



OBSERVATORIO  
DE TURISMO  
MUNICIPAL



SAN FERNANDO  
DEL VALLE DE  
**CATAMARCA**



# **INFORME ESTADÍSTICO TRIMESTRAL**

**1° Trimestre 2025  
ENERO- FEBRERO- MARZO**

## 1. Introducción

El presente informe tiene como objetivo proporcionar un análisis detallado de la actividad turística en el municipio durante el **Primer trimestre del año 2025**, comprendido entre los meses de enero, febrero y marzo. Durante este período se analizarán diversos indicadores clave, tanto cuantitativos como cualitativos, tales como la tasa de ocupación hotelera, la estadía promedio, el perfil del visitante, la valoración del destino y el impacto económico de la actividad turística en la localidad.

El primer trimestre de 2025 fue un período crucial para el turismo local debido a la afluencia de visitantes, lo que resultó en una notable ocupación hotelera y un incremento en los ingresos del sector. Este comportamiento positivo puede atribuirse en parte a las **estrategias de promoción y gestión turística implementadas por la Secretaría de Turismo, en colaboración con instituciones provinciales y locales.**

La diversidad de atractivos turísticos, **la oferta cultural durante este trimestre jugaron un papel importante en la elección del municipio como destino de preferencia.** Con estos factores en consideración, se espera que el crecimiento del turismo continúe de manera sostenida, impulsado por una planificación orientada al desarrollo sostenible y una estrategia de promoción constante.

Este análisis ofrecerá una visión integral de los resultados obtenidos en el primer trimestre, con el fin de brindar información precisa y relevante para la toma de decisiones futuras en materia de gestión y promoción turística.

## 2. Aspectos Metodológicos

Durante el análisis de resultados es importante contar con metodologías y técnicas sólidas, que permitan construir información confiable y posibilite la toma de decisiones asertivas. Las metodologías empleadas se decidieron en función de los diferentes aspectos y dimensiones de las unidades de análisis, considerando los recursos disponibles. A continuación se presenta un resumen de las consideraciones metodológicas.

### Tasa de Ocupación Hotelera:

Es un indicador que mide el porcentaje de habitaciones ocupadas en alojamientos registrados, en relación con el total de habitaciones disponibles en el destino bajo estudio para un periodo predeterminado<sup>1</sup>.

- Tipo de estudio: censal.
- Unidad de análisis: alojamientos registrados y habilitados por la autoridad de aplicación de la normativa provincial<sup>2</sup>.
- Variables de investigación: categoría del establecimiento, disponibilidad de habitaciones y plazas, ocupación de habitaciones y plazas.
- Periodicidad del estudio: semanal.
- Instrumento de recolección de datos: encuesta telefónica.

Fórmula: ***Tasa de O.H. = ( $\Sigma$ Hab. ocupadas en el destino/ $\Sigma$ Hab. disponibles en el destino)\*100***

### Impacto Económico:

Se trata de una estimación que se realiza sobre algunas variables de ingreso que alimentan el modelo. Se emplea a los fines de establecer una aproximación sobre el impacto económico que se genera en un destino durante en un periodo predeterminado, a partir de la actividad turística. Es importante mencionar que debe ser tratado y entendido con la premura que requiere cualquier indicador cuantitativo que resulte a partir de una estimación.

Para alimentar el modelo de estimación se utilizan datos numéricos de las siguientes variables:

- Sumatoria de plazas disponibles en el destino (solo de alojamientos registrados y habilitados)
- Duración del evento o periodo de análisis
- Sumatoria de pernoctes en oferta para el periodo
- Tasa de Ocupación Hotelera para el periodo
- Pernoctes consumidos
- Estadía promedio
- Sumatoria de turistas alojados en establecimientos registrados
- Proporción de excursionistas
- Sumatoria de visitantes arribados
- Gasto diario promedio estimado para el destino

### Perfil del Visitante:

Se trata de un estudio para la caracterización de la demanda turística o del perfil del visitante, y constituye un insumo esencial para conocer características generales de las personas que arriban a nuestro destino con fines turísticos. Abordar este estudio tiene complejidades particulares desde el punto de vista de la metodología de investigación y teoría estadística, por lo que es necesario clarificar algunas cuestiones:

- Tipo de estudio: muestral
- Universo teórico: visitantes arribados al destino San Fernando del Valle de Catamarca.

<sup>1</sup>"Propuestas metodológicas para las encuestas de ocupación en alojamientos turísticos". Dirección Nacional de Mercados y Estadística - Subsecretaría de Desarrollo Estratégico. Ministerio de Turismo y Deporte. Dic 2021.

<sup>2</sup>Dirección Provincial de Calidad Turística - Ministerio de Cultura, Turismo y Deporte. Gobierno de Catamarca

- Población objetivo: visitantes<sup>3</sup> que se encuentren presentes en los principales atractivos turísticos y centros de informes de gestión municipal.
- Unidad de análisis: visitantes.
- Unidad de relevamiento: grupos de viaje que se encuentren presentes en los principales atractivos turísticos y centros de informes de gestión municipal.
- Informante: cualquier integrante del grupo de viaje en condiciones y con la predisposición de brindar información.
- Selección muestral: muestra aleatoria simple sobre supuesto de población infinita
- Nivel de confianza: 90%
- Margen de error estadístico: 3%
- Dispersión en la variable a estimar: 50%
- Ecuación para establecer tamaño de la muestra<sup>4</sup>:  $N = (Z^2 PQ) / E^2$
- Principales variables de investigación: procedencia, grupo de viaje, motivo de visita, edad promedio, medio de transporte, valoración de aspectos diversos del destino, etc.
- Instrumento de recolección de datos: encuesta presencial.

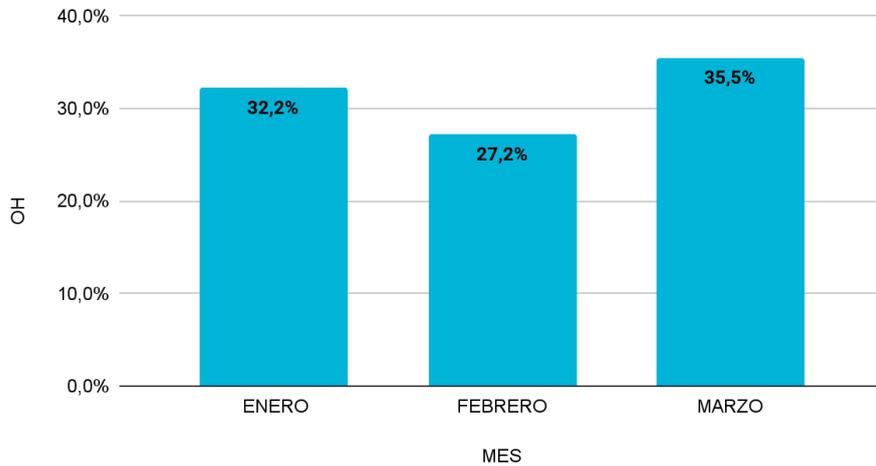
---

<sup>3</sup> Revisar la literatura específica para clarificar sobre las limitaciones conceptuales necesarias en estudios de perfil del visitante.

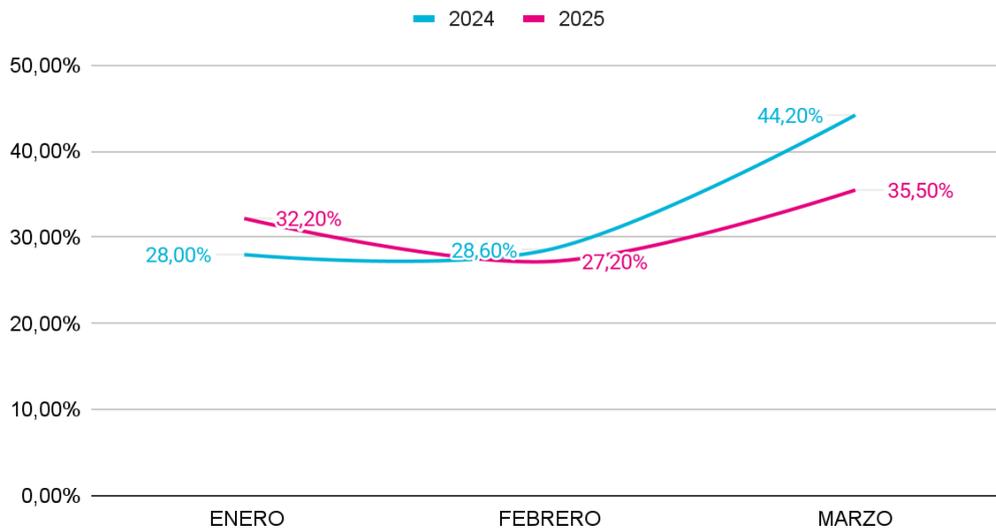
<sup>4</sup>  $N$  = tamaño de la muestra.  $Z$  = valor estandarizado para el nivel de confianza deseado.  $P$  = proporción estimada (o la probabilidad del suceso).  $E$  = margen de error porcentual deseado dividido por 100

### 3. Ocupación Hotelera (OH) y Estadía Promedio primer trimestre.

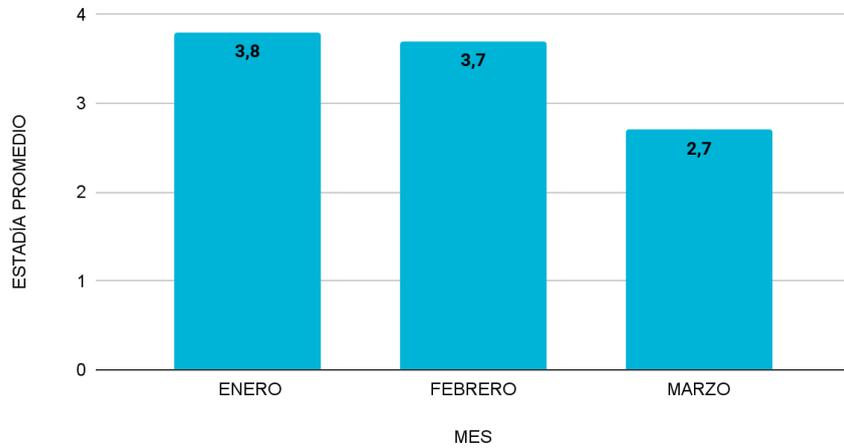
#### EVOLUCIÓN OCUPACIÓN HOTELERA 1º TRIMESTRE 2025



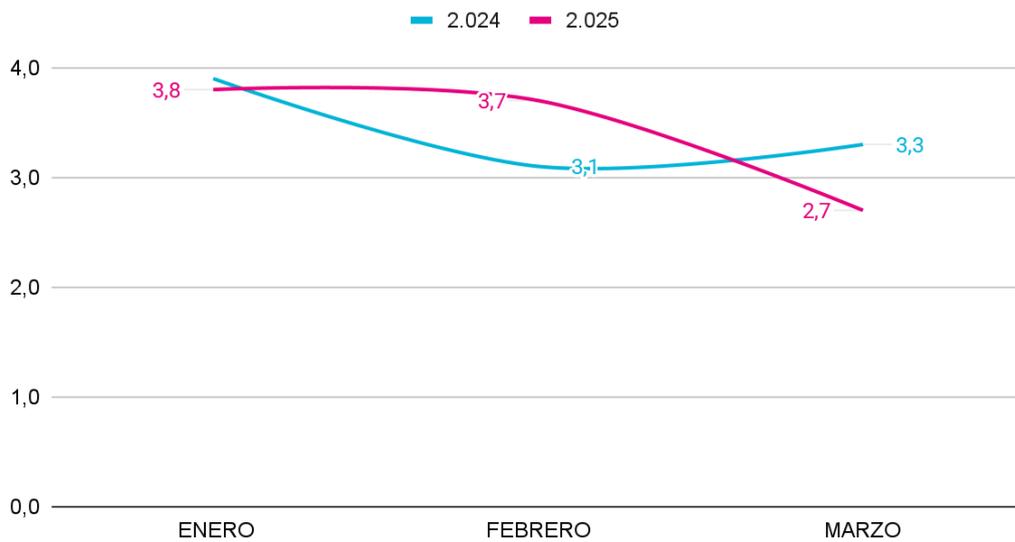
#### COMPARACIÓN OCUPACIÓN HOTELERA 24/25



## EVOLUCIÓN ESTADÍA PROMEDIO 1º TRIMESTRE 2025



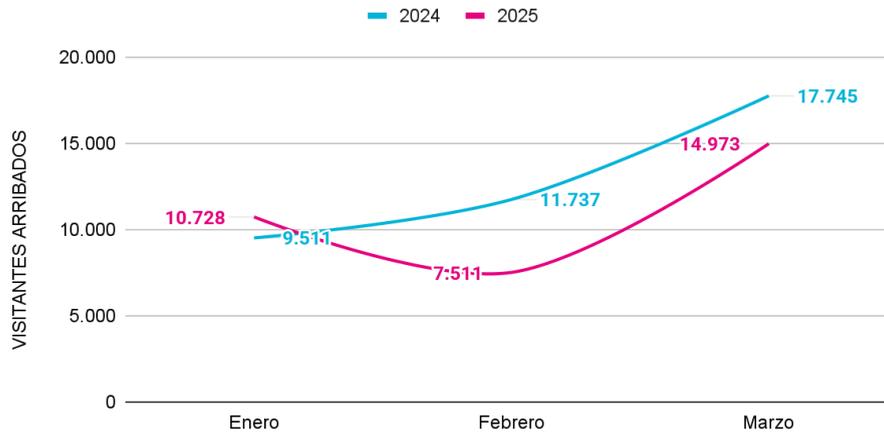
## COMPARACIÓN ESTADÍA PROMEDIO 24/25



#### 4. Total de visitantes e Impacto Económico

PERIODO 2025	VISITANTES ARRIBADOS	IMPACTO ECONÓMICO
Enero	10.728	\$2.038.778.368
Febrero	7.511	\$1.531.405.791
Marzo	14.973	\$2.735.366.355
<b>TOTAL</b>	<b>33.212</b>	<b>\$6.305.550.514</b>

#### EVOLUCIÓN VISITANTES ARIBADOS 1° TRIMESTRE 2025



**TOTAL VISITANTES PRIMER TRIMESTRE  
2025**

**33.211**

**IMPACTO ECONÓMICO PRIMER TRIMESTRE 2025**

**\$ 6.305.550.514**

**PERNOCTES EN OFERTA EN  
ALOJAMIENTOS REGISTRADOS  
1er. TRIMESTRE 2025**

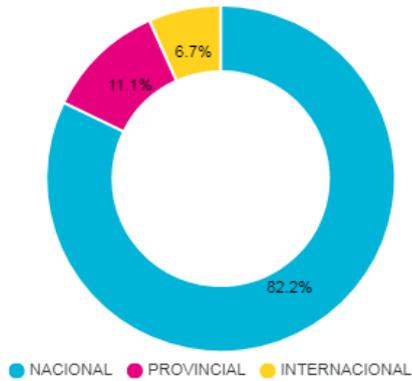
**242.105**

**PERNOCTES CONSUMIDOS EN  
ALOJAMIENTOS REGISTRADOS  
1er. TRIMESTRE 2025**

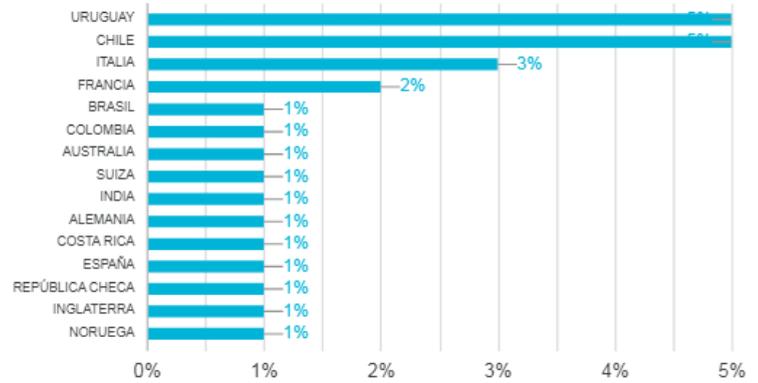
**74.605**

## 5. Perfil del visitante

### PROCEDENCIA



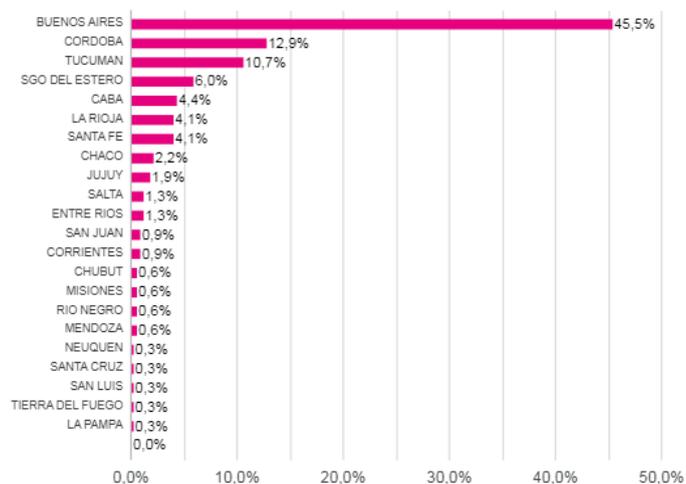
### PAÍS DE ORIGEN - TURISTAS INTERNACIONALES



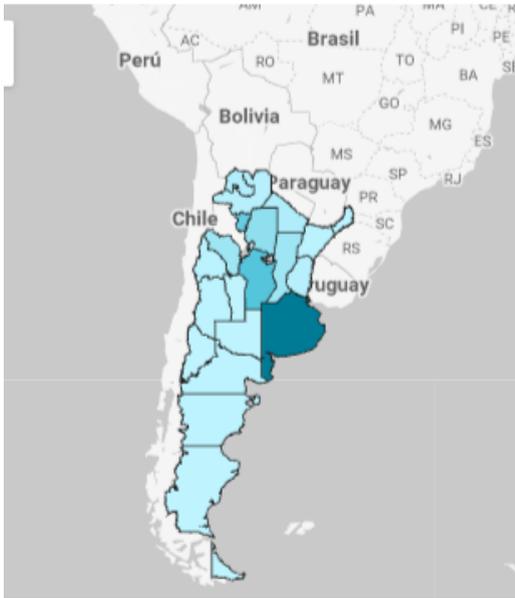
### PAÍS DE ORIGEN



### PROVINCIA DE ORIGEN - TURISTAS NACIONALES



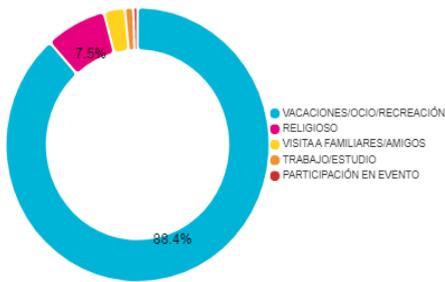
## PROVINCIA DE ORIGEN



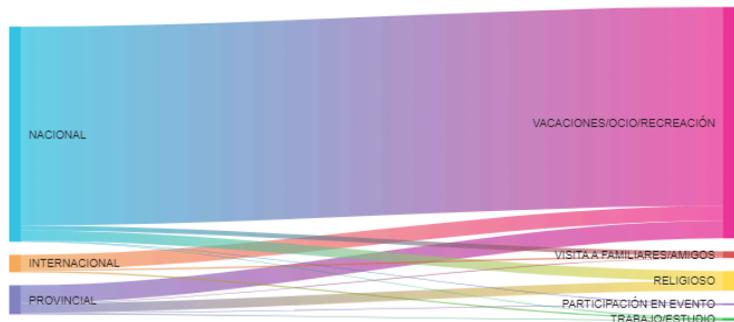
## ESTADÍA PROMEDIO SEGÚN PROCEDENCIA

PROCEDENCIA	Estadia Promedio
1... INTERNACIONAL	3,8
2... NACIONAL	3,1
3... PROVINCIAL	2,9

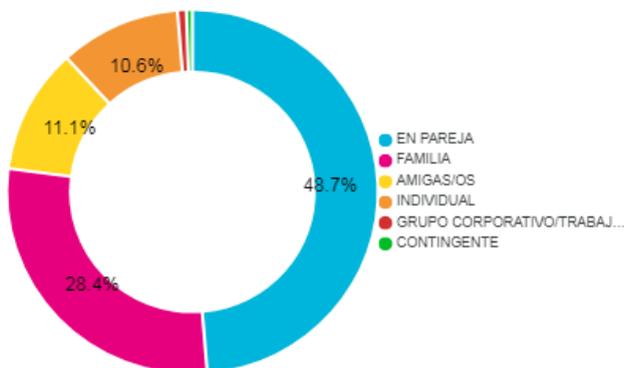
## PRINCIPAL MOTIVO DE VISITA



## MOTIVO DE VISITA SEGÚN PROCEDENCIA



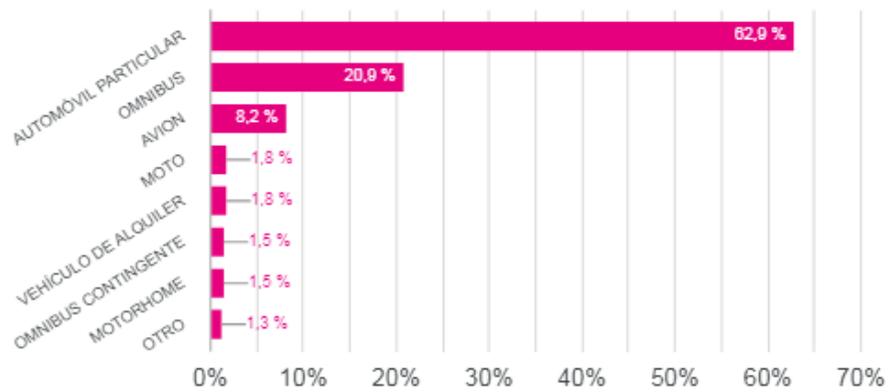
## GRUPO DE VIAJE



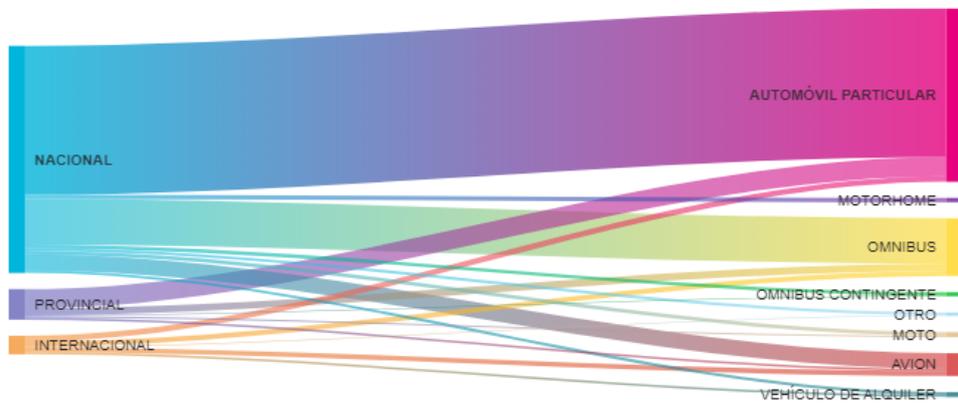
## ESTADÍA PROMEDIO SEGÚN GRUPO DE VIAJE

GRUPO DE VIAJE	Estadia Promedio
1... GRUPO CORPORATIVO/TRABAJO/ESTUDIO	5,0
2... INDIVIDUAL	3,8
3... FAMILIA	3,6
4... AMIGAS/OS	3,1
5... EN PAREJA	2,8
6... CONTINGENTE	No hay datos

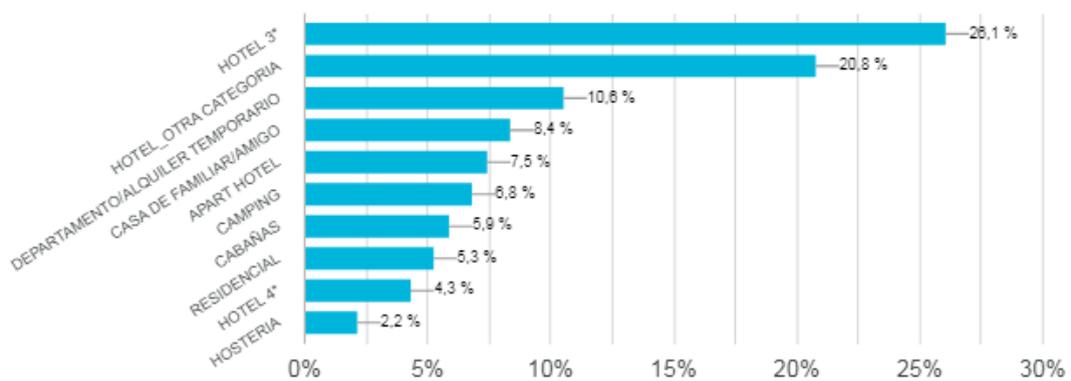
## MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



## MEDIO DE TRANSPORTE SEGÚN PROCEDENCIA



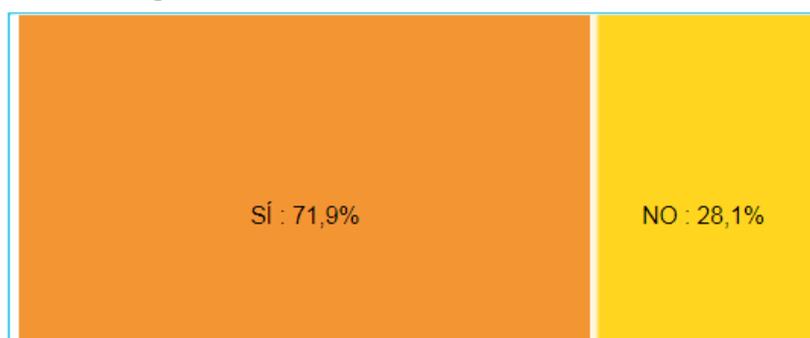
## TIPO DE ALOJAMIENTO ELEGIDO



## ESTADÍA PROMEDIO SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO

TIPO DE ALOJAMIENTO QUE ELIGIO	Estadia Promedio
1. CASA DE VACACIONES/SEGUNDA RESIDENCIA	8,8
2. CAMPING	4,7
3. CASA DE FAMILIAR/AMIGO	4,4
4. DEPARTAMENTO/ALQUILER TEMPORARIO	3,6
5. CABAÑAS	3,5
6. HOTEL 4*	3,3

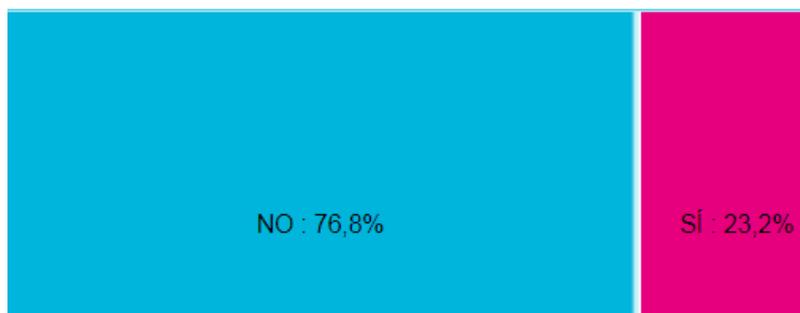
## ¿VISITA LA CIUDAD POR PRIMERA VEZ?



## ¿VISITA LA CIUDAD POR PRIMERA VEZ? (SEGÚN PROCEDENCIA)



## ¿PENSÓ EN OTROS DESTINOS ANTES QUE EN SFVC?



## 6. Valoración del destino

### VALORACIÓN DE DIF. ASPECTOS DEL DESTINO - TOTAL 1º TRIM. 2025

PROCEDENCIA	Alojamientos	Gastronomía	Precio/ Calidad	Hospitalidad	Información turística disponible	Señalética y cartelería de acceso	Oferta cultural y de entretenimiento	Estadía general
Internacional	4,14	4,32	4,18	4,67	4,56	4,09	4,17	4,52
Nacional	4,23	4,28	4,17	4,50	4,55	3,95	4,29	4,36
Provincial	4,17	4,17	3,92	4,47	4,45	4,14	4,00	4,15
Promedio Gral.	4,22	4,27	4,15	4,51	4,54	3,98	4,27	4,36

#### Escala de Valoración Cuantitativa:

- Entre 1,00 y 3,99
- Entre 4,00 y 4,49
- Entre 4,50 y 5,00

#### Escala de Valoración Cualitativa:

- 1 = Muy Mala
- 2 = Mala
- 3 = Regular
- 4 = Buena
- 5 = Excelente

## 7. Ingresos y afluencias en atractivos y servicios.

### AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORMES - TOTAL PRIMER TRIMESTRE 2025

Atractivos - Centros de informes		Visitantes			Total General
		Enero	Febrero	Marzo	
Propios	Centro de informe "Casa de SFVC"	61	35	77	3.135
	Centro de Informes "Plaza 25 de Mayo"	625	291	560	
	Pueblo Perdido de la Quebrada	94	82	278	
	Casa de La Puna	372	215	445	
Externos	Museo de la Ciudad - Casa Caravati	342	166	191	5.069
	Museo Adán Quiroga	677	261	529	
	Museo de la Virgen del Valle	1.218	647	1.038	

### AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORME - Primer Trimestre 2024 Vs. Primer Trimestre 2025.

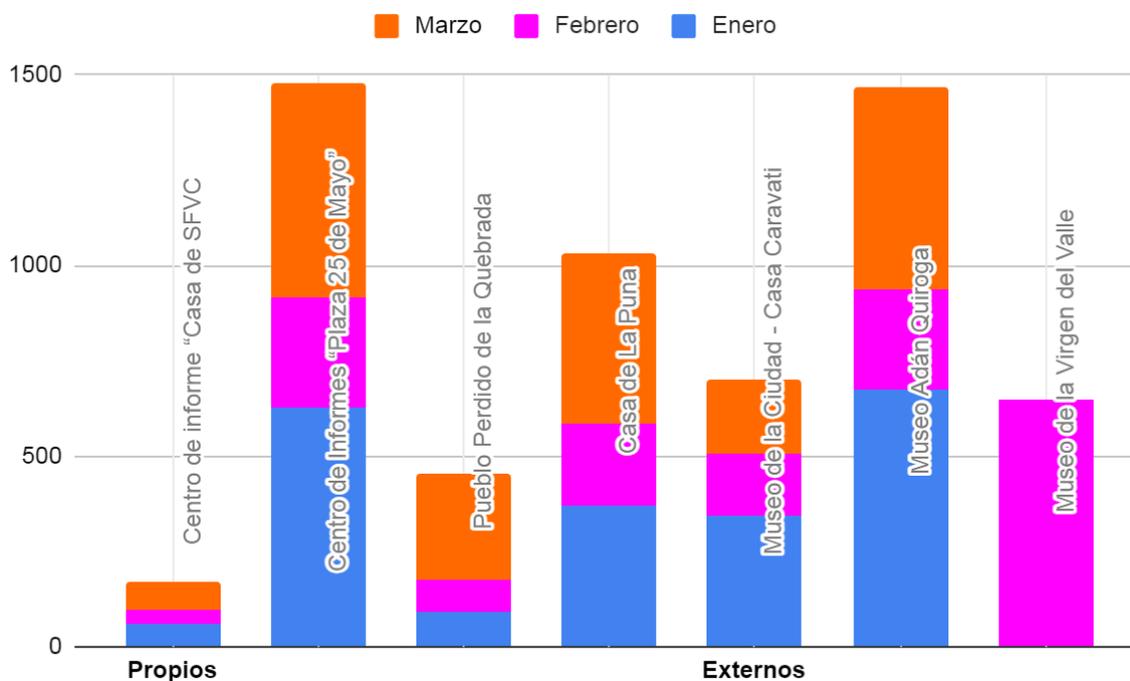
Atractivos - Centros de informes	Afluencia 2024	Afluencia 2025	% Variación
Casa de la Puna	5.948	1.032	-82,6%
Pueblo Perdido de la Quebrada	1.214	454	-62,6%
Centros de informes (Casa SFVC y Cabina de Inf.)	1.797	1.649	-8,2%
Museo de la Ciudad - Casa Caravati	19.851	699	-96,5%
Museo Adán Quiroga	21.395	1.467	-93,1%
Museo Virgen del Valle	63.425	2.903	-95,4%

### AFLUENCIA EN SERVICIOS REGULARES - TOTAL. TRIM. 2025

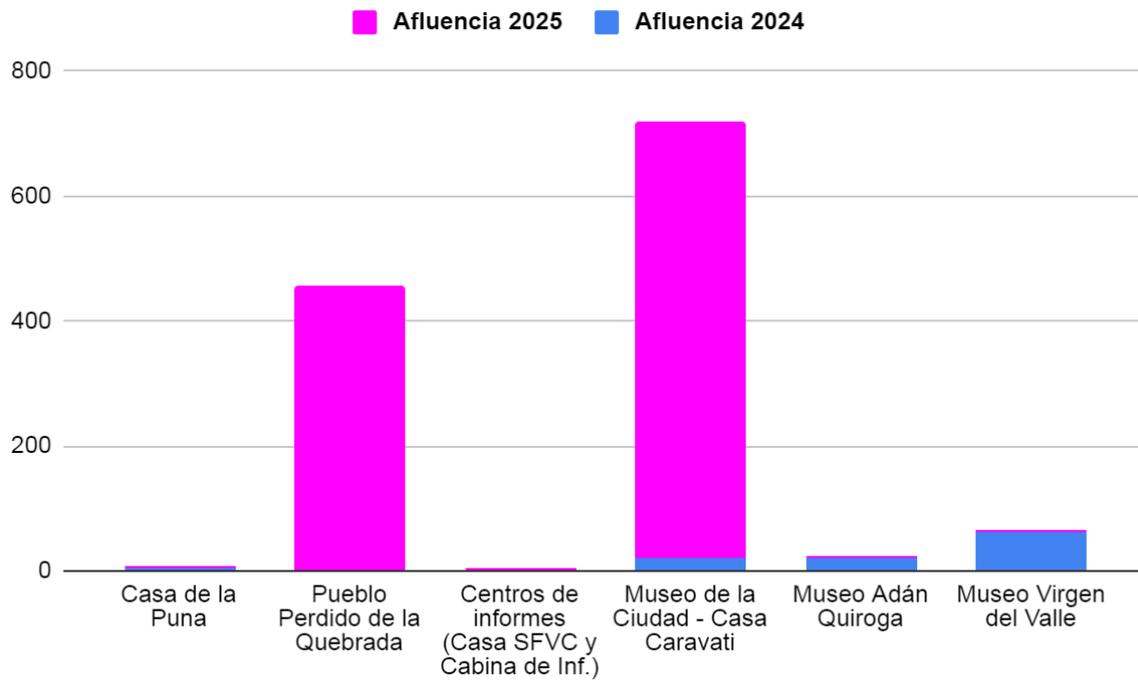
Actividad/Servicio	Usuarios			Total de usuarios
	Enero	Febrero	Marzo	
Bus Turístico	Sin datos*	Sin datos*	Sin datos*	<b>384</b>
Bici Tour	2	Sin datos*	Sin datos*	
Bici Guiada	0	0	0	
Free Tours	Sin datos*	Sin datos*	Sin datos*	
Kayak "Alijilán Tours"	85	116	97	
Tirolesa	42	Sin datos*	6	
Astroturismo	34	Sin datos*	Sin datos*	
Eco Tours	2	0	Sin datos*	

\*Información no proporcionada por los prestadores.

### GRÁFICO DE AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORMES - TOTAL SEGUNDO TRIMESTRE 2025.



### GRÁFICO DE AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORME - Primer Trimestre 2024 Vs. Primer Trimestre 2025.



## 8. Análisis.

El análisis del apartado **Impacto Económico** basado en los datos proporcionados sobre la tasa de ocupación hotelera, estadía promedio y visitantes arribados revela tendencias importantes sobre la actividad turística en el destino durante el primer trimestre de 2025.

En primer lugar, se observa que la **tasa de ocupación hotelera** fue más alta en Marzo 2025, alcanzando un promedio mensual de 35,5%, debido a los feriados y a eventos culturales que impulsaron el turismo en ese mes. Sin embargo, **en el mes de febrero este indicador tuvo una caída registrando un promedio mensual de 27,2%,**

Un comportamiento similar se observó en la **estadía promedio** en el destino, que en el mes de enero se ubicó en 3,8 días, para tener una **caída en el mes de marzo** alcanzando 2,7 días.

*Equipo Técnico*  
*Observatorio de Turismo Municipal*  
*Dir. Gral. de Turismo*  
*Sec. Turismo y Desarrollo Económico*  
*Municipalidad de La Capital*