



INFORME ESTADÍSTICO

NOVIEMBRE 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 30 de noviembre 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. = (ΣHab. ocupadas en el destino/ΣHab. 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:

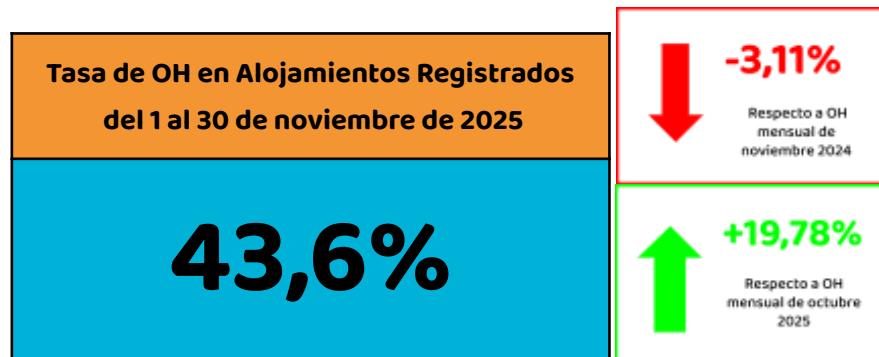
Se trata de un estudio para la caracterización de la demanda turística o del perfil del visitante, y constituye un insumo esencial para conocer características generales de las personas que arriban a nuestro destino con fines turísticos. Abordar este estudio tiene complejidades particulares desde el 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 30 de noviembre 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 30 de noviembre 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
- 23 alojamientos respondieron
- 10 alojamientos sin datos.
- 3 alojamientos cerrados y sin atención al público (visitados presencialmente).
- 1 alojamiento cerrado por refacciones.

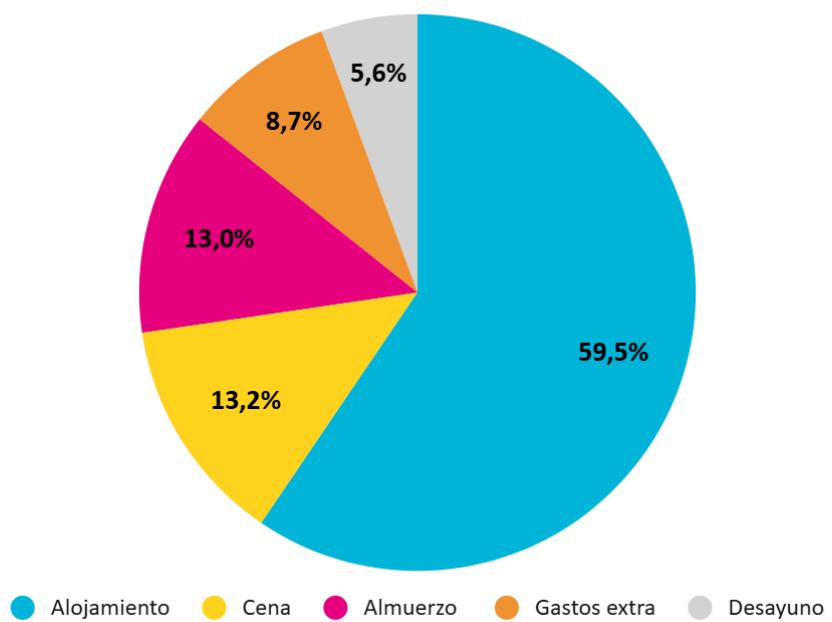


Ocupación hotelera (OH), estadía promedio y visitantes: variación interanual			
AÑO	OH	Estadía Promedio	Total de Visitantes
2024	45%	2,9	16.279
2025	43,6%	2,6	21.000

4. Gasto Promedio Diario



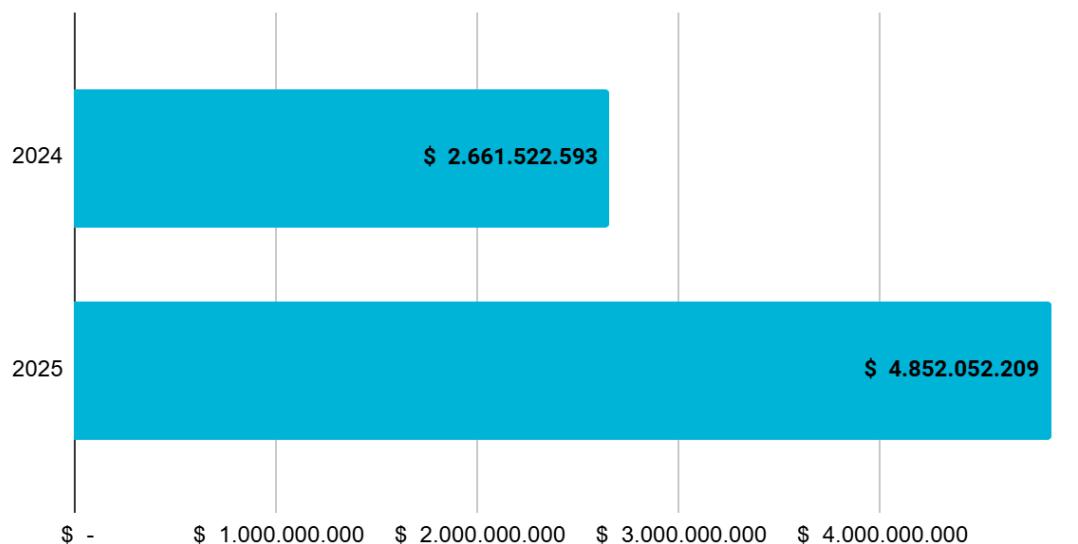
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL GASTO



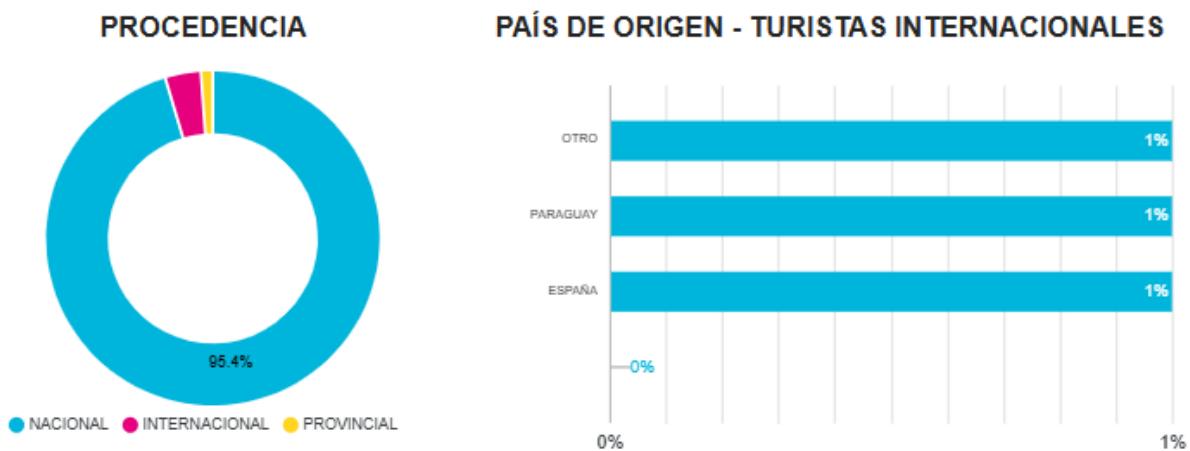
5. Impacto Económico



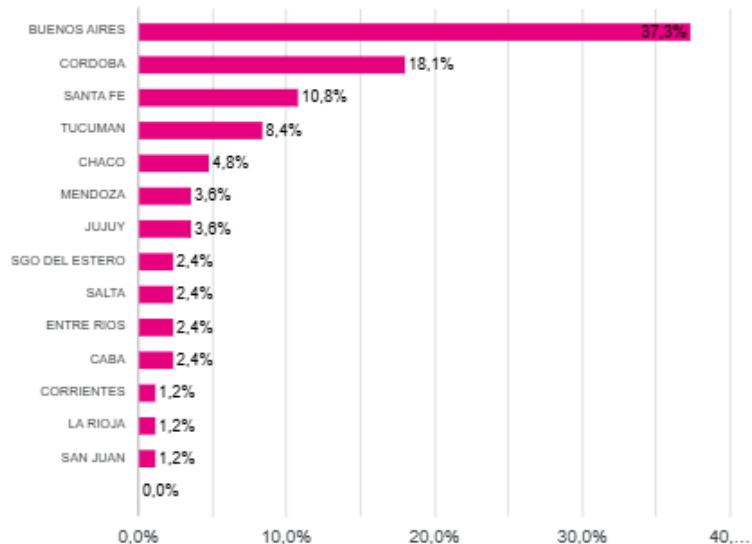
VARIACIÓN IMPACTO ECONÓMICO NOVIEMBRE 2024/2025



6. Perfil del Visitante



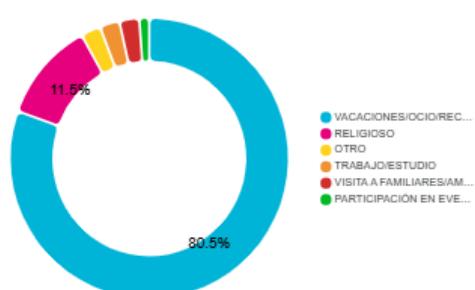
PROVINCIA DE ORIGEN - TURISTAS NACIONALES



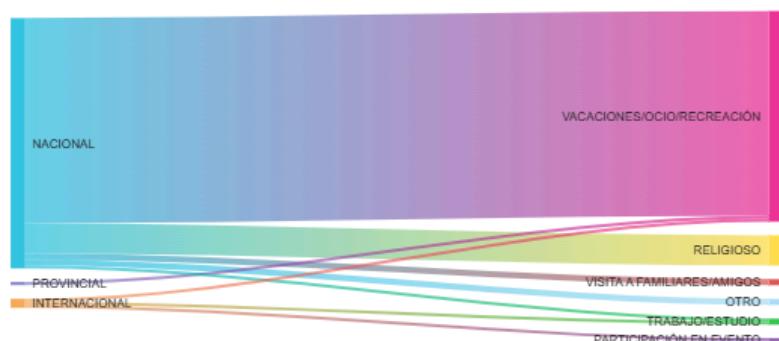
ESTADÍA PROMEDIO SEGÚN PROCEDENCIA

PROCEDENCIA	Estadia Promedio
1.. INTERNACIONAL	5,3
2.. NACIONAL	2,6
3.. PROVINCIAL	2,0

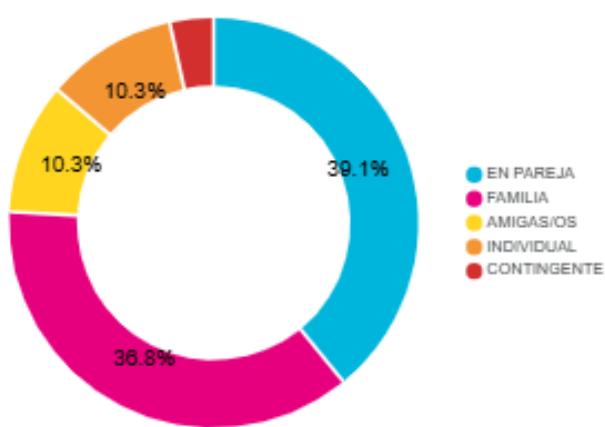
PRINCIPAL MOTIVO DE VISITA



MOTIVO DE VISITA SEGÚN PROCEDENCIA



GRUPO DE VIAJE

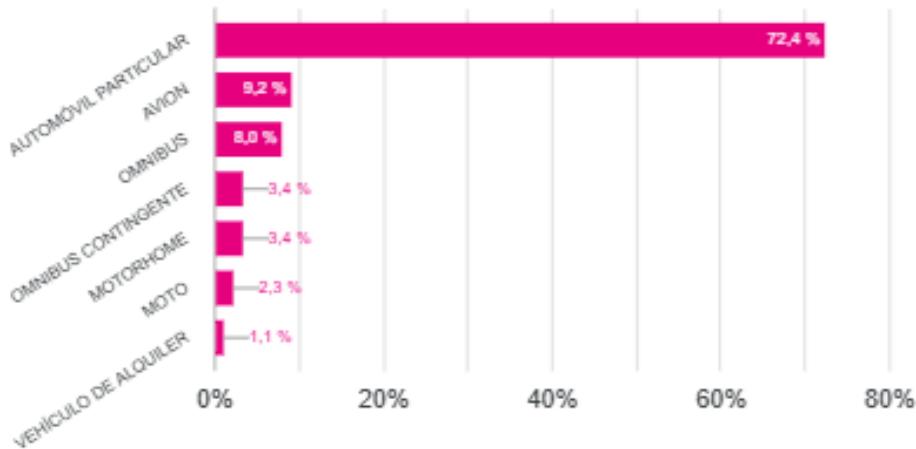


ESTADÍA PROMEDIO SEGÚN GRUPO DE VIAJE

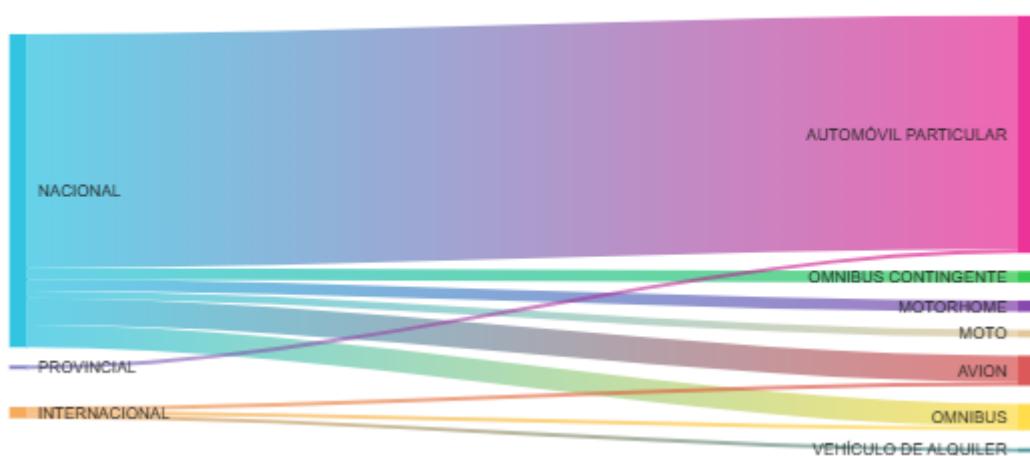
GRUPO DE VIAJE	Estadía Promedio
1... INDIVIDUAL	5,3
2... AMIGAS/OS	3,1
3... FAMILIA	2,4
4... EN PAREJA	2,1
5... CONTINGENTE	2,0

1 - 5 / 5 < >

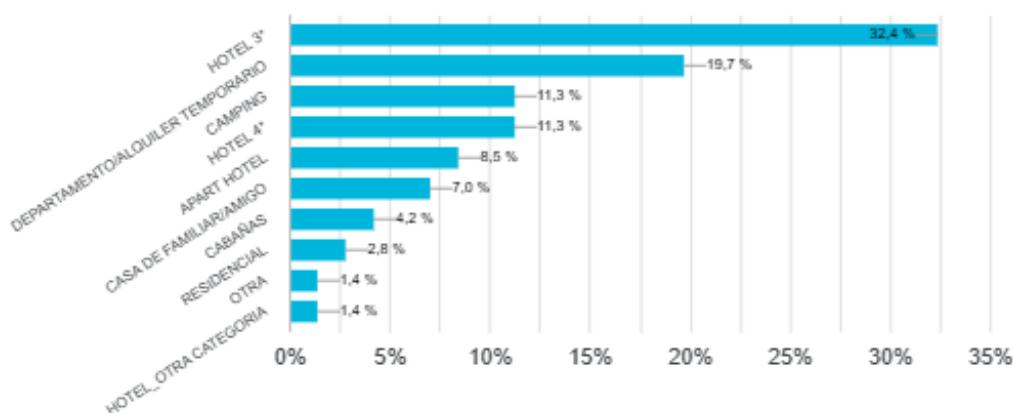
MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



MEDIO DE TRANSPORTE SEGÚN PROCEDENCIA



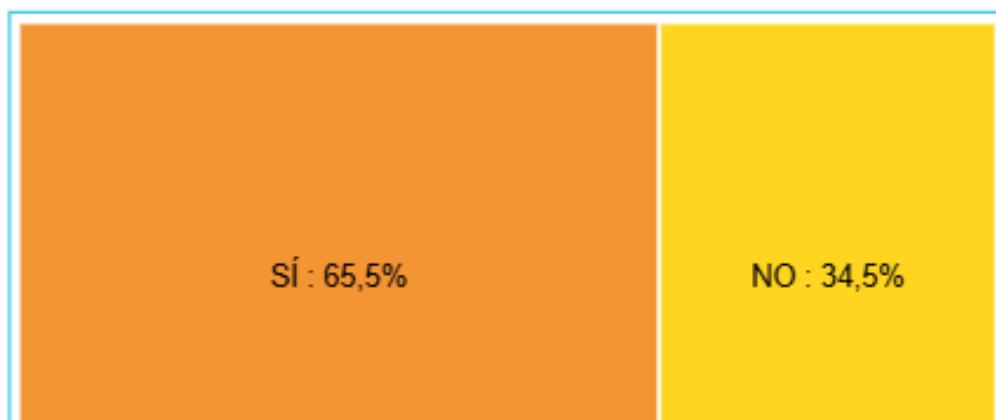
TIPO DE ALOJAMIENTO ELEGIDO



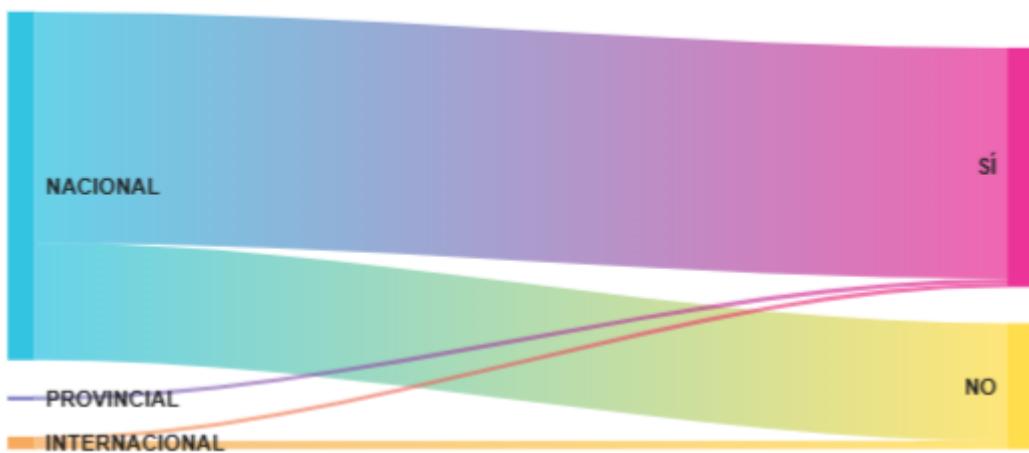
ESTADÍA PROMEDIO SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO

TIPO DE ALOJAMIENTO QUE ELIGÓ	Estadia Promedio
1. CASA DE FAMILIAR/AMIGO	6,8
2. DEPARTAMENTO/ALQUILER TEMPORARIO	3,2
3. RESIDENCIAL	3,0
4. HOTEL_OTRA CATEGORIA	3,0
5. APART HOTEL	2,8
6. HOTEL 3*	2,4

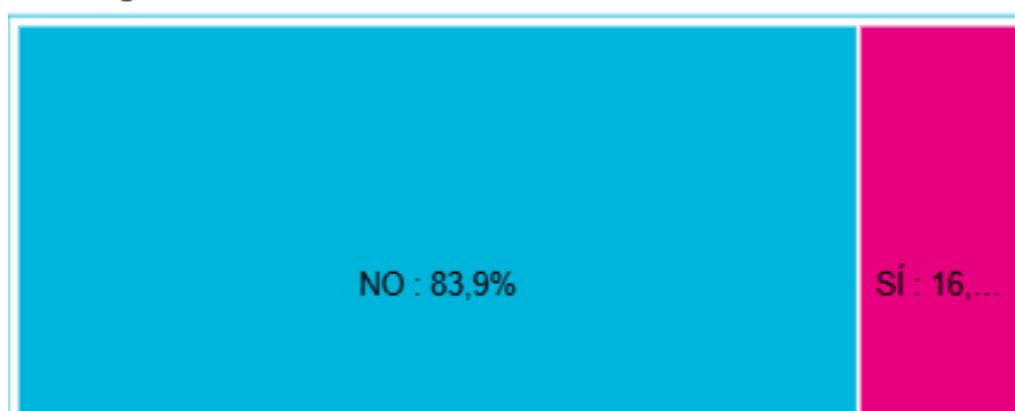
¿VISITA LA CIUDAD POR PRIMERA VEZ?



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



¿PENSÓ EN OTROS DESTINOS ANTES QUE EN SFVC?



VALORACIÓN DEL DESTINO

PROCEDENCIA	Alojamiento	Gastronomía	Precio/ Calidad	Hospitalidad	Información turística	Señalética y cartelería de acceso	Oferta cultural y de entretenimiento	Estadía general
INTERNACIONAL	5,00	4,33	4,33	5,00	4,67	4,67	4,67	4,67
NACIONAL	4,24	4,20	4,23	4,40	4,29	4,20	4,23	4,35
PROVINCIAL	3,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00
Promedio Gral.	4,25	4,22	4,25	4,43	4,31	4,22	4,25	4,37

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 30 DE NOVIEMBRE DEL 2025

Atractivos - Centros de informes		Visitantes	Total General
Propios	Centro de informe "Casa de SFVC	16	1.045
	Centro de Informes "Plaza 25 de Mayo"	389	
	Pueblo Perdido de la Quebrada	511	
	Casa de La Puna	129	
Externos	Museo de la Ciudad - Casa Caravati	285	2.146
	Museo Adán Quiroga	370	
	Museo de la Virgen del Valle	1.491	

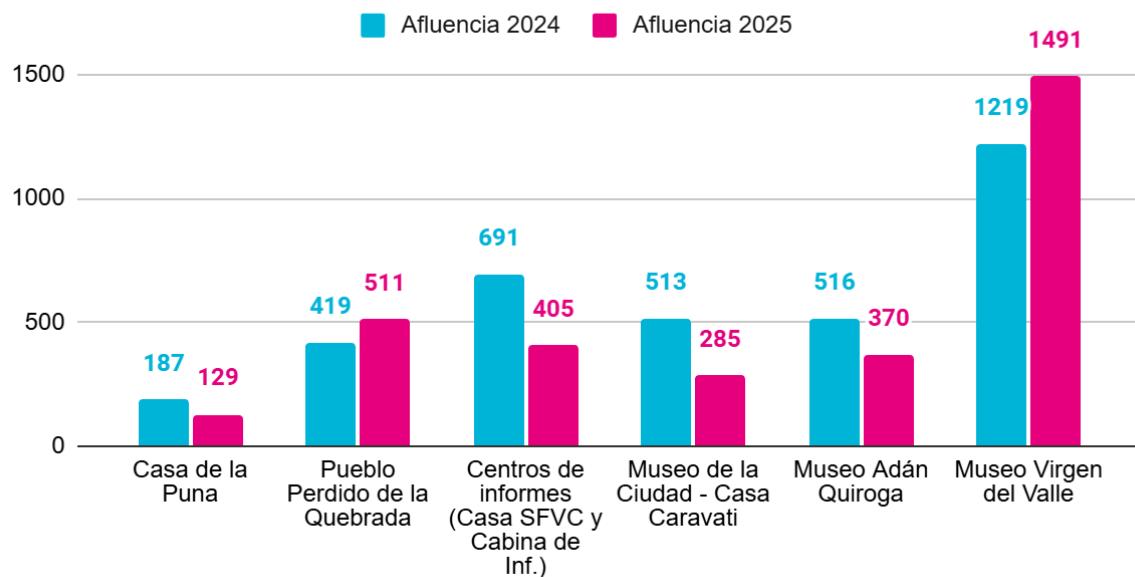
AFLUENCIA EN ACTIVIDADES - 1 al 30 DE NOVIEMBRE DEL 2025

Fecha	Atractivo	Actividad	Cantidad de residentes	Cantidad de turistas	Total de asistentes	Capacidad
22/11/2025	Pueblo Perdido de la Quebrada	Avistaje de aves	6	0	6	15
22/11/2025	Casa de la Puna	Feria de artesanía y diseño SFVC	130	30	160	300
22/11/2025	Pueblo Perdido de la Quebrada	Habilidades Ancestrales	6	0	6	15
22/11/2025	Casa SFVC	Clase de Yoga y taichí	10	2	12	20
23/11/2025	Pueblo Perdido de la Quebrada	Avistaje de aves	6	2	8	15
23/11/2025	Casa de la Puna	Feria de artesanía y diseño SFVC	240	40	280	300
23/11/2025	Casa de la Puna	Clase de chacarera	20	10	30	30
24/11/2025	Casa de la Puna	Clase de baile	12	0	12	20

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

Atractivos - Centros de informes	Afluencia 2024	Afluencia 2025	Variación %
Casa de la Puna	187	129	-31,20%
Pueblo Perdido de la Quebrada	419	511	+21,96%
Centros de informes (Casa SFVC y Cabina de Inf.)	691	405	-41,39%
Museo de la Ciudad - Casa Caravati	513	285	-44,44%
Museo Adán Quiroga	516	370	-28,29%
Museo Virgen del Valle	1.219	1.491	+22,31%
Total	3.166	3.191	+0,79%

AFLUENCIA EN ATRACTIVOS Y CENTROS DE INFORME - VARIACIÓN NOVIEMBRE 2024/2025



El informe estadístico de noviembre de 2025 permite observar el desempeño turístico de San Fernando del Valle de Catamarca durante todo el mes, ofreciendo una mirada integral sobre comportamiento de la demanda, movimiento económico y dinámica en los atractivos culturales. En términos generales, se evidencia un crecimiento significativo del flujo turístico, aunque acompañado de cambios en los patrones de permanencia y de uso de los servicios formales.

Uno de los aspectos más relevantes es la **Ocupación Hotelera (OH)**, que alcanzó un **43,6%**, cifra levemente inferior a la del año anterior, y que se vincula directamente con la **Estadía Promedio**, la cual descendió de 2,9 noches en 2024 a **2,6 noches** en 2025. Sin embargo, este retroceso contrasta con el notable incremento del **Total de Visitantes**, que pasó de 16.279 a **21.000 personas**, lo que sugiere que la ciudad recibió más turistas pero que permanecieron menos tiempo o eligieron alternativas de hospedaje no registradas. Este comportamiento refuerza una tendencia hacia visitas más breves, probablemente impulsadas por excursionistas o viajeros que priorizan experiencias puntuales.

En cuanto al movimiento económico, el **Gasto Promedio Diario** estimado para noviembre fue de **\$129.000 por visitante por día**, un valor alto que indica una demanda con capacidad de consumo, aunque posiblemente afectado por la cantidad de prestadores que respondieron y por la heterogeneidad de los servicios incluidos. Aun así, al combinar este gasto con la cantidad de visitantes y la estadía promedio, el mes generó un **Impacto Económico total de \$4.852.052.209**, consolidando a noviembre como un período de fuerte derrame económico en la ciudad.

El **Perfil del Visitante** permite comprender mejor esta dinámica. La procedencia estuvo marcada por un claro predominio de **visitantes nacionales (95,4%)**, seguidos a gran distancia por internacionales y provinciales. Entre los turistas provenientes de otras provincias, se destacan **Buenos Aires (37,3%)**, **Córdoba (18,1%)**, **Santa Fe (10,8%)** y **Tucumán (8,4%)**, que en conjunto conforman los principales mercados emisores. Los motivos del viaje se concentraron en **vacaciones/ocio/recreación (80,5%)**, complementados por un importante segmento de visitantes **religiosos (11,5%)**, vinculado a la tradición mariana de la ciudad. En relación con la composición de los grupos de viaje, predominaron quienes viajaron en pareja (**39,1%**) y en familia (**36,8%**), mientras que los viajes con amigos e individuales representaron el **10,3%** cada uno. Los desplazamientos se realizaron mayormente en **automóvil particular (72,4%)**, seguidos por quienes arribaron en **avión (9,2%)** y **ómnibus (8%)**, lo que reafirma la importancia del transporte terrestre en la movilidad turística regional. El tipo de alojamiento elegido también ofrece un panorama diverso: sobresalen los **hoteles 3 estrellas (32,4%)**, seguidos por **departamentos o alquileres temporarios (19,7%)**, **campings (11,3%)** y **hoteles 4 estrellas (11,3%)**, lo que evidencia una combinación equilibrada entre oferta tradicional y alternativas de alojamiento. A esto se suma un dato relevante: el **65,5% visitó la ciudad por primera vez**, y la gran mayoría, **83,9%**, no había considerado otros destinos antes de elegir SFVC, lo que muestra una fuerte decisión y nivel de atracción propio del destino.

El **Perfil del Visitante** muestra, además, una valoración muy positiva del destino. En promedio, los turistas calificaron los principales aspectos de su experiencia entre **4,22** y **4,43 puntos**, destacándose especialmente la hospitalidad y la calidad de la información turística. Los visitantes internacionales otorgaron puntajes incluso superiores, todos cercanos al rango de excelencia, lo que evidencia una experiencia altamente satisfactoria para quienes provienen de otros países, aunque es necesario considerar que este segmento suele ser numéricamente menor.

Finalmente, los **ingresos y afluencias en atractivos** revelan un comportamiento dispar. Los espacios como Pueblo Perdido de la Quebrada y el Museo de la Virgen del Valle registraron

aumentos importantes en su afluencia, destacándose este último con un crecimiento del **22,31%** interanual. En contraste, los centros de informes y museos tradicionales mostraron una caída marcada, especialmente Casa Caravati, que descendió un **44,44%**. A pesar de estas variaciones, el total general apenas se movió, pasando de 3.166 a **3.191 visitantes**, lo que expresa un equilibrio entre atractivos en expansión y otros en retroceso. La fuerte caída en el uso de los centros de informes es indicativa de que los turistas están recurriendo cada vez más a canales digitales para planificar y orientarse durante su estadía.

*Equipo Técnico
Observatorio de Turismo Municipal*

*Dir. Gral. de Turismo
Sec. Turismo y Desarrollo Económico*

Municipalidad de La Capital