



INFORME ESTADÍSTICO TRIMESTRAL

**4° Trimestre 2025
OCTUBRE - NOVIEMBRE -
DICIEMBRE**

1. Introducción

El presente informe tiene como objetivo proporcionar un análisis detallado de la actividad turística en el municipio durante el **Cuarto trimestre del año 2025**, comprendido entre los meses de octubre, noviembre y diciembre. 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 cuarto 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 predeterminado¹.

- Tipo de estudio: censal.
- Unidad de análisis: alojamientos registrados y habilitados por la autoridad de aplicación de la normativa provincial².
- 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. = (Σ Hab. ocupadas en el destino/ Σ Hab. disponibles en el destino)*100***

Gasto Promedio Diario:

El indicador de Gasto Promedio Diario representa el promedio estimado del gasto que realiza un visitante en el destino por día, y constituye una variable clave para la estimación del impacto económico de la actividad turística.

En este caso, la información fue recolectada directamente de los prestadores de servicios turísticos de San Fernando del Valle de Catamarca, a través de un formulario digital de carga diseñado por el Observatorio de Turismo Municipal. Esta herramienta, permitió además georreferenciar a cada prestador, facilitando la organización espacial de la oferta de servicios y fortaleciendo el análisis territorial de los datos.

El relevamiento incluyó establecimientos vinculados a gastronomía, alojamiento y servicios complementarios.

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 pernóctes en oferta para el periodo
- Tasa de Ocupación Hotelera para el periodo
- Pernóctes consumidos
- Estadía promedio
- Sumatoria de turistas alojados en establecimientos registrados

¹“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.

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

- 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.
- Población objetivo: visitantes³ 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 muestra⁴: $N = (Z^2 PQ) / E^2$
- 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.

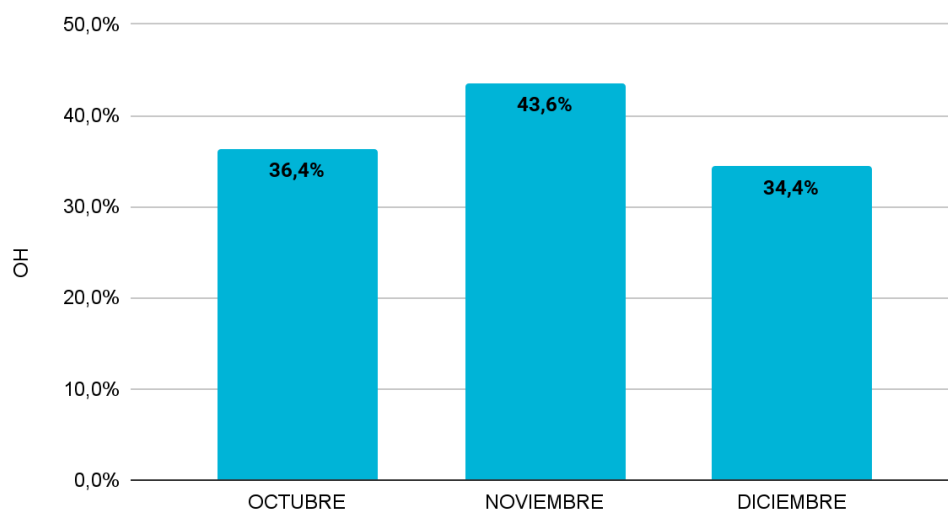
³ Revisar la literatura específica para clarificar sobre las limitaciones conceptuales necesarias en estudios de perfil del visitante.

⁴ 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

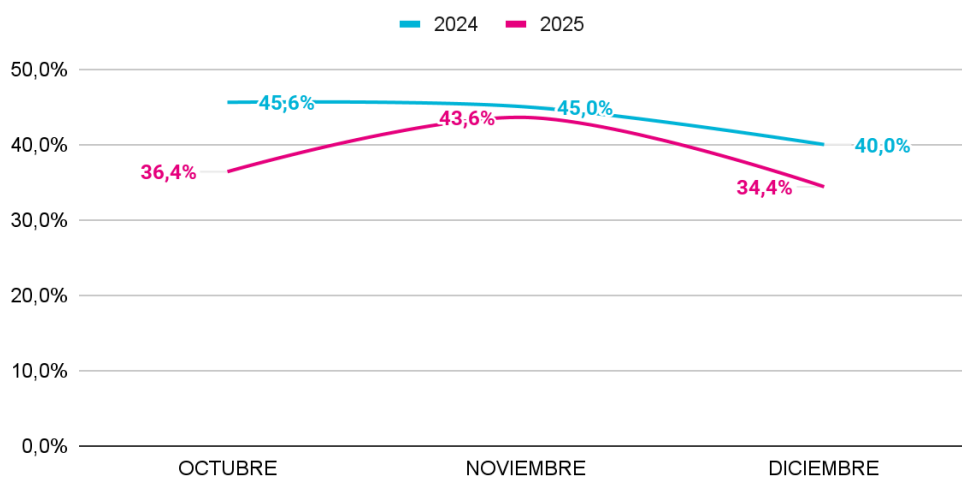
3. Ocupación Hotelera (OH) y Estadía Promedio Cuarto Trimestre.



OCUPACIÓN HOTELERA 4° TRIMESTRE 2025

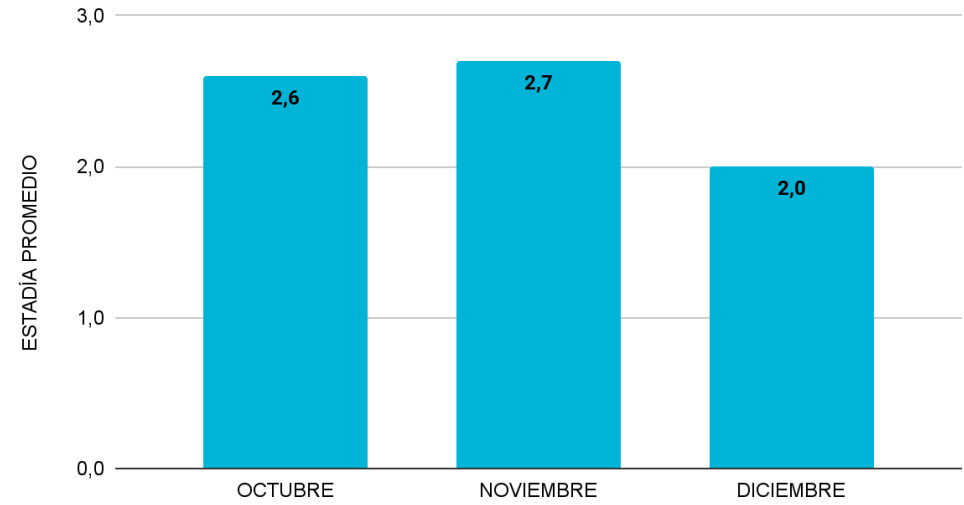


COMPARACIÓN OCUPACIÓN HOTELERA 4° TRIMESTRE 24/25

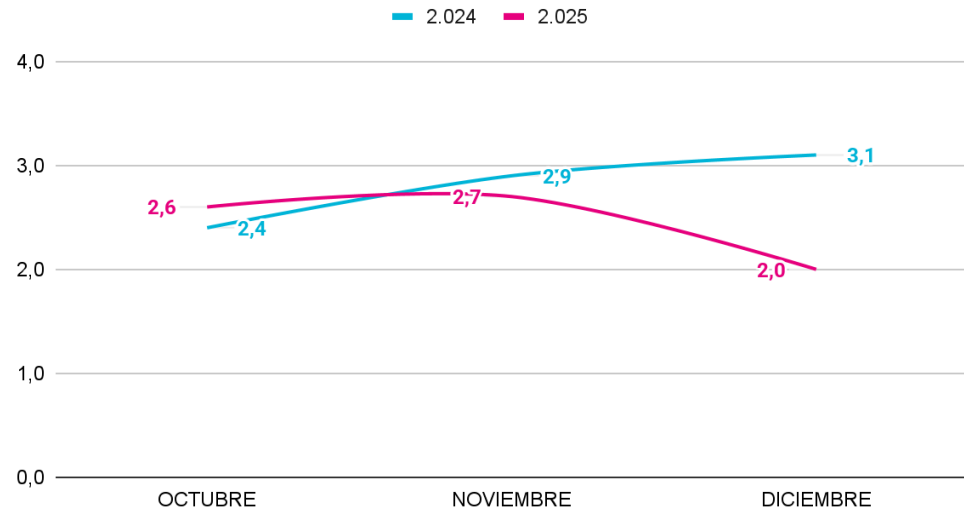




ESTADÍA PROMEDIO 4° TRIMESTRE 2025



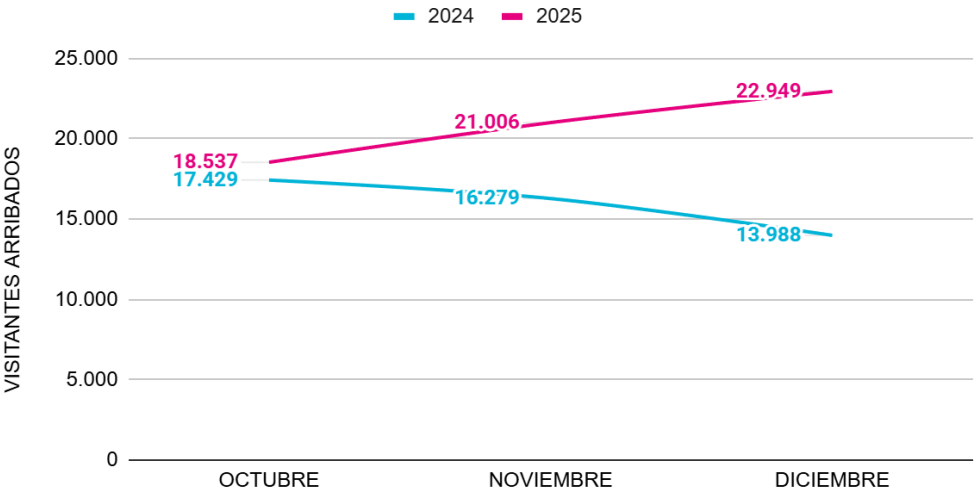
COMPARACIÓN ESTADÍA PROMEDIO 4° TRIMESTRE 24/25



4. Total de visitantes e Impacto Económico

PERIODO 2025	VISITANTES ARRIBADOS	IMPACTO ECONÓMICO (\$)
OCTUBRE	18.537	\$4.192.009.316
NOVIEMBRE	21.006	\$4.852.052.209
DICIEMBRE	22.949	\$4.042.640.127
TOTAL	62.492	\$13.086.701.652

EVOLUCIÓN VISITANTES ARIBADOS 4° TRIMESTRE 24/25



TOTAL VISITANTES
CUARTO TRIMESTRE
2025

62.492

IMPACTO ECONÓMICO CUARTO TRIMESTRE 2025

\$ 13.086.701.652

PERNOCTES EN OFERTA EN
ALOJAMIENTOS REGISTRADOS CUARTO
TRIMESTRE 2025

247.480

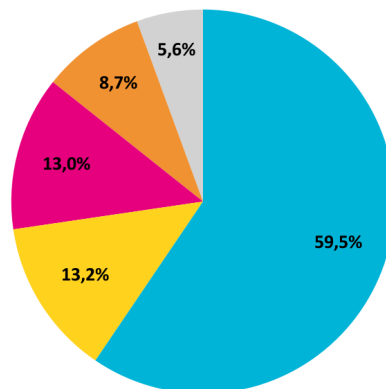
PERNOCTES CONSUMIDOS EN
ALOJAMIENTOS REGISTRADOS CUARTO
TRIMESTRE 2025

94.225

Gasto Promedio Diario

\$129.000,00

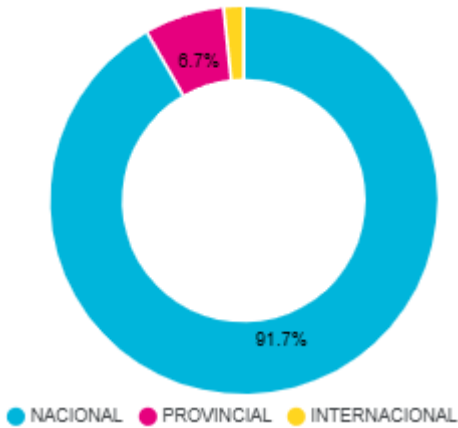
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL GASTO



● Alojamiento ● Cena ● Almuerzo ● Gastos extra ● Desayuno

6. Perfil del visitante cuarto trimestre 2025.

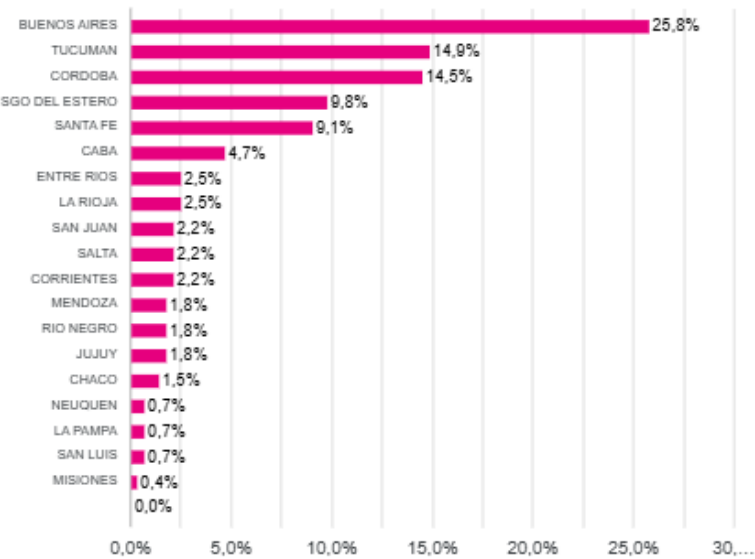
PROCEDENCIA



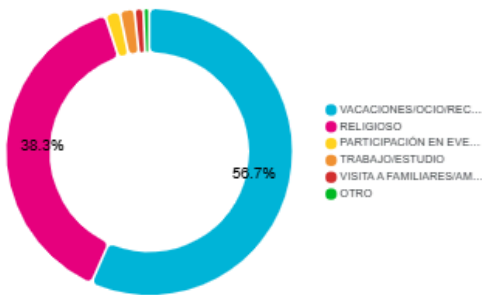
ESTADÍA PROMEDIO SEGÚN PROCEDENCIA

PROCEDENCIA	Estadía Promedio
1.. INTERNACIONAL	5,0
2.. NACIONAL	2,5
3.. PROVINCIAL	1,8

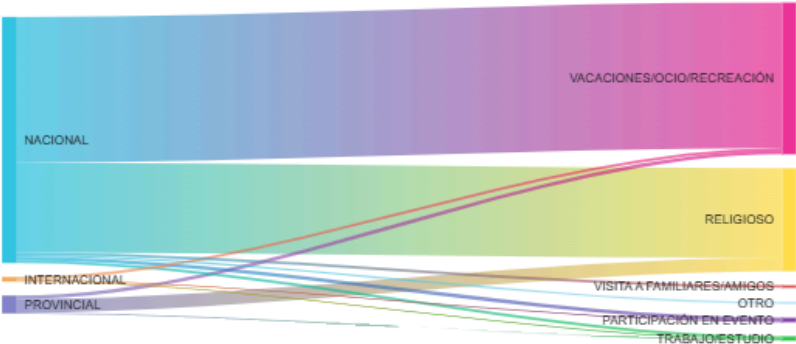
PROVINCIA DE ORIGEN - TURISTAS NACIONALES



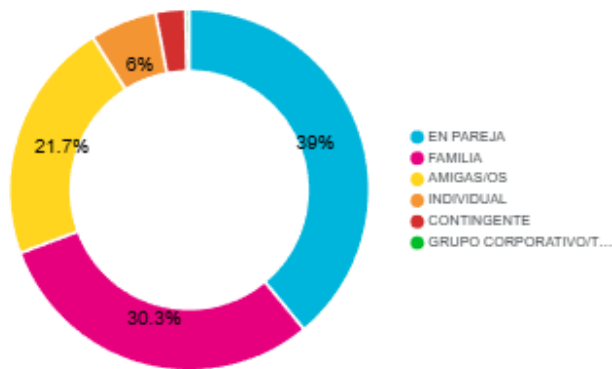
PRINCIPAL MOTIVO DE VISITA



MOTIVO DE VISITA SEGÚN PROCEDENCIA



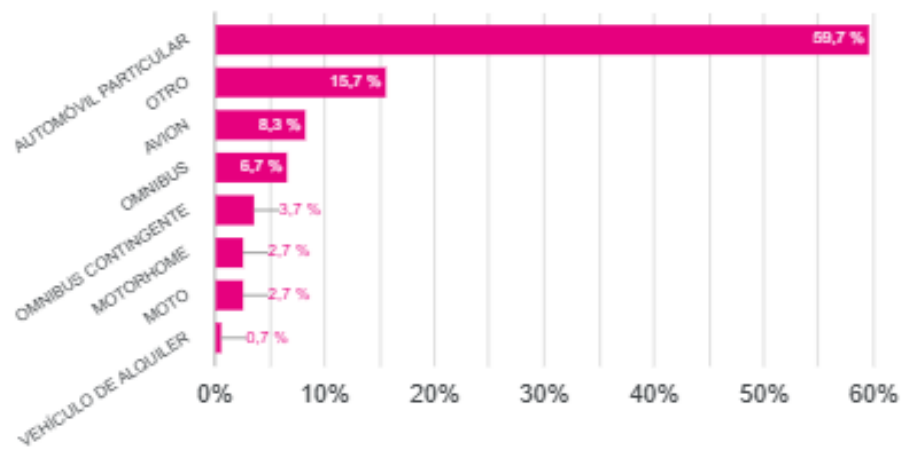
GRUPO DE VIAJE



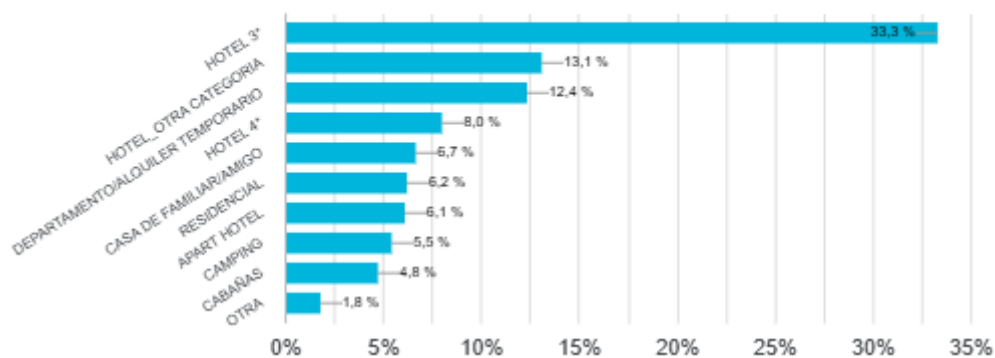
ESTADÍA PROMEDIO SEGÚN GRUPO DE VIAJE

GRUPO DE VIAJE	Estadía Promedio
1... INDIVIDUAL	4,9
2... AMIGAS/OS	2,4
3... EN PAREJA	2,4
4... FAMILIA	2,2
5... CONTINGENTE	2,1
6... GRUPO CORPORATIVO/TRABAJO/ESTU...	No hay datos

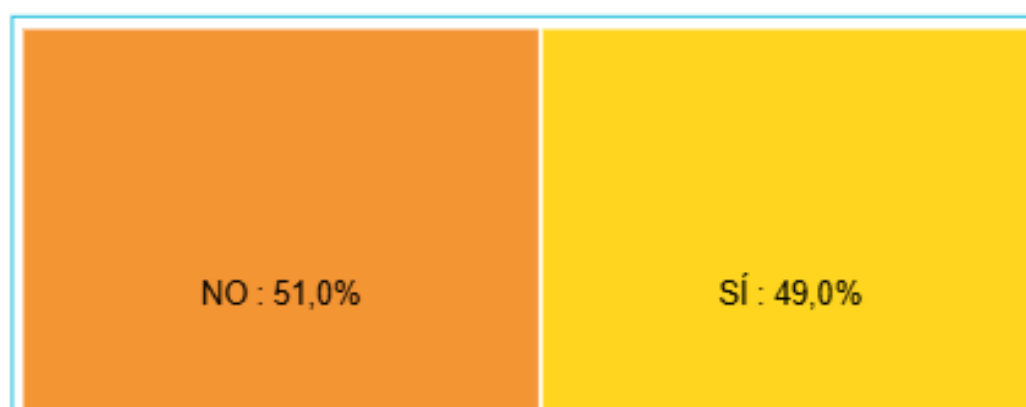
MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



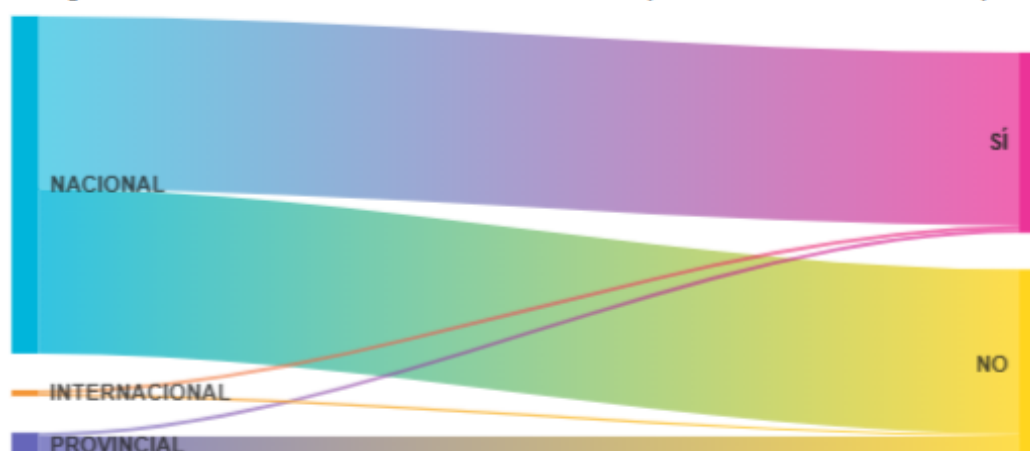
TIPO DE ALOJAMIENTO ELEGIDO



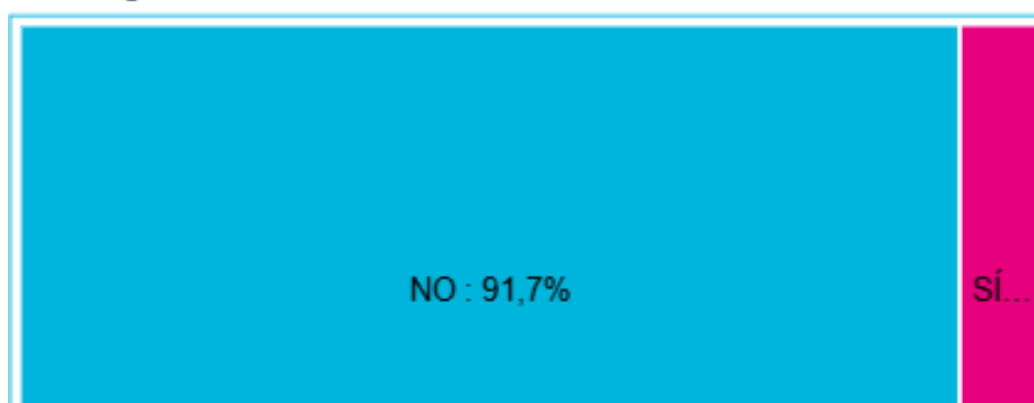
¿VISITA LA CIUDAD POR PRIMERA VEZ?



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



¿PENSÓ EN OTROS DESTINOS ANTES QUE EN SFVC?



7. Valoración del destino.

VALORACIÓN DE DIF. ASPECTOS DEL DESTINO - TOTAL 4º TRIM. 2025

PROCEDENCIA	Alojamiento	Gastronomía	Precio / Calidad	Hospitalidad	Información Turística	Señalética y Cartelería de Acceso	Oferta Cultural y de Entretenimiento	Estadía General
Internacional	4,60	4,20	4,20	4,60	4,40	4,40	4,40	4,40
Nacional	4,22	4,17	4,15	4,42	4,15	4,19	4,19	4,35
Provincial	4,60	4,38	4,43	4,80	4,15	4,30	4,43	4,79
Promedio Gral.	4,24	4,18	4,16	4,45	4,15	4,20	4,20	4,38

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

8. Ingresos y afluencias en atractivos y servicios.

AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORMES - TOTAL CUARTO TRIMESTRE 2025

Atractivos - Centros de informes		Visitantes			Total General
		OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Propios	Centro de informe "Casa de SFVC	54	16	15	2.874
	Centro de Informes "Plaza 25 de Mayo"	428	389	145	
	Pueblo Perdido de la Quebrada	728	511	90	
	Casa de La Puna	303	138	57	
Externos	Museo de la Ciudad - Casa Caravati	522	362	224	7.151
	Museo Adán Quiroga	465	371	248	
	Museo de la Virgen del Valle	1.655	1.636	1.668	

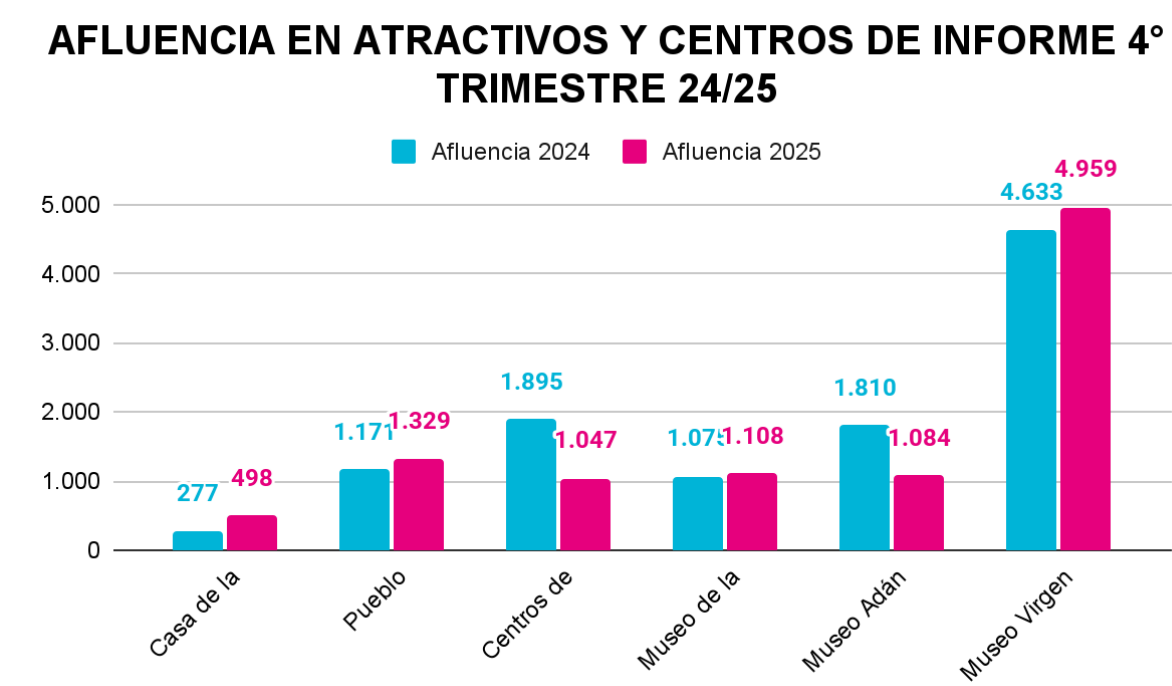
AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORME - Cuarto Trimestre 2024 Vs. Cuarto Trimestre 2025.

Atractivos - Centros de informes	Afluencia 2024	Afluencia 2025	% Variación
Casa de la Puna	277	498	+79,78
Pueblo Perdido de la Quebrada	1.171	1.329	+13,49
Centros de informes (Casa SFVC y Cabina de Inf.)	1.895	1.047	-44,75
Museo de la Ciudad - Casa Caravati	1.075	1.108	+3,07
Museo Adán Quiroga	1.810	1.084	-40,11
Museo Virgen del Valle	4.633	4.959	+7,04

AFLUENCIA EN SERVICIOS REGULARES - TOTAL CUARTO TRIMESTRE 2025

Actividad/Servicio	Usuarios			Total de usuarios
	octubre	noviembre	dicembre	
Alquiler de Kayaks (Julio C.Martínez)	220	148	345	789
Travesías en Kayak (Verónica Peirano)	16	20	-	
Astroturismo	2	8	30	

GRÁFICO DE AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORMES - TOTAL CUARTO TRIMESTRE 2024/2025.



9. Análisis.

El **cuarto trimestre de 2025**, comprendido entre los meses de **octubre, noviembre y diciembre**, se caracterizó por una dinámica turística significativa en el municipio, evidenciada a partir de los niveles de afluencia de visitantes, la utilización de los servicios de alojamiento, el volumen de pernóctes registrados y el impacto económico generado por la actividad. Durante este período, el turismo se desarrolló en un contexto de amplia circulación de visitantes, asociado a la oferta de atractivos turísticos, culturales y de servicios disponibles en el destino.

-Cabe mencionar que en nuestra provincia en el mes de diciembre se incrementan los números respecto a la **ocupación hotelera , cantidad de visitantes arribados e impacto económico** , como se ve en los números reflejados en el cuadro anterior. Hacemos mención aparte, por que si lo agregamos a los números totales del mes de diciembre se nota un importante incremento con respecto a meses anteriores del 2025.

En relación con el alojamiento turístico, la **tasa de ocupación hotelera alcanzó el 38,1%** en establecimientos registrados y habilitados, mientras que la **estadía promedio fue de 2,43 noches**, datos que permiten caracterizar la permanencia de los visitantes durante el período analizado. De manera complementaria, se contabilizaron **247.480 pernóctes en oferta**, de los cuales **94.225 fueron efectivamente consumidos**, aportando información precisa sobre el comportamiento del alojamiento turístico en el trimestre.

El movimiento turístico total registrado durante el cuarto trimestre de 2025 ascendió a **62.492 visitantes**, distribuidos mensualmente en **18.537 visitantes en octubre, 21.006 en noviembre y 22.949 en diciembre**. En términos económicos, la actividad turística generó un **impacto económico total estimado de \$13.086.701.652**, concentrándose el mayor valor mensual en **noviembre**, mientras que **diciembre presentó el mayor volumen de arribos**. Asimismo, el **gasto promedio diario estimado fue de \$129.000**, reflejando el nivel de consumo turístico asociado a la estadía en el destino.

Luego del análisis de las variables económicas, se incorpora la caracterización del **perfil del visitante correspondiente al cuarto trimestre de 2025**. En cuanto al **origen de los turistas**, se observa una clara predominancia del **turismo nacional, que representó el 91,7% del total**, seguido por el **turismo provincial con el 6,7%**, mientras que el **porcentaje restante correspondió a visitantes internacionales**. Dentro del conjunto de turistas nacionales, las principales provincias de origen fueron **Buenos Aires (25,8%), Tucumán (14,9%), Córdoba (14,5%), Santiago del Estero (9,8%) y Santa Fe (9,1%)**, registrándose además un **4,7% proveniente de otras provincias**, entre las que se destaca la diversidad de procedencias.

En relación con el **motivo principal de la visita**, el **56,7% de los visitantes manifestó haber arribado por vacaciones, ocio y recreación**, mientras que el **38,3% lo hizo por motivos religiosos**, constituyendo ambos los motivos predominantes del desplazamiento turístico durante el período analizado. En cuanto a la conformación de los **grupos de viaje**, el **39 % de los visitantes viajó en pareja**, el **30,3% en familia**, el **21,7% con amigos** y el **6% llegó solo**, describiendo la composición social de los viajes registrados.

Respecto al **medio de transporte utilizado**, el **automóvil particular fue el más frecuente, con un 59,7%**, seguido por la categoría **otros medios con un 15,7%**, el **avión con un 8,3%** y el **ómnibus con un 6,7%**, evidenciando la preeminencia del transporte terrestre individual. En cuanto al **tipo de alojamiento elegido**, el **hotel de 3 estrellas concentró el 33,3% de las preferencias**, seguido por **hoteles de otras categorías con el 13,1%**, **departamentos o alquileres temporarios con el 12,4%**, **hoteles de 4 estrellas con el 8%** y la **casa de familiares o amigos con el 6,7%**, entre las opciones más mencionadas.

Ante la consulta sobre la **frecuencia de visita al destino**, el **51% de los encuestados respondió que no visitaba la ciudad por primera vez**, mientras que el **porcentaje restante indicó que sí**, reflejando la presencia de visitantes recurrentes y primerizos. Asimismo, frente a la pregunta acerca de si **habían pensado el destino antes que en San Fernando del Valle de Catamarca**, el **91,7% manifestó que no**, dato que forma parte de la caracterización general del comportamiento turístico observado en el trimestre.

En cuanto a la **valoración del destino**, los resultados obtenidos muestran calificaciones elevadas en los distintos aspectos evaluados. Los promedios generales se ubicaron entre **4,15 y 4,45**, destacándose la **hospitalidad**, la **estadía general**, el **alojamiento**, la **gastronomía** y la **oferta cultural y de entretenimiento**. Las valoraciones más altas correspondieron al **visitante de procedencia provincial**, con puntajes cercanos al rango superior de la escala.

Finalmente, el análisis de la **afluencia en atractivos turísticos, centros de informes y servicios** evidencia variaciones significativas al comparar el cuarto trimestre de 2025 con el mismo período del año anterior. Se registró un **incremento notable en el Pueblo Perdido de la Quebrada**, así como aumentos en la **Casa de la Puna**, el **Museo de la Ciudad – Casa Caravati** y el **Museo de la Virgen del Valle**, mientras que los **centros de informes turísticos** y el **Museo Adán Quiroga** presentaron una disminución en la cantidad de visitantes registrados. En relación con los **servicios turísticos regulares y actividades complementarias**, se observó un volumen sostenido de usuarios en el **alquiler de kayaks**, las **travesías en kayak** y las actividades de **astroturismo**, completando así una visión integral del comportamiento turístico del municipio durante el cuarto trimestre de 2025.

9.1. Apartado especial: Fiesta de la Virgen del Valle - Informe cuantitativo.

En el marco del **cuarto trimestre de 2025**, y considerando el comportamiento particular registrado durante el mes de diciembre, se incorpora el presente **apartado especial de carácter cuantitativo**, correspondiente a la **Fiesta de la Virgen del Valle**, celebrada el **8 de diciembre de 2025**. Este evento constituye un hecho de significativa relevancia para la dinámica turística del municipio, asociado a la actividad religiosa que se desarrolla en torno a dicha fecha.

Evento	% OH	Estadía Promedio	Cantidad de Visitantes Arribados	Impacto Económico
Fiesta de la Virgen del Valle 08/12/2025	84%	1,9	309.346	\$13.108.188.290

Durante el período vinculado a la celebración de la **Fiesta de la Virgen del Valle**, la **tasa de ocupación hotelera alcanzó el 84%**, considerando exclusivamente los alojamientos registrados y habilitados. En relación con la permanencia de los visitantes, la **estadía promedio registrada fue de 1,9 noches**, valor correspondiente al comportamiento observado durante el evento.

En cuanto al movimiento turístico, se registró una **cantidad estimada de 309.346 visitantes arribados al destino** en el marco de la celebración. Este flujo de visitantes se tradujo en un **impacto económico total estimado de \$13.108.188.290**, valor que permite dimensionar cuantitativamente la magnitud de la actividad generada durante la festividad.

El presente apartado tiene por finalidad **documentar de manera específica los principales indicadores turísticos asociados a la Fiesta de la Virgen del Valle**, diferenciándolos del comportamiento general del mes de diciembre y del trimestre en su conjunto, y aportando información precisa sobre la incidencia del evento en la actividad turística local.

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