



OBSERVATORIO
DE TURISMO
MUNICIPAL



SAN FERNANDO
DEL VALLE DE
CATAMARCA



INFORME ESTADÍSTICO OCTUBRE 2025

1. Introducción

El presente informe ofrece un análisis de la actividad turística en San Fernando del Valle de Catamarca durante el fin de semana largo comprendido entre el **1 al 31 de octubre de 2025**. Su objetivo principal es evaluar el desempeño del sector turístico en este período especial del año, identificando tendencias, patrones de comportamiento de los visitantes y áreas de mejora en comparación con el mismo fin de semana del año anterior.

Este análisis se sustenta en datos recopilados por el Observatorio de Turismo Municipal, incluyendo encuestas a turistas, registros de ocupación hotelera y estadísticas de eventos culturales y recreativos realizados en la ciudad durante estas fechas. Asimismo, se incluye un enfoque comparativo que permite medir los avances y desafíos en el posicionamiento de San Fernando del Valle de Catamarca como un destino turístico atractivo y competitivo.

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: Encuestas presencial y 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 pernoctes en oferta para el periodo.
- Tasa de Ocupación Hotelera para el periodo.
- Pernoctes consumidos.
- Estadía promedio.

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.

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

- 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.
- Población objetivo: Visitantes³ que se encuentren presentes en los principales atractivos turísticos y centros de informes de gestión municipal, desde el 1 al 31 de agosto de 2025.
- 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, desde el 1 al 31 de agosto de 2025.
- 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), Estadía Promedio y Total de Visitantes.



- 33 alojamientos relevados
- 21 alojamientos respondieron
- 12 alojamientos sin datos.
- 3 alojamientos cerrados y sin atención al público (visitados presencialmente).
- 1 alojamiento cerrado por refacciones.

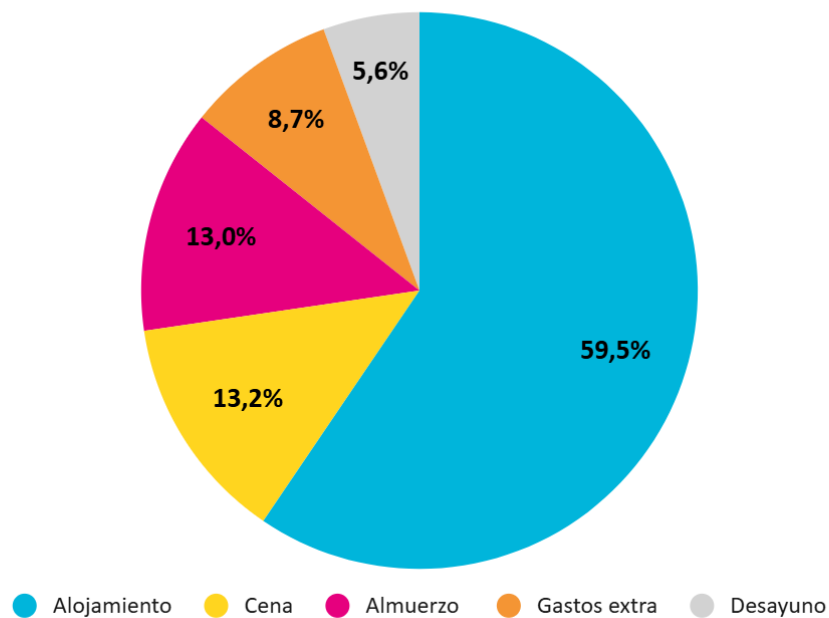


Ocupación hotelera (OH), estadía promedio y visitantes: variación interanual			
AÑO	OH	Estadía Promedio	Total de Visitantes
2024	45,6	2,4	17.429
2025	36,4	2,62	18.537

4. Gasto Promedio Diario



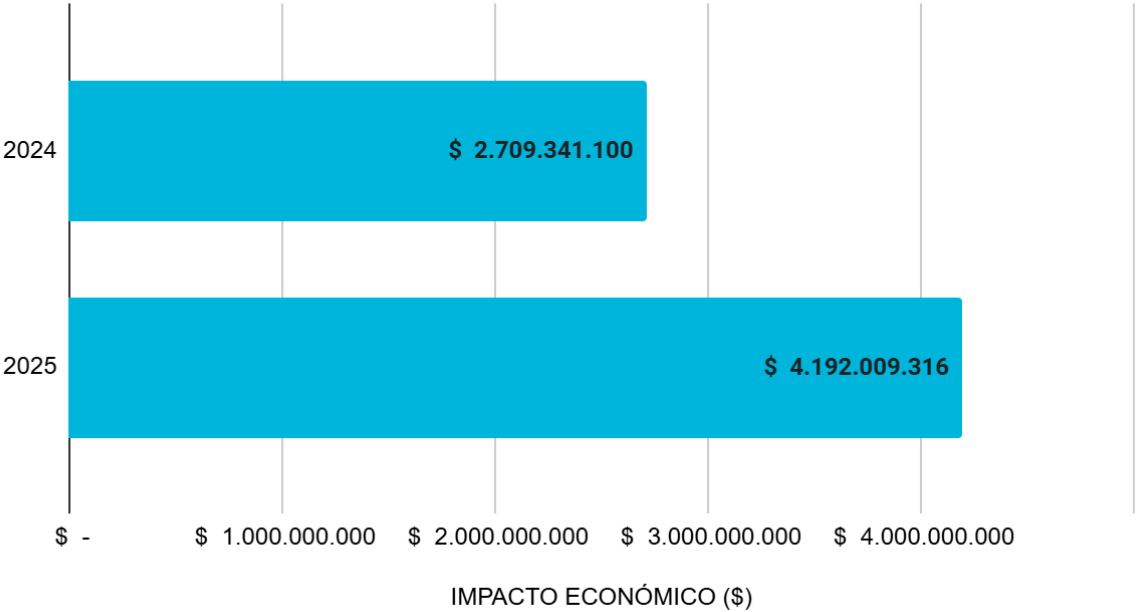
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL GASTO



5. Impacto Económico



IMPACTO ECONÓMICO OCTUBRE 2024/2025

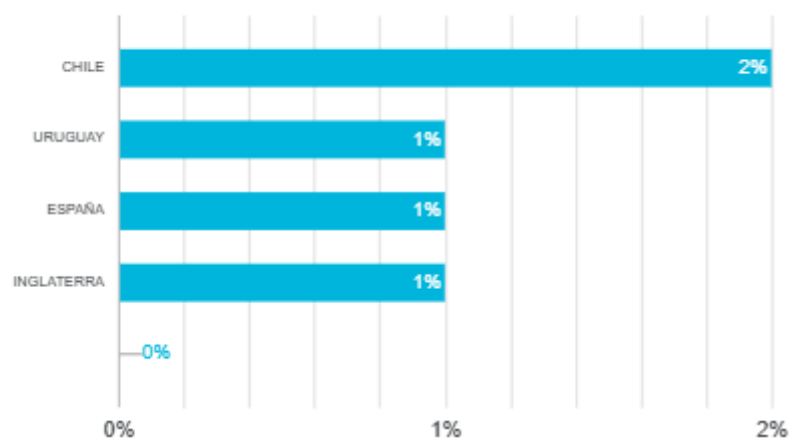


6. Perfil del Visitante

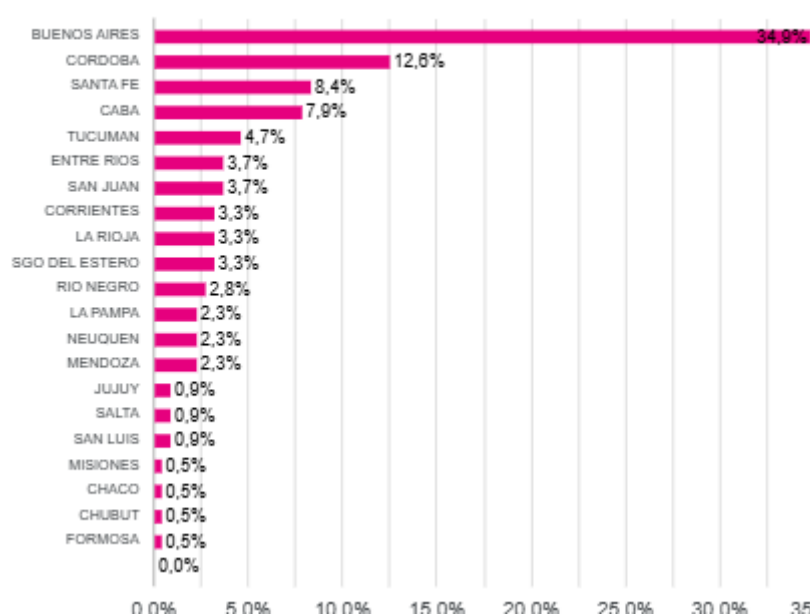
PROCEDENCIA



PAÍS DE ORIGEN - TURISTAS INTERNACIONALES



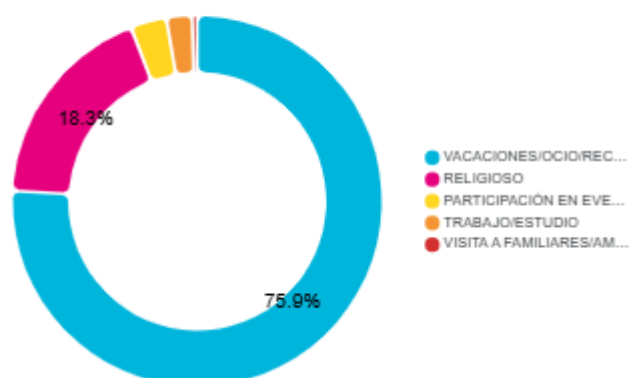
PROVINCIA DE ORIGEN - TURISTAS NACIONALES



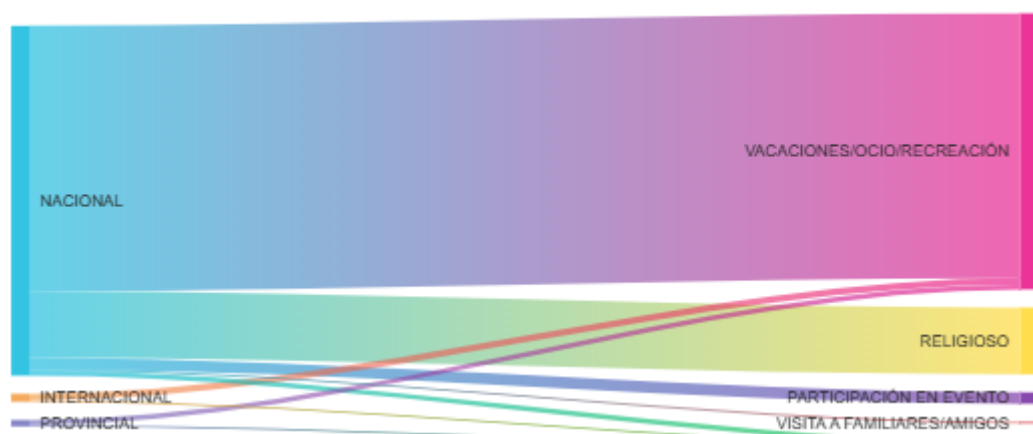
PRINCIPAL MOTIVO DE VISITA

ESTADÍA PROMEDIO SEGÚN PROCEDENCIA

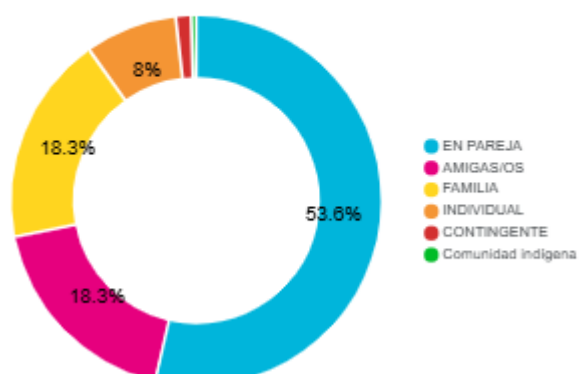
PROCEDENCIA	Estadía Promedio -
1.. INTERNACIONAL	9,0
2.. NACIONAL	2,8
3.. PROVINCIAL	2,0



MOTIVO DE VISITA SEGÚN PROCEDENCIA



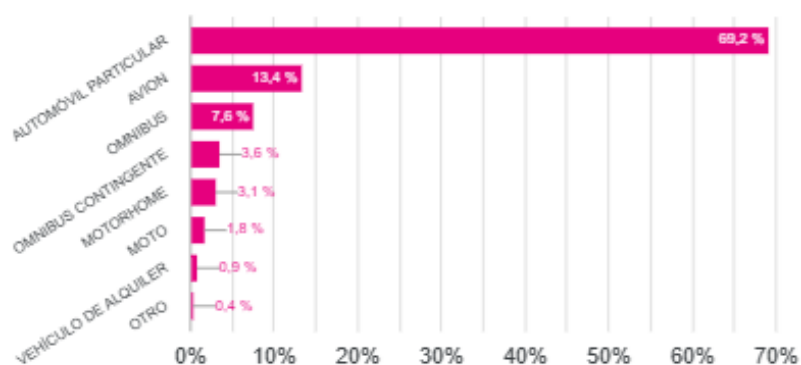
GRUPO DE VIAJE



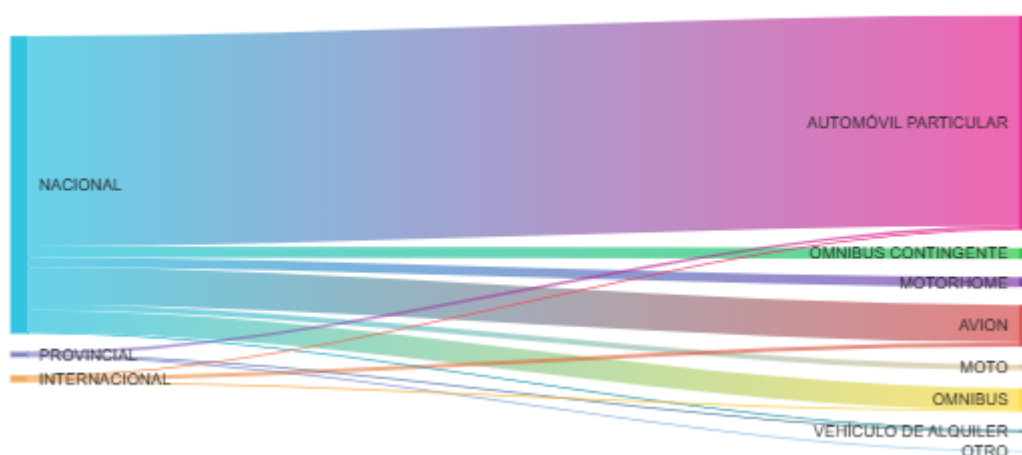
ESTADÍA PROMEDIO SEGÚN GRUPO DE VIAJE

GRUPO DE VIAJE	Estadía Promedio
1... INDIVIDUAL	5,1
2... EN PAREJA	2,6
3... FAMILIA	2,4
4... AMIGAS/OS	2,4
5... CONTINGENTE	2,3
6... Comunidad Indígena	1,0

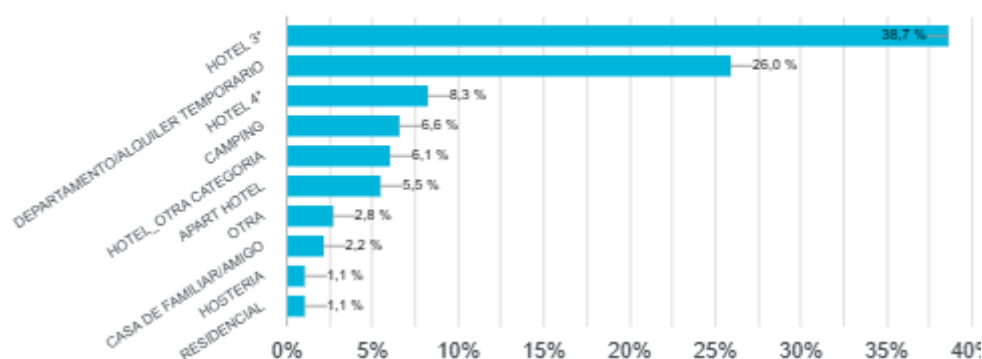
MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



MEDIO DE TRANSPORTE SEGÚN PROCEDENCIA



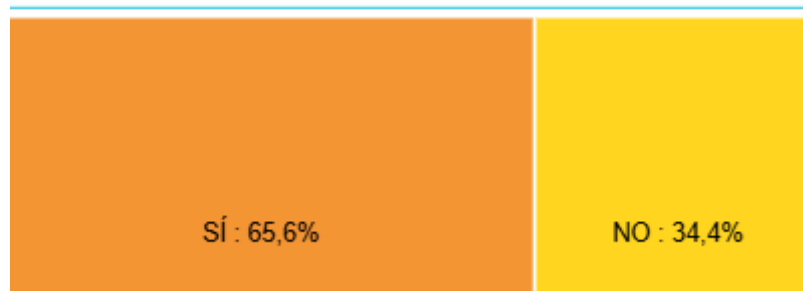
TIPO DE ALOJAMIENTO ELEGIDO



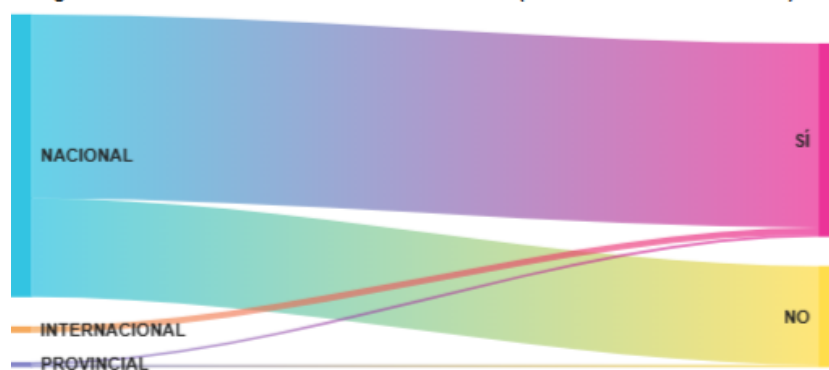
ESTADÍA PROMEDIO SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO

TIPO DE ALOJAMIENTO QUE ELIGIÓ	Estadía Promedio
1. CASA DE FAMILIAR/AMIGO	7.0
2. DEPARTAMENTO/ALQUILER TEMPORARIO	3.7
3. HOSTERIA	3.5
4. CASA DE VACACIONES/SEGUNDA RESIDENCIA	3.0
5. CAMPING	3.0
6. APART HOTEL	3.0

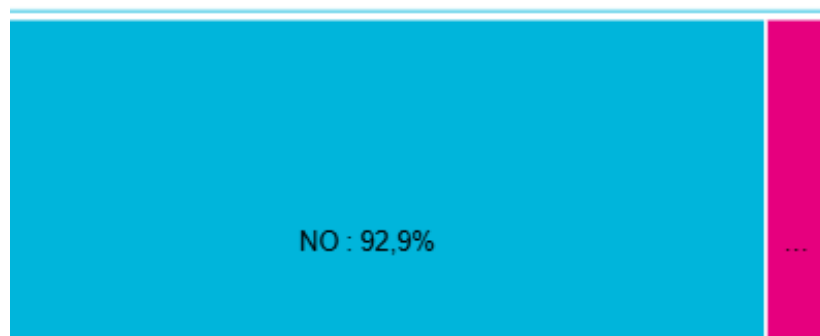
¿VISITA LA CIUDAD POR PRIMERA VEZ?



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



¿PENSÓ EN OTROS DESTINOS ANTES QUE EN SFVC?



VALORACIÓN DEL DESTINO

PROCEDENCIA	Alojamientos	Gastronomía	Precio/ Calidad	Hospitalidad	Información Turística	Señalética y cartelería de acceso	Oferta cultural y de entretenimiento	Estadía General
INTERNACIONAL	4,26	4,29	4,22	4,57	4,54	4,08	4,29	4,43
NACIONAL	4,22	4,22	4,15	4,43	4,36	4,05	4,26	4,31
PROVINCIAL	4,32	4,25	3,90	4,50	4,37	4,11	4,35	4,35
Promedio Gral.	4,22	4,22	4,14	4,44	4,37	4,05	4,26	4,32

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

AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORME - 1 al 31 DE OCTUBRE DEL 2025

Atractivos - Centros de informes		Visitantes	Total General
Propios	Centro de informe "Casa de SFVC	60	1.518
	Centro de Informes "Plaza 25 de Mayo"	428	
	Pueblo Perdido de la Quebrada	728	
	Casa de La Puna	302	
Externos	Museo de la Ciudad - Casa Caravati	269	2.391
	Museo Adán Quiroga	467	
	Museo de la Virgen del Valle	1.655	

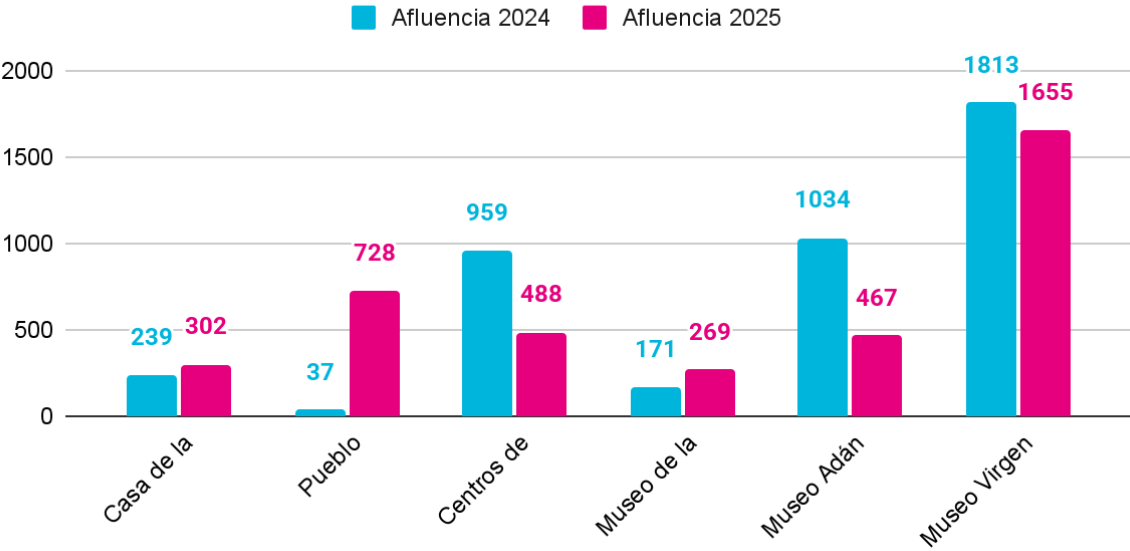
AFLUENCIA EN ACTIVIDADES - 1 al 31 DE OCTUBRE DEL 2025

Fecha	Atractivo	Actividad	Cantidad de residentes	Cantidad de turistas	Total de asistentes	Capacidad
10/10/2025	Pueblo Perdido de la Quebrada	Taller de gastronómico, sabores dulces	5	0	5	15
11/10/2025	Casa de la Puna	Pachaniños	20	0	20	20
11/10/2025	Pueblo Perdido de la Quebrada	Taller gastronómico Sabores Dulces	4	4	8	15
11/10/2025	Pueblo Perdido de la Quebrada	Ceremonia último día de libertad Jonkonunkuy	3	3	6	30
10/10/2025	Casa de la Puna	Feria de Artesanías y Diseño	30	14	44	200
11/10/2025	Casa de la Puna	Feria de Artesanías y Diseño	60	17	77	200
11/10/2025	Casa de la Puna	Tarde de Juego Tradicionales	17	2	19	30
10/10/2025	Pueblo Perdido de la Quebrada	FIGURAS DE PUEBLO PERDIDO - CERÁMICA PRECOLOMBINA	9	1	10	10
11/10/2025	Pueblo Perdido de la Quebrada	FIGURAS DE PUEBLO PERDIDO - CERÁMICA PRECOLOMBINA	11	2	13	13

AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORME - OCTUBRE 2024/2025

Atractivos - Centros de informes	Afluencia 2024	Afluencia 2025	Variación %
Casa de la Puna	239	302	+26,36%
Pueblo Perdido de la Quebrada	37	728	+1,867%
Centros de informes (Casa SFVC y Cabina de Inf.)	959	488	-49,11%
Museo de la Ciudad - Casa Caravati	171	269	+57,31%
Museo Adán Quiroga	1.034	467	-54,84%
Museo Virgen del Valle	1.813	1.655	-8,71%
Total	4.253	3.909	-8,09%

AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORME
OCTUBRE 2024/2025



Durante el mes de **octubre de 2025**, la **actividad turística en SFVC** presentó un desempeño mixto. Si bien el **número total de visitantes aumentó** en comparación con 2024 (**de 17.429 a 18.537**), la **ocupación hotelera descendió del 45,6% al 36,4%**. Este comportamiento sugiere un crecimiento del flujo turístico, pero con una dispersión hacia **modalidades de alojamiento alternativas**, como alquileres temporarios o visitas sin pernocte. La **estadía promedio se elevó de 2,4 a 2,62 noches**, lo que evidencia un leve fortalecimiento del tiempo de permanencia en el destino.

En términos económicos, el **gasto promedio diario** alcanzó los **\$129.000**, generando un **impacto total estimado de \$4.192.009.316**, lo que refleja un aporte significativo para la economía local y consolida al turismo como uno de los sectores más dinámicos de la ciudad.

Del total de turistas relevados durante el mes de octubre de 2025, el **96% correspondió a visitantes nacionales**, mientras que el resto se distribuyó entre turistas internacionales y provinciales. Dentro del segmento nacional, **Buenos Aires** se consolidó como el principal mercado emisor con un **34,9%**, seguido por **Córdoba (12,6%)**, **Santa Fe (8,4%)**, **Ciudad Autónoma de Buenos Aires (7,9%)** y **Tucumán (4,7%)**, reafirmando la centralidad del **corredor centro del país** en la demanda turística hacia la capital catamarqueña.

En cuanto al **motivo de la visita**, predominaron los viajes por **vacaciones, ocio y recreación (75,9%)**, seguidos por **motivos religiosos (18,3%)**, mientras que la participación en eventos, el trabajo y estudios representaron porcentajes menores.

Respecto al **grupo de viaje**, se observó una mayor presencia de quienes viajaron **en pareja (53,6%)**, seguidos por grupos de **amigos (18,3%)**, **familias (18,3%)** y **viajeros individuales (8%)**.

El **medio de transporte más utilizado** fue el **automóvil particular (69,2%)**, seguido por el **avión (13,4%)**, el **ómnibus (7,6%)** y el **ómnibus con contingente (3,6%)**, lo que confirma la fuerte dependencia del **turismo carretero**.

En relación con el **tipo de alojamiento**, los **hoteles de 3 estrellas** fueron los más elegidos con un **38,7%**, seguidos por los **departamentos o alquileres temporarios (26%)**, los **hoteles de 4 estrellas (8,3%)** y el **camping (6,6%)**, lo que evidencia una oferta diversificada y una tendencia hacia opciones de confort medio y alternativas independientes.

Finalmente, el **65,6% de los encuestados visitó por primera vez la ciudad**, mientras que el **92,9% indicó no haber considerado otros destinos antes de elegir SFVC**, lo que refuerza el **potencial de fidelización y posicionamiento del destino** a nivel nacional.

La **valoración general del destino** fue **positiva (4,32 sobre 5)**. Los aspectos mejor evaluados fueron la **hospitalidad (4,44)** y la **información turística (4,37)**, lo que destaca la buena atención y la accesibilidad informativa del destino. Los **turistas internacionales y provinciales** mostraron los niveles de satisfacción más altos.

Por otro lado, la afluencia a los atractivos turísticos mostró un **descenso general**, registrándose un total de **3.909 visitantes en museos y centros de informes**, cifra inferior a la del año anterior. Mientras algunos sitios como el **Museo de la Virgen del Valle (1.655 visitantes)** y el **Pueblo Perdido de la Quebrada (728)** mantuvieron buen desempeño, otros como el **Museo Caravati (269)** y el **Museo Adán Quiroga (467)** registraron menores niveles de concurrencia.

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