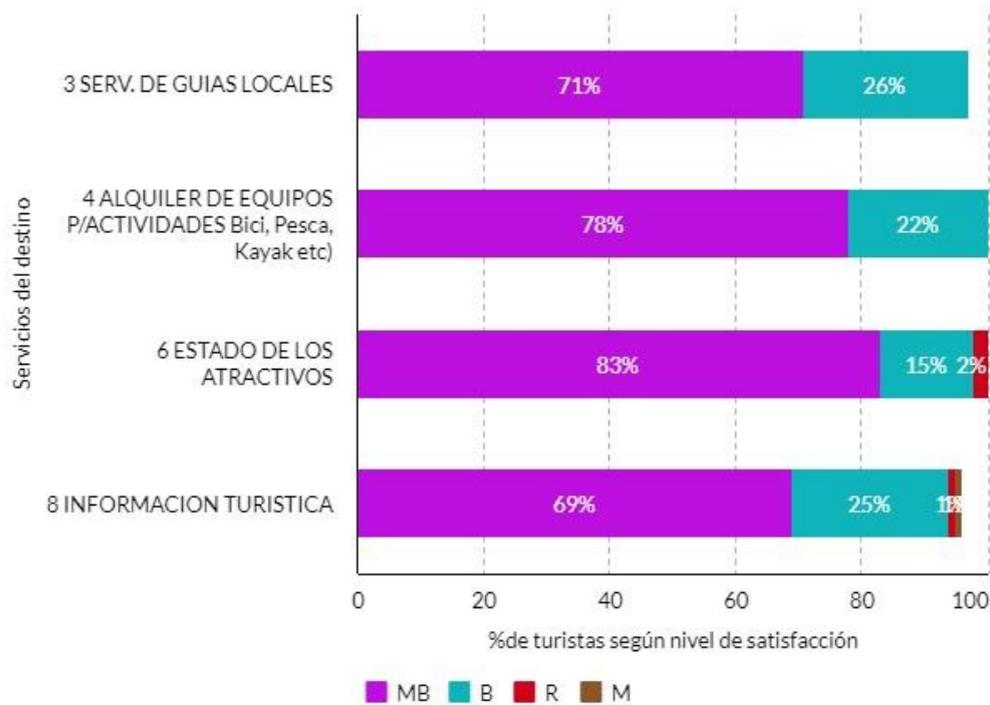


Nota: Gráfico de barras comparativo- Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

En el presente gráfico se puede visualizar que, en términos generales, más del 85% de los encuestados opinó que los cuatro servicios (Alojamiento, Medios de Pago, Comercios, Comidas y restaurantes) fueron *al menos* “buenos”. Para analizar en detalle, observamos que los “medios de pago (débito, crédito, etc)” y los “comercios (atención y variedad)” obtuvieron una calificación de al menos “bueno” en un 95%, y una disminución interanual de las valoraciones “regulares” y “malas”, de hasta la mitad de los valores registrados el año anterior. El alojamiento obtuvo un 63% en la opción “Muy bueno”, y sólo un 3% opinó que el servicio fue regular”. Para finalizar, el “servicio de comidas y restaurantes” fue calificado como “Muy bueno” en un 48%, aunque con un crecimiento interanual de la apreciación “regular” del 5% al 9%.

INFORMACIÓN TURÍSTICA- ESTADO DE ATRACTIVOS –ALQUILER DE EQUIPOS- GUÍAS LOCALES

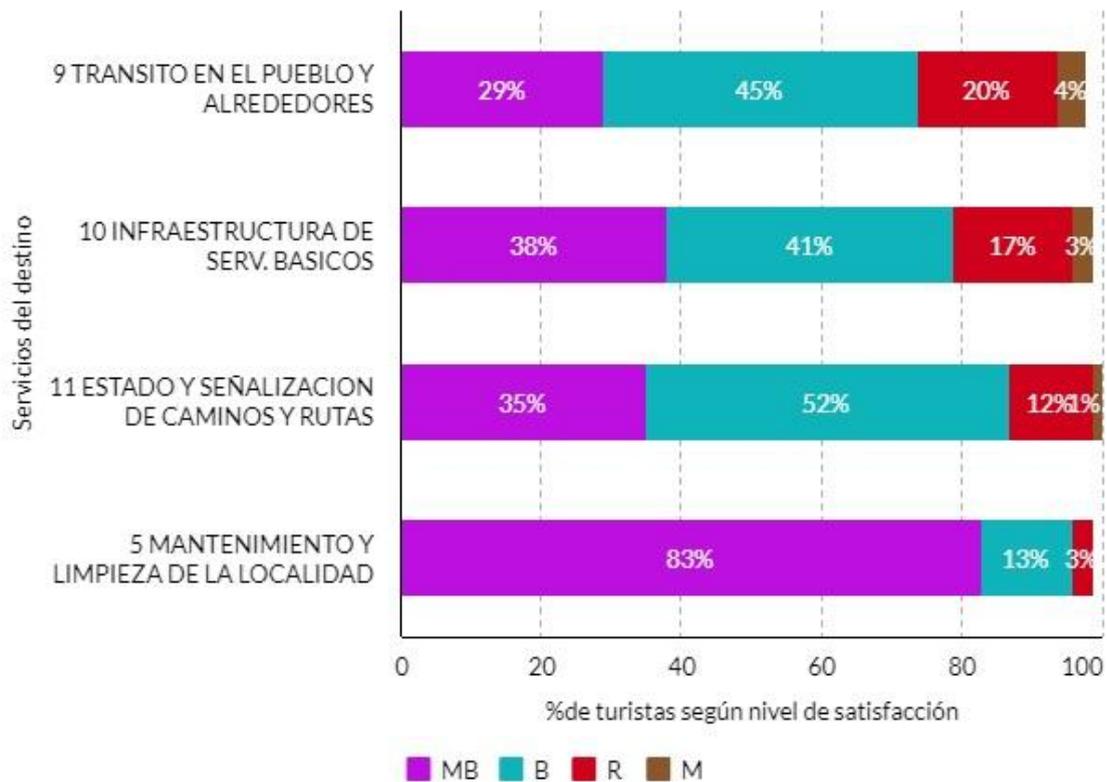


Nota: Gráfico de barras comparativas- Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

La evaluación de los servicios ofrecidos tales como “alquiler de equipos para actividades” y “estado de los atractivos” obtuvieron una valoración como “muy bueno” en un porcentaje mayor al 75%. El “servicio de guías locales” fue calificado como “muy bueno” por un 71% de los turistas, y el servicio brindado por la secretaría de turismo de Villa la Angostura en relación a la “información turística”, fue observado cómo al menos “bueno” por un 94% de los visitantes, y como “regular” y “malo” por un 1% respectivamente; es interesante destacar que han registrado una disminución interanual las valoraciones “regular” y “malo”, del 10% al 1% . Por último, se resalta que para los cuatro servicios la percepción “muy bueno” fue mayor al 60%.

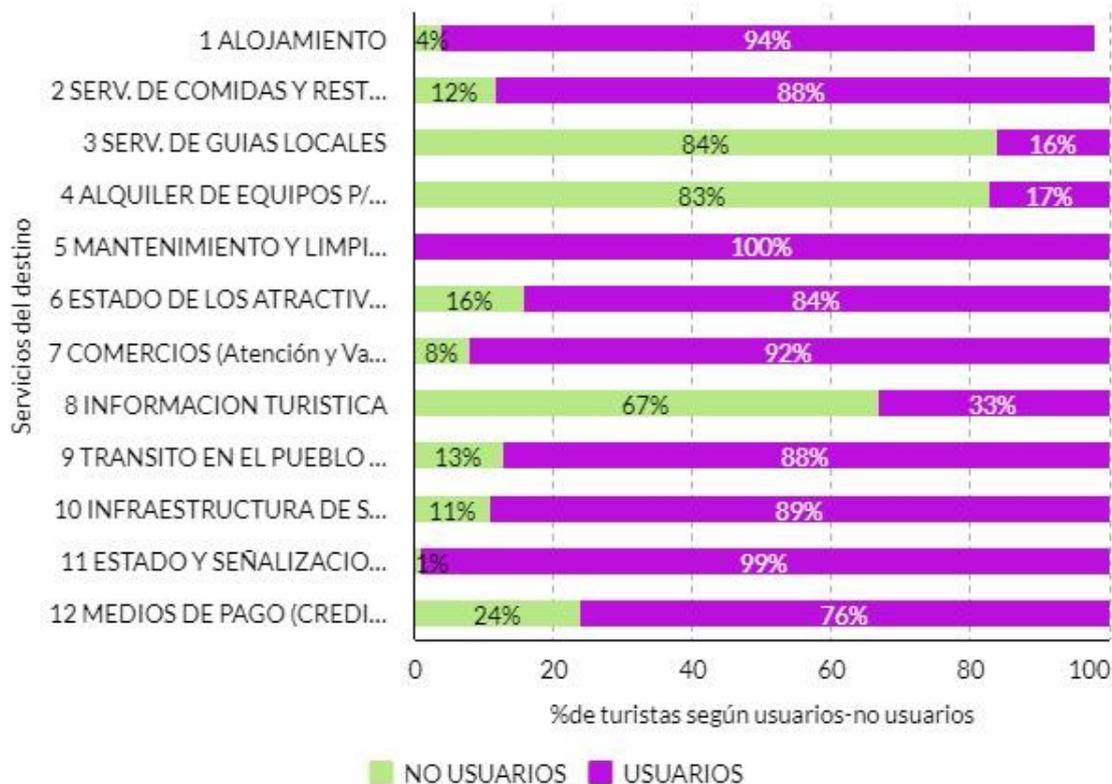
TRÁNSITO EN EL PUEBLO Y ALREDEDORES – INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS – TRÁNSITO – MANTENIMIENTO



Nota: Gráfico de barras comparativas – Febrero 2022 Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

El “Tránsito en el pueblo y alrededores” fue calificado como “bueno” por un 45%, aunque también alcanzó un 20% de “regular” y 4% como “malo”. “Mantenimiento y limpieza de la localidad” fue calificada como “muy bueno” en un 83%, la “infraestructura de servicios básicos” fue medida como “buena” en un 41%, “regular” en un 17%, y “malo” en un 3%. Además, el “estado y señalización de caminos y rutas” obtuvo un 52% de aceptación como “bueno”, y un 12% como regular. Es importante prestar atención al gran número de valoraciones “buenas” que en general están acompañadas de quejas y/o sugerencias, las cuáles están analizadas y descritas en un informe específico.

Usuarios y No Usuarios/ No evalúa – Servicios ofrecidos al Turista

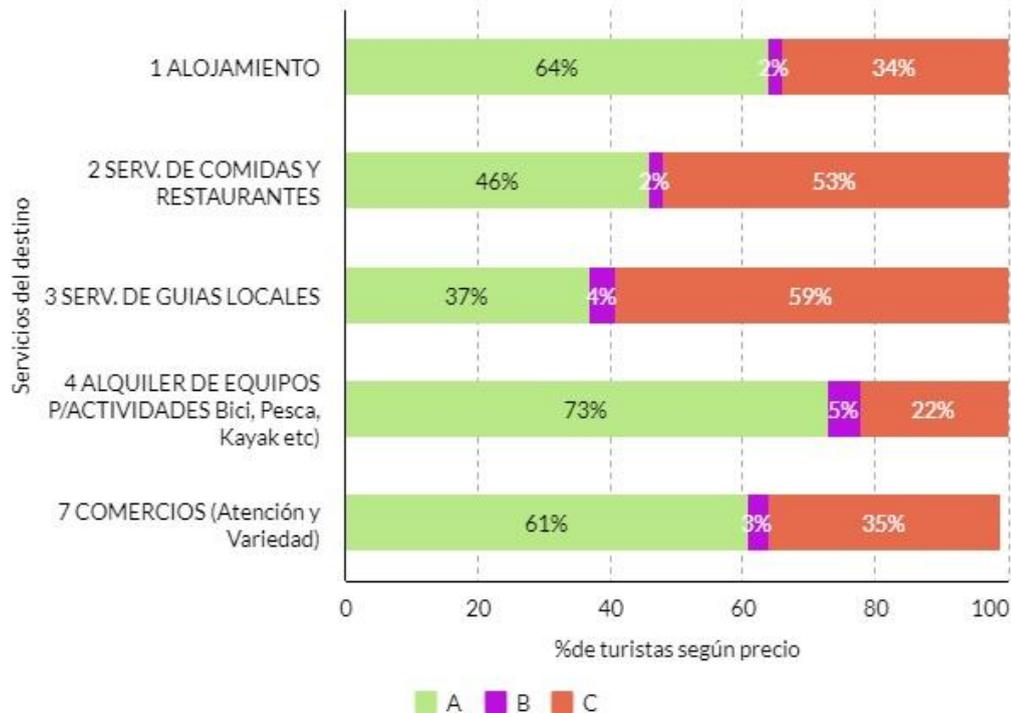


Nota: Segmentación (Usuarios- No Usuarios) Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

Los turistas también fueron consultados sobre el uso o no de los servicios, más del 70% de los turistas afirma haber sido usuario de los mismos, exceptuando a servicios tales como: “servicios de guías locales”, “alquiler de equipos para actividades”, “información turística”. Éste último servicio brindado por la Secretaría de Turismo de Villa la Angostura ha sido utilizado por menos del 35% de los encuestados, y los referidos a “alquiler de equipos” y “servicios de guías locales”, por menos del 20% de los mismos. Los “comercios (atención y variedad)” fueron utilizados por un 92% de los turistas, y el “servicio de comidas y restaurantes” por un 88%.

Precio (Accesible, Barato, Caro) – Servicios ofrecidos al turista



Nota: Gráfico de barras- Precio según servicio ofrecido Temporada estival 2022

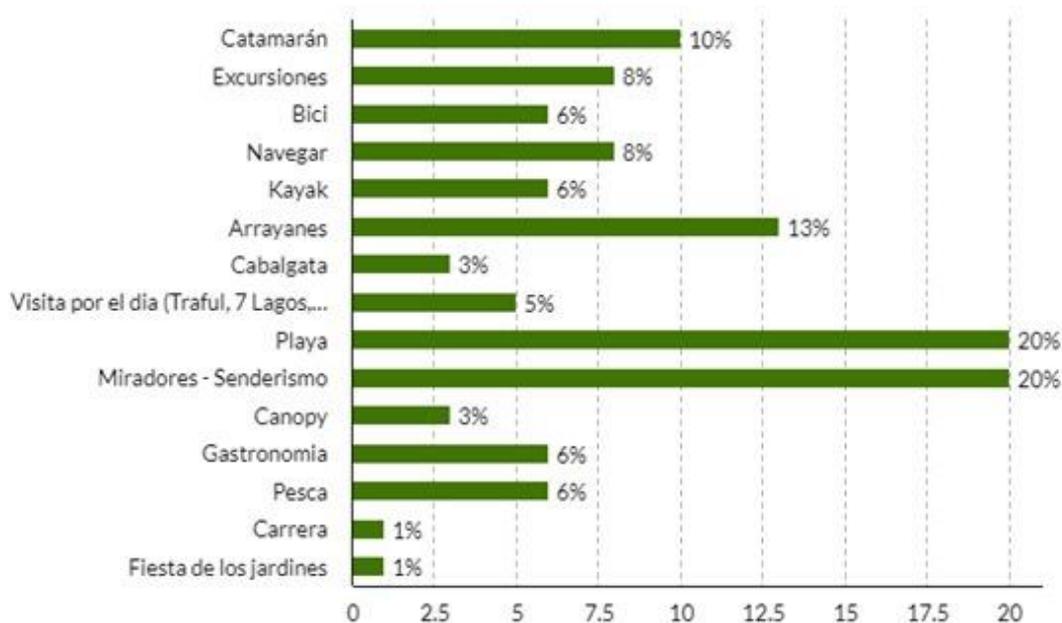
Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

Los servicios ofrecidos a los turistas también fueron evaluados según la variable precio, los mismos se midieron cualitativamente en las siguientes categorías: Accesible, barato, y caro.

Más del 60% catalogó como “accesible” a los servicios tales como “alojamiento” (64%), “comercios”(61%), “alquiler de equipos p/actividades Bici, Pesca, Kayak, etc)” (73%). Por otro lado, más de la mitad de los encuestados catalogaron como “caro” a los “serv.. de guías locales” (59%), y “serv. de comidas y restaurantes” (53%); siendo éste último dato un 23% mayor al año anterior.

Para este informe de temporada se analizaron las actividades que realizaron los visitantes por cuenta propia y contratadas, siendo ésta una variable que apunta claramente a medir la oferta de servicios turísticos que pueden incidir, por ejemplo: en la extensión de una estadía, en las motivaciones que consoliden la fidelidad con el destino, y también una posible repercusión y/o suba en el gasto promedio por día de los turistas.

Actividades por cuenta propia/ Contratadas (alquiler)



Nota: Actividades por cuenta propia y contratadas- Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

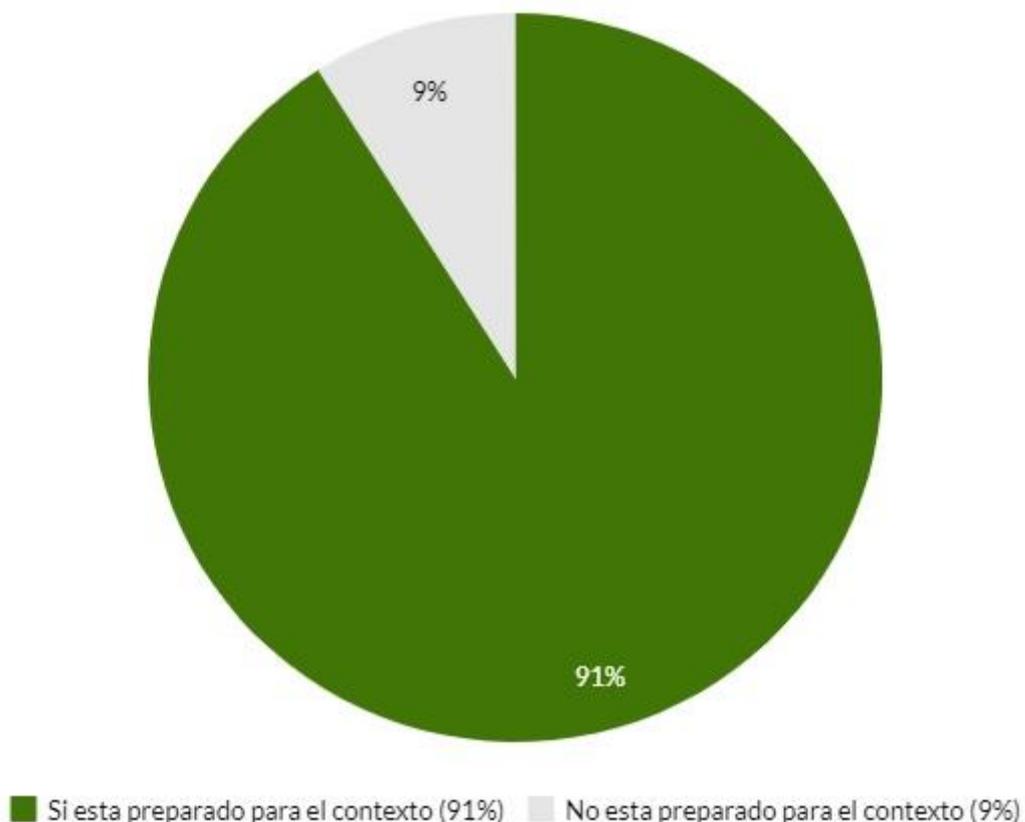
Las actividades más elegidas durante la temporada estival 2022 fueron: “playa” (20%), y “miradores-senderismo” (20%). En el segundo escalafón de actividades contratadas se observan actividades relacionadas al Parque Nacional Arrayanes, comprendidas por el uso del “Catamarán” (10%), y la visita a “Arrayanes” (13%). Además, se han registrado un gran número de actividades que con porcentajes inferiores al 10% tales como: “Navegar” (8%), “Excursiones” (8%), “bici” (6%), “kayak” (6%), “gastronomía” (6%), “pesca” 6%, “Visita por el día (Trafal, 7 lagos,..etc)” (5%), “Cabalgata” (3%), “Canopy” (3%), “Carrera” (1%), “Fiesta de los jardines” (1%).

Capítulo V

APARTADO COVID

En el siguiente capítulo se analizan variables que posiblemente sirvan para analizar la situación excepcional de la temporada estival 2022, y las posibles comparaciones factibles de realizar con la temporada 2021. El objetivo es comprender los posibles cambios de comportamiento de la demanda turística frente a un contexto de cambios de hábitos cotidianos, restricciones sanitarias, protocolos específicos de la actividad, incentivos para el aprovechamiento del turismo interno, preparativos del destino para el recibimiento de grandes cantidades de turistas, y requisitos para la realización de actividades turísticas

¿Considera que el DESTINO está preparado para recibir turistas en CONTEXTO de PANDEMIA?



Nota: Gráfico de torta - Destino preparado frente al covid- Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

La primera variable está relacionada con indagar si el destino estuvo, o no preparado para recibir turistas en el contexto de pandemia, a partir de la percepción/opinión de los turistas que nos visitaron durante la temporada estival.

Un 91% respondió que “sí, está preparado”, es decir, consideran seguro al destino en términos sanitarios, un 9% respondió que Villa la Angostura no está preparada para recibir turistas en contexto de pandemia. En el siguiente gráfico veremos las razones por las que el 9% consideró para catalogar al destino como no seguro.

Si respondió NO en la variable anterior – INDIQUE Por qué?

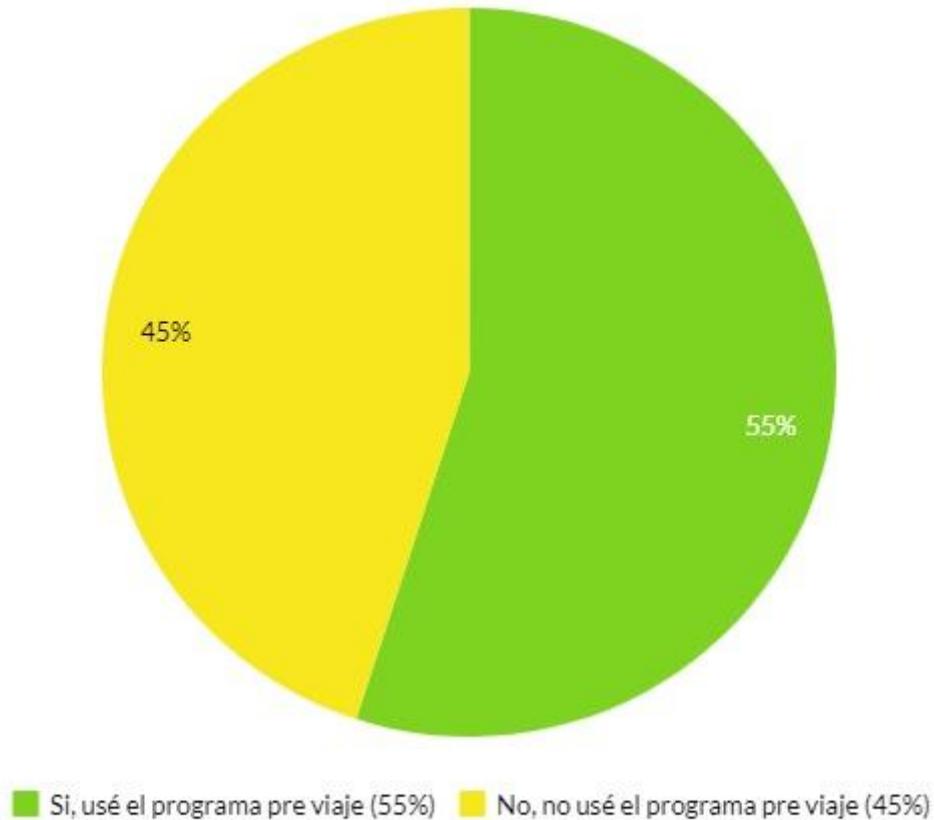


Nota: Histograma - Razones destino no preparado para el contexto- Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

La siguiente variable es dependiente de la pregunta anterior, por lo que sólo están incluidos los que consideran al destino como “no seguro”. La pregunta es de múltiple opción y la distribución fue la siguiente: el 56% respondió que percibe/ve “amontonamiento en establecimientos en atractivos”, el 33% nota “amontonamiento en los comercios”. La opción “prestadores que no respetan el protocolo sanitario” registró un 25%, un 12% opinó que “no hay difusión/información ante una contingencia”, y un 12% afirmó “no hay protocolo”. Por último, la categoría “otros” (4%), hace referencia a: “mucho turismo”, “mucho tránsito”.

Planifico este viaje con el PROGRAMA PRE- VIAJE?



Nota: Gráfico de torta – Programa Pre Viaje- Temporada estival 2022

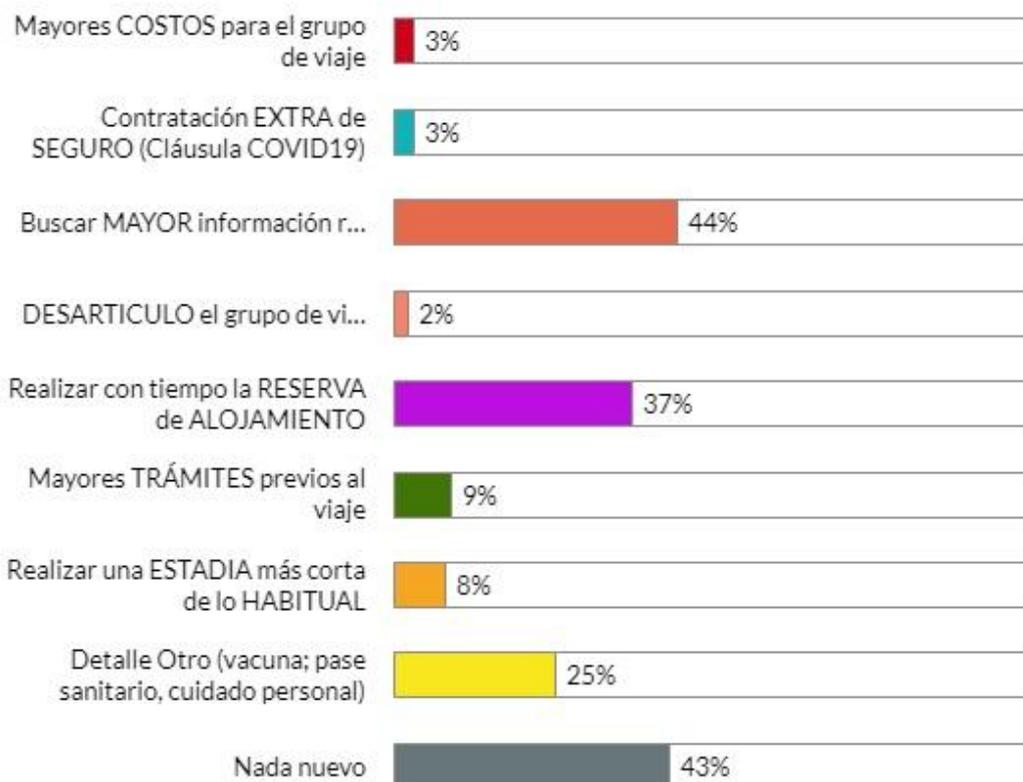
Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

A los visitantes del destino se les preguntó si hicieron uso del programa “Pre-Viaje”, el cual fue impulsado por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación a forma de incentivo de la demanda turística. Un 55% utilizó este beneficio, siendo el doble del valor obtenido la temporada pasada. En contraposición, un 45% no utilizó dicho programa.

¿Cómo EVALÚA los BENEFICIOS del Programa Pre - Viaje? Escala del 1 al 10 (Malo - Excelente)

Calificación de temporada 8,75

PLANIFICAR este viaje, qué cosas NUEVAS le IMPLICO (distinta a una planificación tradicional)



Nota: Aspectos nuevos por covid-19 – Temporada estival 2022

Fuente: Dato Relevado por TURISNOVA Consultora para la Secretaría Municipal de Turismo – Temporada Alta Estival 2022.-

Dado el contexto pandémico, se decidió indagar el grado de incidencia que tuvo esta situación extraordinaria en el comportamiento de los turistas, por ende, se analizaron los cambios en la planificación del viaje. Esta variable arrojó que un 43% reconoce que no hubo “nada nuevo”, un 37% afirmó haber tenido que “realizar con tiempo la reserva de alojamiento”, y un 25% optó por la respuesta “Otro”; referido a la vacuna, pase sanitario y cuidado personal. Además, un 9% de los encuestados afirmó haber tenido que realizar “mayores trámites previos al viaje”, un 8% dijo haber tenido que “realizar una estadía más corta de lo habitual”, un 3% realizó una “contratación EXTRA de seguro (cláusula covid 19), y un 3% dijo haber percibido “mayores costos para el grupo de viaje”.

Además, un 24% de los turistas menciona haber “buscado información del destino y la seguridad sanitaria”, un 15% manifestó haber realizado la “contratación extra de seguros – en especial el que contiene la cláusula covid-19”, y también se destaca el segmento que manifiesta “mayores costos para el grupo de viaje” con un 15%. Por último, una de las premisas fundamentales previo a la temporada se vio suprimida con sólo un 6% de elección; ésta decía que el grupo de viaje “familia” se iba a desarticular por la imposibilidad de arribo de los mayores de 60 años (abuelos) dado al elevado riesgo que supone para ellos el contraer el virus COVID-19.

Quejas y sugerencias

Para un análisis más exhaustivo y estratégico de las quejas y sugerencias se confeccionó un informe específico para dicha temática llamado “Quejas- Disconformidades y sugerencias para el destino VLA”; cabe destacar que el mismo es de uso interno de la Secretaría de Turismo de Villa la Angostura.

Glosario

Población: En estadística, el término “población” se refiere al conjunto de elementos que se quiere investigar, estos elementos pueden ser objetos, acontecimientos, situaciones o grupo de personas.

Unidad experimental: Para estudiar y poder analizar una población, debido al tamaño de la misma y porque en muchas ocasiones es muy difícil trabajar con todas las UNIDADES EXPERIMENTALES, es que se utiliza una MUESTRA, la cual es un subconjunto de los DATOS o UNIDADES EXPERIMENTALES de la población.

Muestra: En una MUESTRA se analiza un subconjunto de las UNIDADES EXPERIMENTALES de una POBLACIÓN. Así, la población es un conjunto de todas las UNIDADES EXPERIMENTALES, y como es difícil evaluarlas todas en algunas ocasiones, es que tomó una MUESTRA, que es un subconjunto de U.E de la POBLACIÓN.

Tamaño muestral: Todas las unidades experimentales que se estudian en una muestra se suman y eso da como resultado el TAMAÑO MUESTRAL. El tamaño muestral es en n, la suma de todos los RESULTADOS POSIBLES que puedo obtener de la observación de una variable.

Turista itinerante: Aquella persona que se aloja al menos una noche en el destino pero ha elegido tener una estadía más extensa en un destino competitivo, por lo que no sería su elección principal para vacacionar.

Turista de estadía: El turista de estadía es aquel que se aloja más cantidad de noches en el destino que en otros destinos competitivos, siendo éste su elección principal para vacacionar.