

INFORME RELEVAMIENTO DE DEMANDA REAL SAN MARTIN DE LOS ANDES TEMPORADA ESTIVAL AÑO 2025

1. FUNDAMENTACIÓN

El sistema de “MONITOREO DE LA DEMANDA REAL” - Temporada Estival 2025, surge en el marco de los programas establecidos en las acciones a desarrollar por el programa N°42, que corresponde a Fortalecimiento de la Información Estadística, dependiente de la Dirección General del Observatorio Turístico en colaboración con la Secretaría de Turismo de San Martín de los Andes. La intención es dar continuidad a las investigaciones de la demanda real que se llevan a cabo a través de esta Dirección y que, por razones presupuestarias, no se han podido realizar en el último año.

La importancia de realizar este tipo de estudio consiste en que la información obtenida permitirá entre otros aspectos:

1. Caracterizar la demanda turística en términos del comportamiento vacacional (estadía, gasto diario, grupo de viaje, motivo del viaje, actividades realizadas, etc.)
2. Construir perfiles de demanda en base a los principales mercados emisores
3. Evaluar la satisfacción de los servicios prestados en relación a la calidad y costo

Es importante considerar que la definición, ejecución y control de las acciones de marketing realizadas tanto en la esfera pública como privada, no pueden descansar únicamente en la experiencia y el conocimiento intuitivo del contexto; razón por la cual resulta necesario dar continuidad a este tipo de trabajos de monitoreo.

2. OBJETIVO

Obtener datos de la corriente de visitantes de los principales destinos turísticos de la provincia a fin de:

- a) poder realizar un seguimiento de la misma en sus aspectos cuantitativos y cualitativos, y
- b) suministrar una base de información válida, confiable y oportuna para la toma de decisiones en el ámbito del sector público y privado.

La captura sistemática e interpretación de datos, son condiciones fundamentales para monitorear el comportamiento del mercado y definir sobre una base racional estrategias competitivas que aseguren un exitoso posicionamiento de los destinos-productos.

3. METODOLOGÍA

Período de Relevamiento:

El relevamiento se llevará a cabo durante la temporada alta estival, la que se extiende **desde el 01 de enero al 09 de marzo de 2025**.

Lugares de relevamiento:

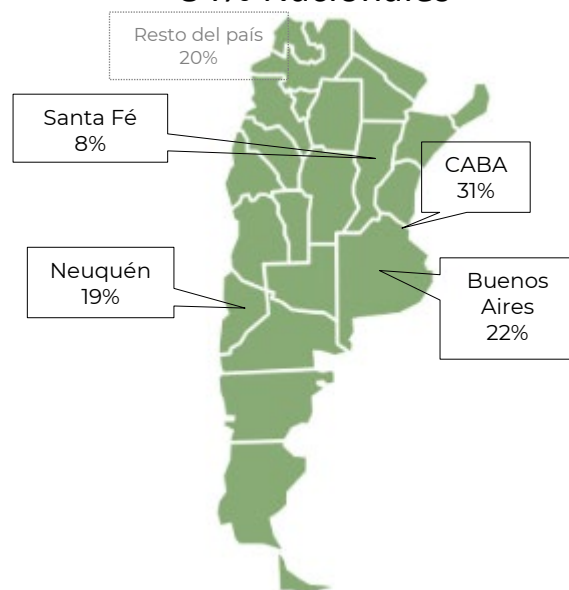
Encuestador en las áreas de mayor concentración de turistas, en alojamientos, oficina de informes, estaciones de servicio, etc.

Cantidad total de encuestas realizadas = 580

4. PRINCIPALES RESULTADOS

Lugar de residencia:

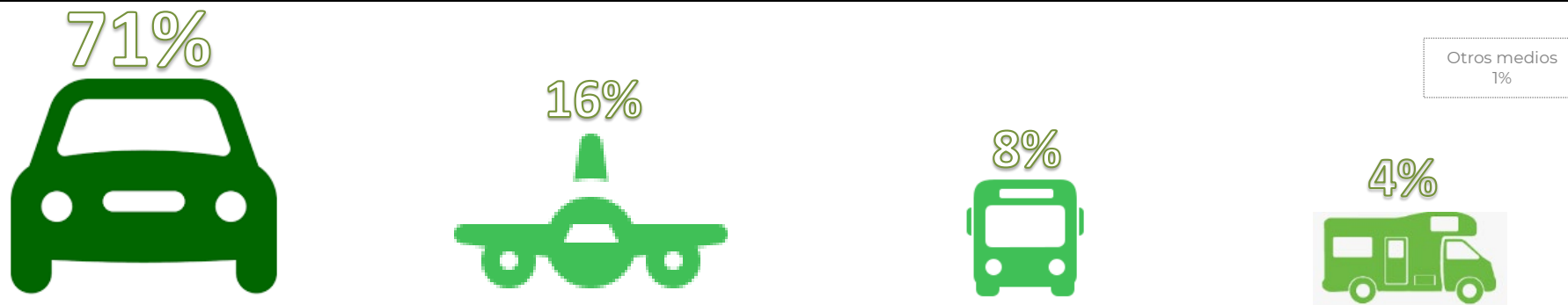
84% Nacionales



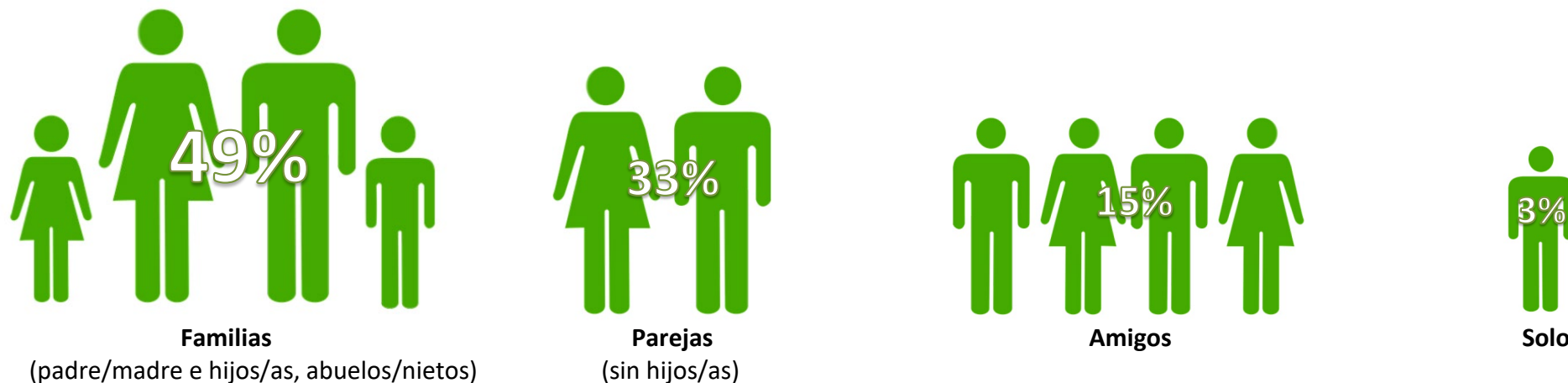
16% Extranjeros



Principal medio de transporte utilizado para llegar al destino



Conformación del grupo de viaje:



Tamaño del grupo de viaje:



Estadía promedio: 4,9 días. Sin tener en cuenta los excursionistas.

Permanencia en el destino: de 4 a 7 días 61%
De 1 a 3 días 31%
+de 7 días 8%

Tipo de alojamiento utilizado: 22% Hotel, 19% en Cabañas, 14% en segundas residencias, 14% Aparthotel, 13% en Campings.

Frecuencia de la demanda: 73% ya había visitado el destino (39% en verano, 18% todo el año y 6% en invierno) y el 27% que era la primera vez.

Medio de información sobre el destino utilizado antes del viaje: 52% no buscó información, el 16% en sitios de internet, 15% en Redes Sociales, un 11% con referencias de familiares y amigos.

Principal razón de los encuestados para elegir el destino turístico: 83% por la belleza natural, 7% por recomendaciones de familiares y amigos, 5% por las actividades y experiencias disponibles.

Evaluación general de las vacaciones de 5 (excelente) a 0 (mala): el 35% calificó con 5, el 61% con 4 puntos y el 4% con 3 puntos. Promedio: 4,3.

Aspectos principales a destacar de los destinos visitados: 32 Gastronomía (restaurantes, bares, etc.), 25% Alojamiento (hoteles, departamentos, cabañas), 18% Actividades turísticas (excursiones, tours, paseos náuticos), 16% la atención al público.

Aspectos principales a mejorar de los destinos: el 19% dijo “ninguno”, el 32% mencionó “estado de las vías públicas, el pavimento, la señalización, la iluminación, la accesibilidad y la limpieza y un 14% el Estacionamiento (disponibilidad, precio, seguridad), 11% Atractivos turísticos (mantenimiento, señalización, accesibilidad, oferta de actividades).

4. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

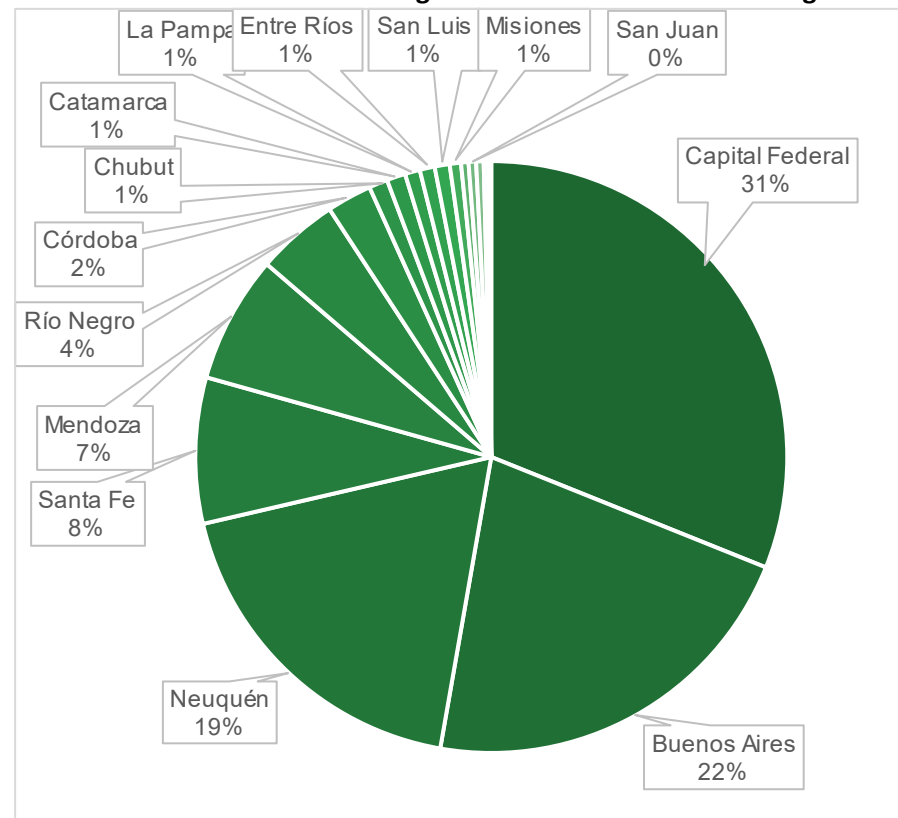
Lugar de residencia de los Turistas residentes argentinos (n= 490)

Cuadro n°1 –Lugar de residencia de los encuestados. Residentes argentinos.

Provincia	VA	V%
Capital Federal	152	31%
Buenos Aires	106	22%
Neuquén	91	19%
Santa Fe	39	8%
Mendoza	34	7%
Río Negro	22	4%
Córdoba	12	2%
Chubut	5	1%
Catamarca	5	1%
La Pampa	4	1%
Entre Ríos	4	1%
San Luis	4	1%
Misiones	3	1%
Chaco	2	0,4%
San Juan	2	0,4%
Salta	2	0,4%
Santa Cruz	1	0,2%
Tucuman	1	0,2%
Tierra del Fuego	1	0,2%

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Gráfico n°1 - Distribución % del lugar de residencia. Residentes argentinos.



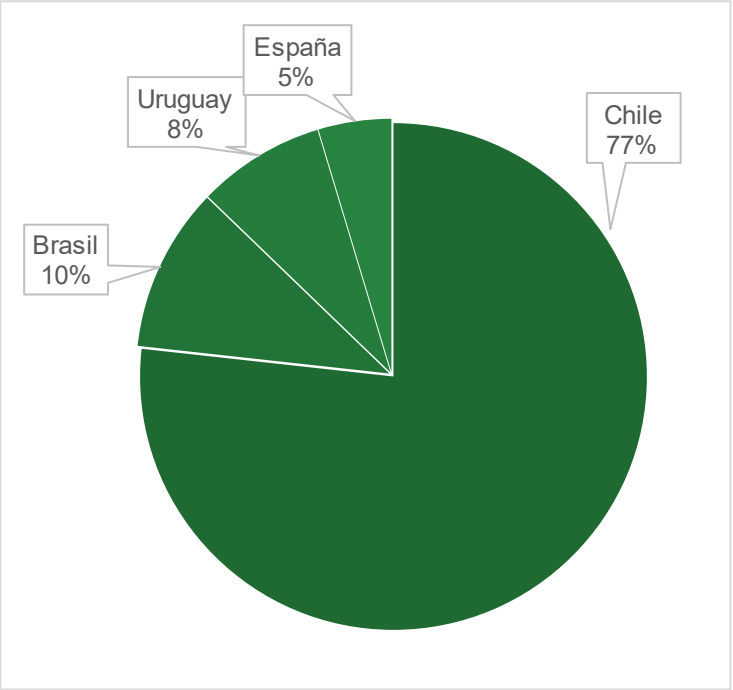
Turistas extranjeros (n=90)

Cuadro n°2 - Lugar de residencia de los encuestados. Residentes extranjeros.

País de origen	VA	V%
Chile	66	73%
Brasil	9	10%
Uruguay	7	8%
España	4	4%
Francia	1	1%
México	1	1%
Colombia	1	1%
Corea	1	1%
Total general	90	100%

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Gráfico n°2 - Distribución % del lugar de residencia. Residentes extranjeros.



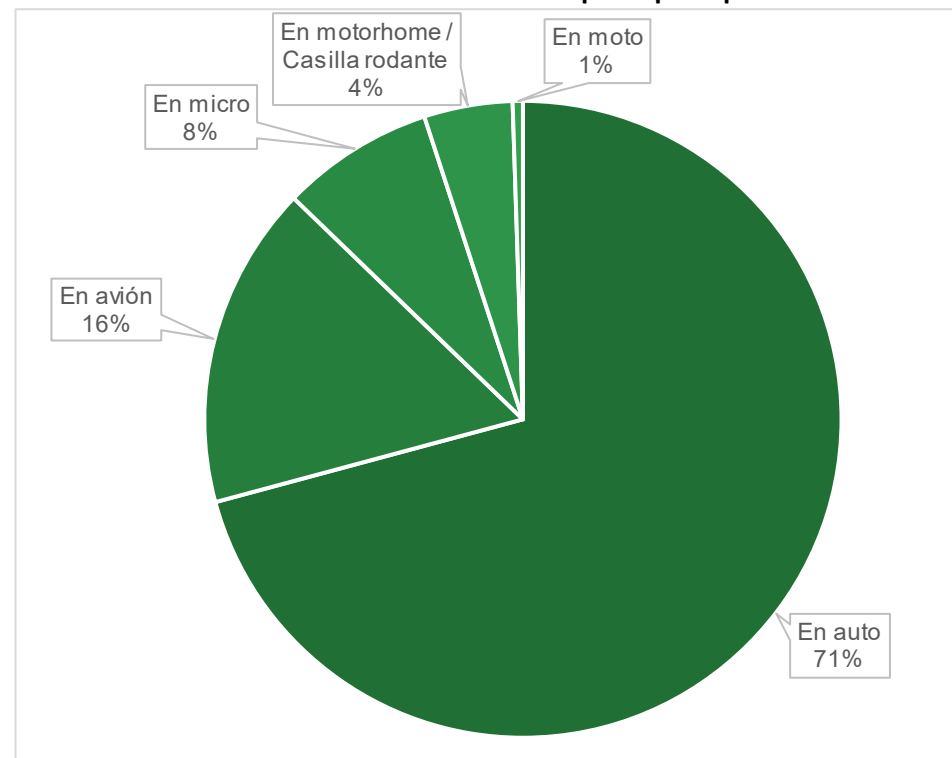
Medio de transporte utilizado para llegar al destino (n=580)

Cuadro n°3 – Medio de transporte principal utilizado.

Medio de transporte	VA	V%
En auto	410	71%
En avión	95	16%
En micro	45	8%
En motorhome / Casilla rodante	26	4%
En moto	3	1%
En bicicleta	1	0,2%
Total general	580	100%

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Gráfico n°3 - Distribución % del medio de transporte principal utilizado.



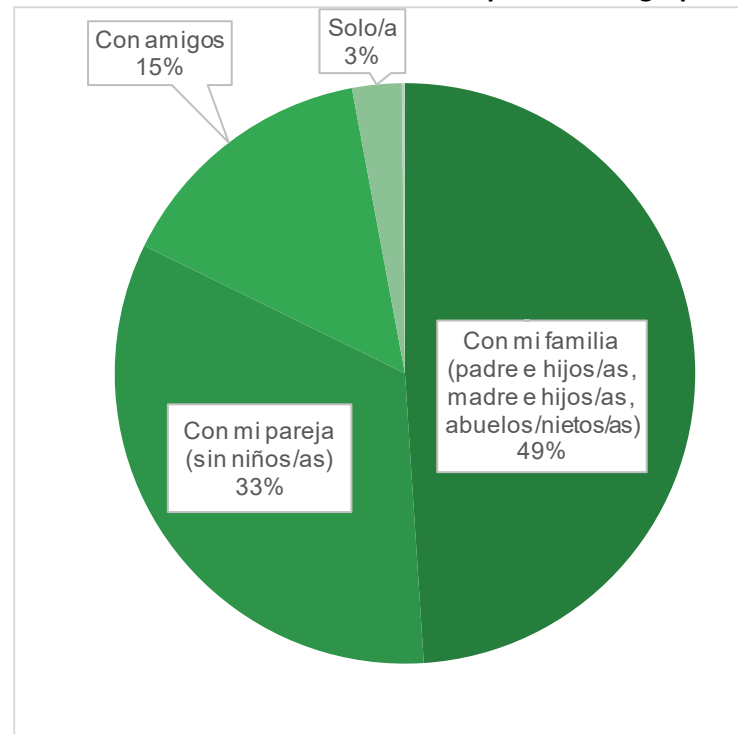
Composición del grupo de viaje (n=580)

Cuadro n°4 – Composición del grupo de viaje.

¿Con quién estás viajando?	VA	V%
Con mi familia (padre e hijos/as, madre e hijos/as, abuelos/nietos/as)	284	49%
Con mi pareja (sin niños/as)	193	33%
Con amigos	86	15%
Solo/a	16	3%
Agencia de turismo	1	0,2%
Total general	580	100%

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Gráfico n°4 – Distribución % de la composición del grupo de viaje.



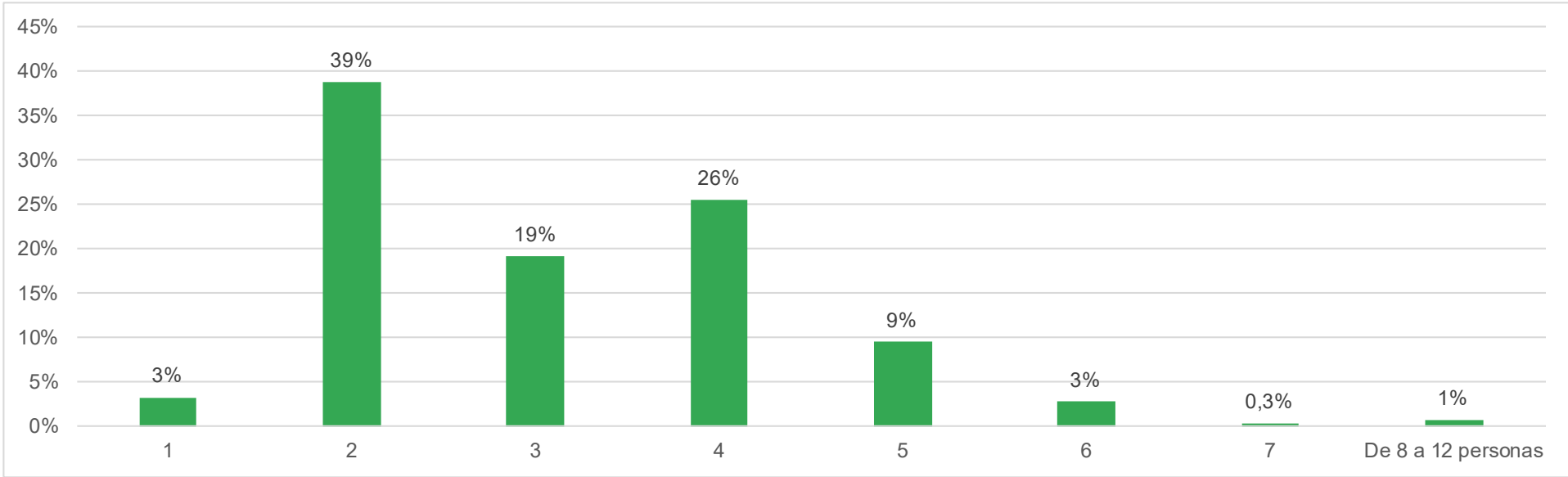
Tamaño del grupo de viaje (n= 580)

Cuadro n°5 – Tamaño del grupo de viaje de los encuestados.

Tamaño del grupo	VA	V%
1	19	3%
2	225	39%
3	111	19%
4	148	26%
5	55	9%
6	16	3%
7	2	0%
De 8 a 12 personas	4	1%
Total general	580	100%

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Gráfico n°5 – Tamaño del grupo de viaje de los encuestados, representación % del total.



Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

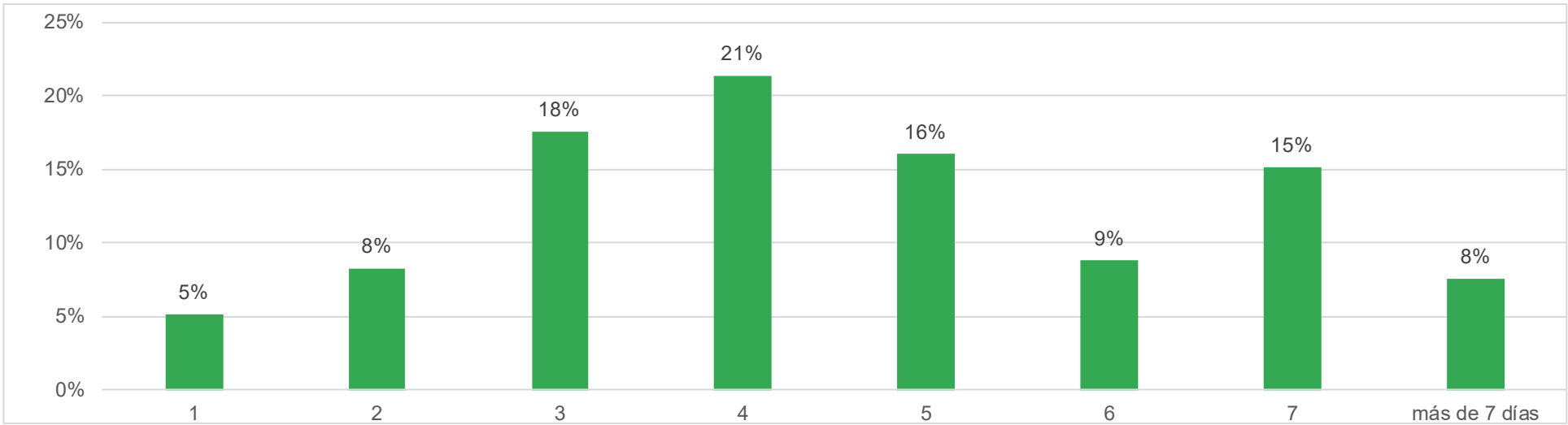
Estadía (n= 580)

Cuadro n°6 – Cantidad de días de estadía de los encuestados.

Días de estadía	VA	V%
1	30	5%
2	48	8%
3	102	18%
4	124	21%
5	93	16%
6	51	9%
7	88	15%
más de 7 días	44	8%
Total general	580	100%

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Gráfico n°6 – Representación % de la cantidad de días de estadía de los encuestados.



Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

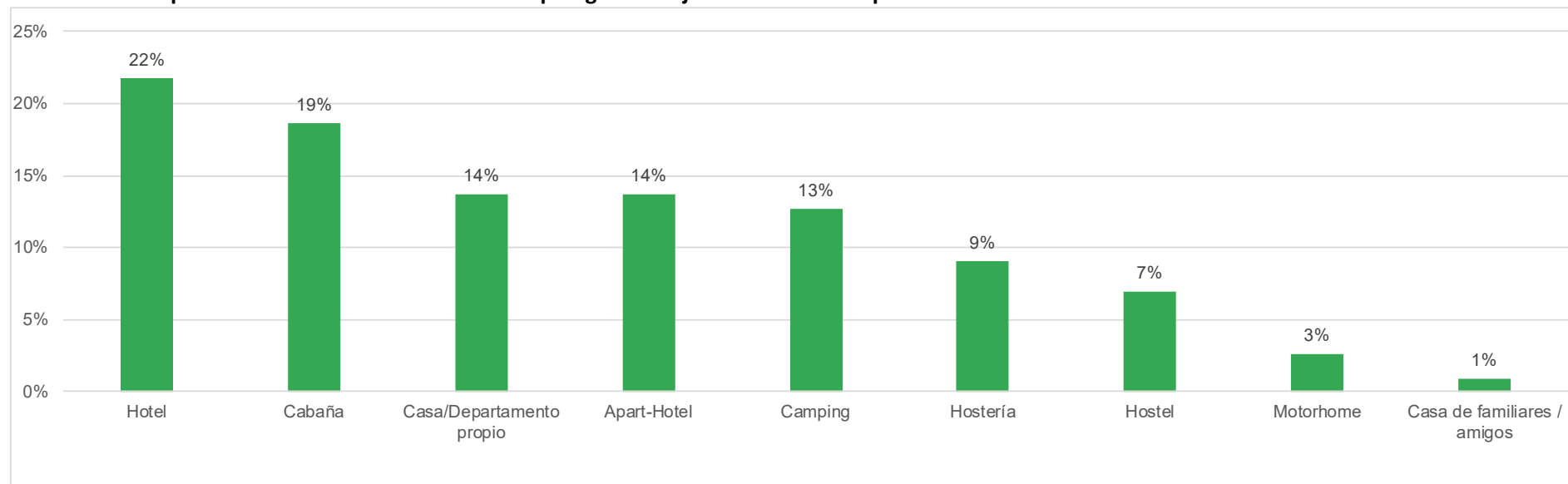
Tipología de alojamiento utilizado (n= 575)

Cuadro n°7 – Tipología de alojamiento utilizado por los encuestados.

Tipo de alojamiento	VA	V%
Hotel	125	22%
Cabaña	107	19%
Casa/Departamento propio	79	14%
Apart-Hotel	79	14%
Camping	73	13%
Hostería	52	9%
Hostel	40	7%
Motorhome	15	3%
Casa de familiares / amigos	5	1%
Total general	575	100%

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Gráfico n°7 – Representación % sobre el total de la tipología de alojamiento utilizado por los encuestados.

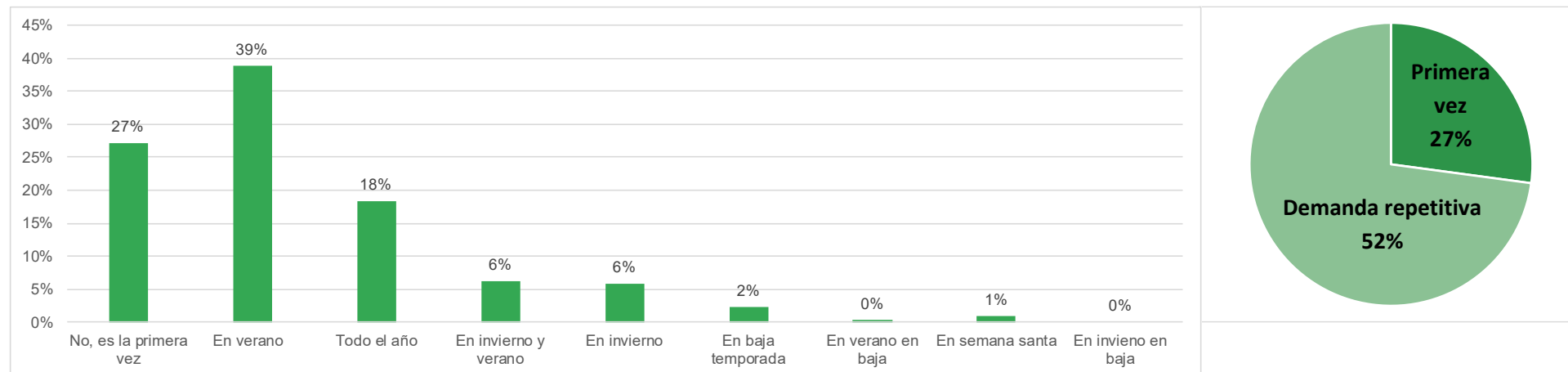


Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Repetición de la demanda y época del año en la cual visitan Villa La Angostura (n= 575)
Cuadro n°8 – Encuestados que visitaron por primera vez y épocas del año en las que lo visitaron quienes ya habían estado antes en el destino.

Época del año	VA	V%
No, es la primera vez	156	27%
En verano	223	39%
Todo el año	106	18%
En invierno y verano	36	6%
En invierno	34	6%
En baja temporada	13	2%
En verano en baja	2	0%
En semana santa	5	1%
En invierno en baja		0%
Total general	575	100%

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Gráfico n°8 – Representación % de los encuestados que visitaron por primera vez y épocas del año en las que lo visitaron quienes ya habían viajado anteriormente al destino.


Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

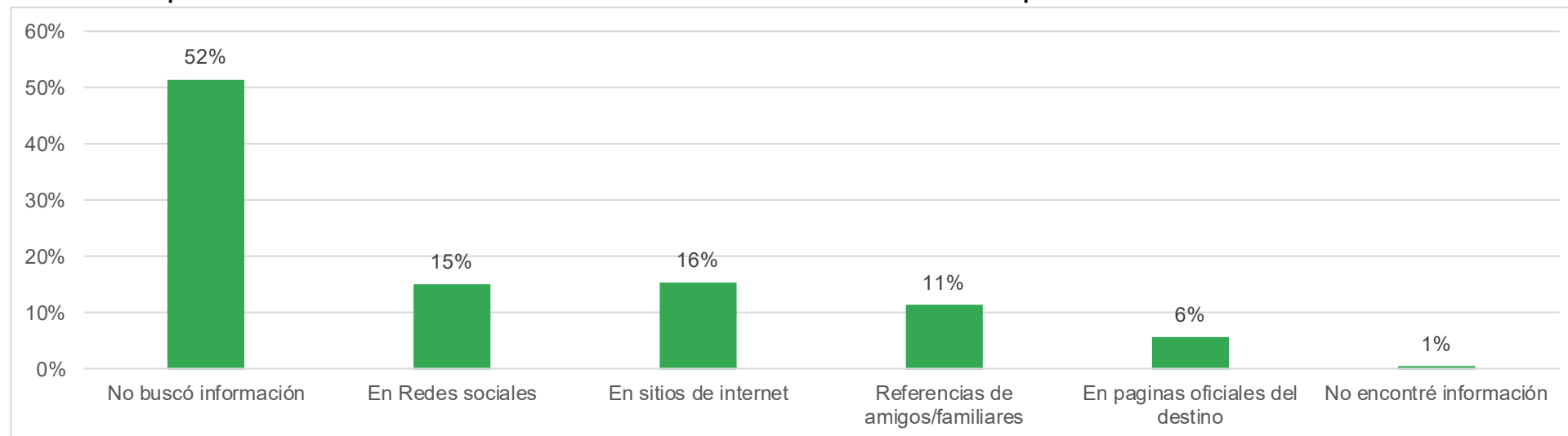
Medio de información sobre el destino (n= 574)

Cuadro n°9 – Medio de información sobre utilizado por los encuestados.

Medio de información	VA	V%
No buscó información	296	52%
En Redes sociales	87	15%
En sitios de internet	89	16%
Referencias de amigos/familiares	66	11%
En paginas oficiales del destino	33	6%
No encontré información	3	1%
Total general	574	100%

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Gráfico n°9 – Representación % del total de los encuestados del medio de información sobre utilizado por los encuestados.



Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

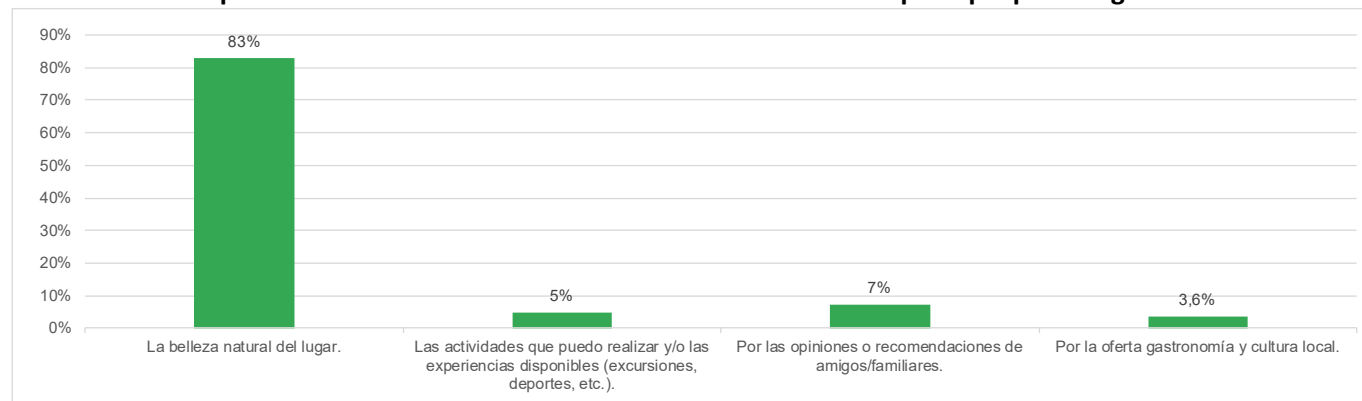
Principal razón para elegir el destino turístico sobre otros (n=576)

Cuadro n°10 – Principal razón de los encuestados para elegir el destino turístico.

Principal motivo	VA	V%
La belleza natural del lugar.	477	83%
Las actividades que puedo realizar y/o las experiencias disponibles (excursiones, deportes, etc.).	28	5%
Por las opiniones o recomendaciones de amigos/familiares.	42	7%
Por la oferta gastronomía y cultura local.	21	3,6%
La calidad y variedad de alojamientos.	1	0,2%
Por la seguridad del destino.	4	1%
Por las promociones y/o descuentos que se ofrecen en el destino.	2	0,3%
Por la oferta gastronomía y cultura local.	1	0,2%
Total general	576	100%

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Gráfico n°10 – Representación % del total de los encuestados de la razón principal para elegir el destino turístico.



Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

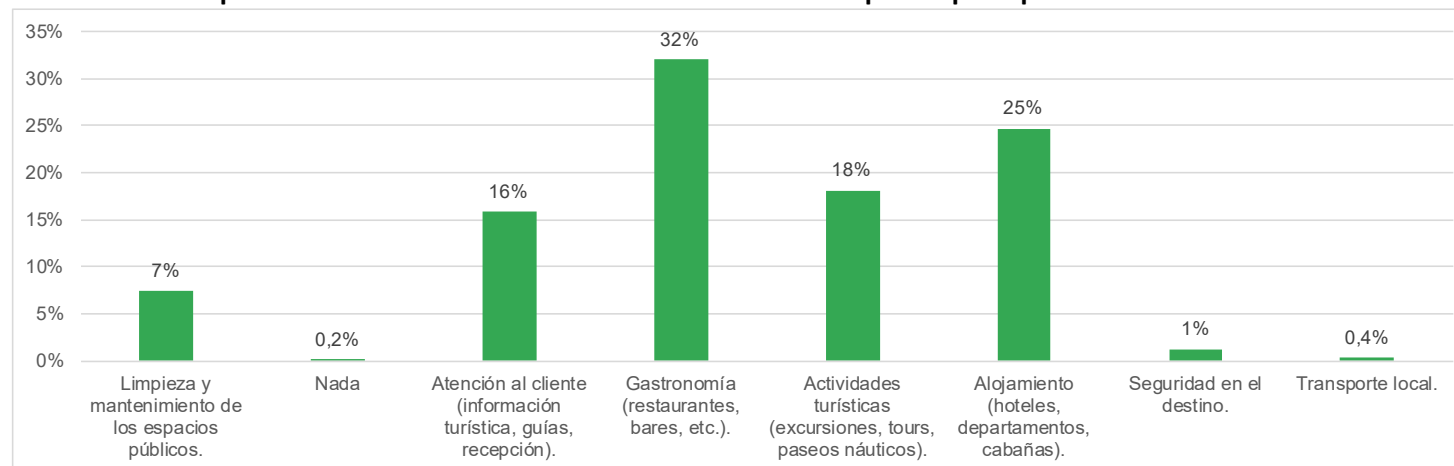
Aspectos principales a destacar de los destinos visitados (n= 562)

Cuadro n°11 – Aspectos principales a destacar de los destinos visitados por los encuestados.

Principal aspecto destacado	VA	V%
Limpieza y mantenimiento de los espacios públicos.	42	7%
Nada	1	0,2%
Atención al cliente (información turística, guías, recepción).	89	16%
Gastronomía (restaurantes, bares, etc.).	180	32%
Actividades turísticas (excursiones, tours, paseos náuticos).	102	18%
Alojamiento (hoteles, departamentos, cabañas).	139	25%
Seguridad en el destino.	7	1%
Transporte local.	2	0,4%
Total general	562	100%

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Gráfico n°11 – Representación % del total de los encuestados de los aspectos principales a destacar de los destinos visitados.



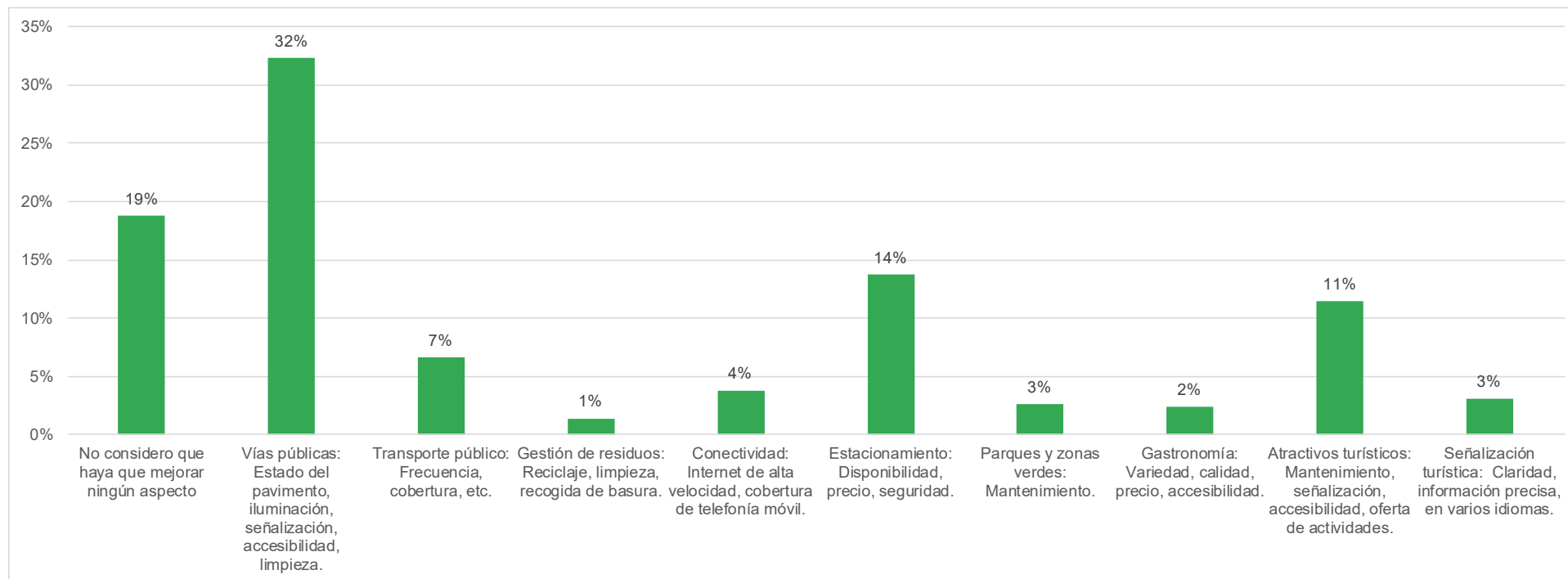
Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Aspectos principales a mejorar de los destinos visitados (n=576)**Cuadro n°12 – Aspectos principales a mejorar de los destinos mencionados por los encuestados.**

Principal aspecto a mejorar	VA	V%
No considero que haya que mejorar ningún aspecto	108	19%
Vías públicas: Estado del pavimento, iluminación, señalización, accesibilidad, limpieza.	186	32%
Transporte público: Frecuencia, cobertura, etc.	38	7%
Gestión de residuos: Reciclaje, limpieza, recogida de basura.	8	1%
Conectividad: Internet de alta velocidad, cobertura de telefonía móvil.	22	4%
Estacionamiento: Disponibilidad, precio, seguridad.	79	14%
Parques y zonas verdes: Mantenimiento.	15	3%
Gastronomía: Variedad, calidad, precio, accesibilidad.	14	2%
Atractivos turísticos: Mantenimiento, señalización, accesibilidad, oferta de actividades.	66	11%
Información turística: Disponibilidad, accesibilidad, en varios idiomas.	2	0,3%
Seguridad: Iluminación, vigilancia, prevención de delitos.	6	1%
Señalización turística: Claridad, información precisa, en varios idiomas.	18	3%
Alojamientos: Variedad, calidad, precio, accesibilidad.	5	1%
Accesibilidad para personas con discapacidad	4	0,7%
Amabilidad de los habitantes	5	0,9%
Oferta cultural: Museos, teatros, conciertos, eventos culturales.	4	0,7%
Total general	576	100%

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Gráfico n°12 – Representación % de los aspectos principales a mejorar de los destinos mencionados por los encuestados.



Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

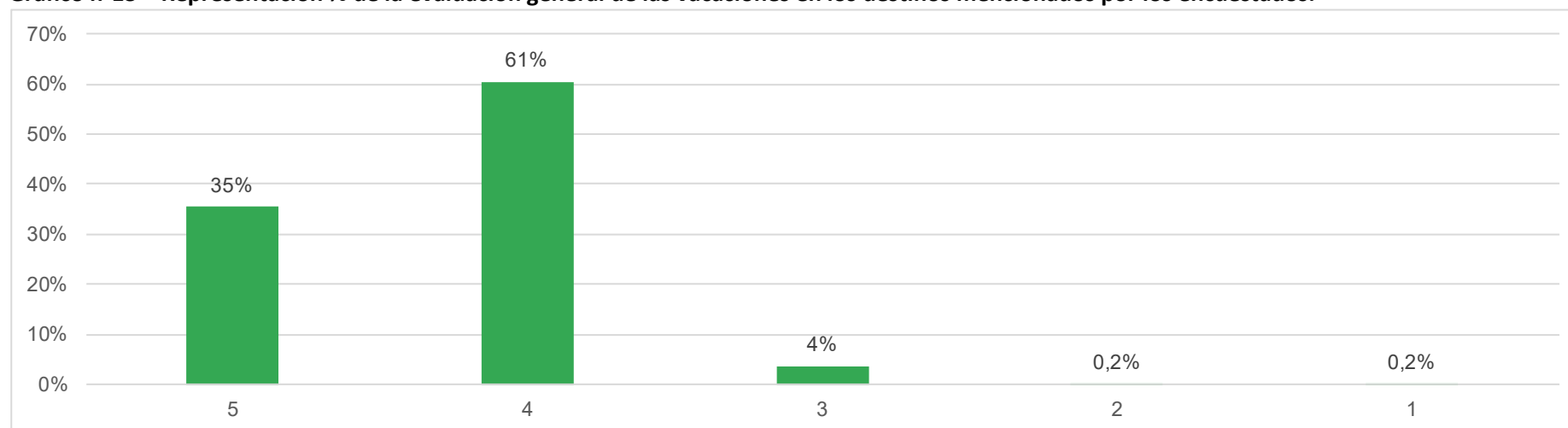
Evaluación general de las vacaciones (n=575)

Cuadro n°13 – Evaluación general de las vacaciones en los destinos mencionados por los encuestados.

Puntuación	VA	V%
5	204	35%
4	348	61%
3	21	4%
2	1	0,2%
1	1	0,2%
Total general	575	100%

Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo

Gráfico n°13 – Representación % de la evaluación general de las vacaciones en los destinos mencionados por los encuestados.



Fuente: Ministerio de turismo en base a datos informados por los entes municipales de turismo