

Caracterización de turistas de la Provincia de Mendoza alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas

Período 2009 a 2011

Agosto de 2012



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

FCE
FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS



MendozaArgentina
espíritu grande

Ministerio de
TURISMO

Índice de Contenidos

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I PARTICIPACIÓN DE LA CATEGORÍA, ORIGEN DE LOS TURISTAS E INTEGRANTES DEL VIAJE

CAPÍTULO II PRIMERA VEZ QUE VISITA EL DESTINO, FRECUENCIA DE LA VISITA Y PROBABILIDAD DE RETORNO A LA PROVINCIA

CAPÍTULO III MEDIOS PARA INFORMARSE SOBRE EL DESTINO, FORMA DE ORGANIZAR EL VIAJE Y TRANSPORTE UTILIZADO PARA ARRIBAR A LA PROVINCIA

CAPÍTULO IV CALIDAD Y PRECIOS DE LOS SERVICIOS

METODOLOGÍA

Introducción



INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente informe es mostrar el comportamiento y las características¹ de los turistas que visitaron la provincia de Mendoza, en el período 2.009/2.011, y que decidieron alojarse en Hoteles de 1 y 2 Estrellas. Además se compara el comportamiento del mencionado segmento con el total de los turistas².

Las principales conclusiones obtenidas son las siguientes:

- *Participación de la categoría.* Un 23,9% de los clientes de los Hoteles en el Gran Mendoza, eligió la categoría de 1 y 2 estrellas para alojarse. Los Hoteles de 1 Estrella fueron los más elegidos con un 12,51%.
- *Origen de los turistas.* El principal cliente de los Hoteles de 1 y 2 Estrellas es el turista argentino con 64,36%, en segundo término los chilenos con un 30,13% y en tercer lugar los del Resto del Mundo con el 5,51%. El orden es igual, al que surge cuando se analiza el total de los turistas, pero la diferencia radica en las magnitudes, ya que los hoteles de 1 y 2 Estrellas captan más turistas chilenos, menos argentinos y una porción marginal de los visitantes del Resto del Mundo.
- *Con quién viaja.* En términos generales, el cliente argentino y chileno viene en su mayoría, alrededor del 75%, acompañado por su familia y más del 50% de los turistas del Resto del Mundo llega solo o acompañado por amigos. En el caso de los clientes de los Hoteles de 1 y 2 Estrellas el comportamiento es similar al del total de los turistas: un 76,65% viene en familia, el 11,04% con amigos y el 4,86% solo.
- *Primera vez que visita la Provincia.* En el trienio analizado (2009-2011) el 54,79% de los turistas que visitaron la Provincia lo hacía por primera vez. En los clientes de los Hoteles de 1 y 2 Estrellas el valor se eleva al 58,16%.
- *Piensa regresar.* Un 81,82% de los turistas que visitan la Provincia piensa regresar al destino. Analizando por origen se observa que un 86% de los turistas argentinos y chilenos y un 56,43% de los turistas del Resto del

¹ Los datos obtenidos son de elaboración propia en base a la "Encuesta Provincial de Caracterización del Turista - Ciudad de Mendoza" de la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas del Ministerio de Agroindustria y Tecnología de la Provincia de Mendoza - Ondas 58 a 93.

² Ver también

"Caracterización de turistas de la Provincia de Mendoza alojados en Hoteles de 3 y 4 Estrellas

Período 2009 a 2011" - OPTS Mendoza 2012. Publicado en: www.optsmendoza.blogspot.com

"Caracterización de turistas de la Provincia de Mendoza alojados en Hoteles de 5 Estrellas

Período 2009 a 2011" - OPTS Mendoza 2012. Publicado en www.optsmendoza.blogspot.com

"Anuario Estadístico de Turismo de Mendoza año 2010- Edición Bicentenario" - OPTS Mendoza 2011. Publicado en:

www.optsmendoza.blogspot.com

"Anuario Estadístico de Turismo de Mendoza año 2011" - OPTS Mendoza 2011. Publicado en:

www.optsmendoza.blogspot.com



Mundo retornarán a Mendoza. No se observan variaciones significativas para los clientes de los Hoteles de 1 y 2 Estrellas.

- *Frecuencia de la visita a la Provincia.* El 45,21% de los turistas que visitó Mendoza ya conocía la Provincia. De los cuales un 53,4% arriba menos de una vez al año al destino, un 16,8% una vez por año y un 29,9% dos o más veces al año. De los turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas: el 41,84% ya conocía la Provincia; de ellos, un 63,5% arriba menos de una vez al año al destino, un 14,7% una vez por año y un 21,7% dos o más veces al año.
- *Medio Consultado.* El instrumento más utilizado para obtener información acerca del viaje fue "Internet" con un 52,13%; seguido por las "Recomendaciones de amigos y/o familiares" con un 20,16% y en tercer lugar las "Agencias de Viaje" con 11,94%. Analizando los clientes de los Hoteles de 1 y 2 Estrellas, se observa que "Internet" con un 49,52% fue el medio más utilizado, seguido por las "Agencias de Viaje" y las "Recomendaciones de amigos y/o familiares" con un 19,54% y 18,10% respectivamente.
- *Manera de organizar el viaje.* El 83,46% de quienes visitaron la Provincia organizaron ellos mismos el viaje (Ud mismo); el 12,48% lo hizo a través de "Agencias de viaje" y un 3,26% lo organizó con una "Institución u obra social". En el caso de los turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas, el 27,79% de los argentinos delegó la organización a las "Agencias de viajes", mientras que el 91,53% de los turistas del Resto del Mundo y el 88,38% de los chilenos organizaron personalmente su viaje
- *Transporte utilizado para arribar al destino.* "Ómnibus o servicio similar" con un 47,63% fue el medio de transporte más elegido, seguido por el "Automóvil particular" con el 34,7% y en tercer lugar el "Avión" con el 17,29%. De los Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas se observa que el medio más utilizado es el "Ómnibus o servicio similar" con un 58%, en el caso de los turistas del Resto del Mundo el valor asciende al 64,82%; el "Avión" es el medio que menos utilizan los argentinos y los chilenos.
- *Estadía en el destino.* La permanencia en el destino fue de 6,16 días; los del Resto del Mundo permanecieron 8,6 días; los argentinos 5,9 y los chilenos 5,33. Los clientes de los Hoteles de 1 y 2 Estrellas permanecieron en promedio 4,95 días en la Provincia. Por origen se observa que los argentinos estuvieron 5,25 jornadas; los del Resto del Mundo 4,69 y los chilenos 4,29.



- *Calidad de los servicios.* La valoración que hacen los turistas de la **calidad** de los servicios de alojamiento, alimentación, compras y entretenimiento, que reciben en la Provincia es positiva en valores superiores al 95%. Menos de un 5% calificó los servicios de regular o malo. La valoración que hacen los turistas, alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas, de la calidad de los servicios de alimentación, compras y entretenimiento que reciben en la Provincia es positiva en valores superiores al 96%; en el caso del alojamiento la valoración es del 91,61%. Menos de un 9% calificó los servicios de regular o malo.
- *Precios de los servicios.* En relación a los **precios** de los servicios de alojamiento, alimentación, compras y entretenimiento entorno al 90% respondió que eran normales o bajos; como hecho destacado un 15% consideró que las compras (de bienes) tenían precios altos. Por su parte, para cerca del 90% de los clientes de los Hoteles de 1 y 2 Estrellas los precios de los servicios de alimentación, compras y entretenimiento les parecieron normales o bajos; es para destacar que solo un 7,5% consideró que el precio del alojamiento era alto.

Autoridades OPTS Mendoza

Lic. Econ. María Cecilia Gatta


Directora del Observatorio para el Turismo Sostenible de la Provincia de Mendoza

Realización

Lic. Econ. Germán Eduardo Herrera

Observatorio para el Turismo Sostenible de la Provincia de Mendoza

Mendoza, agosto de 2.012



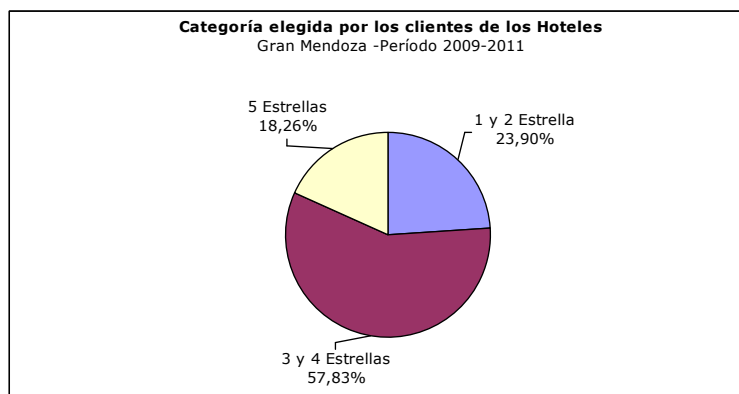
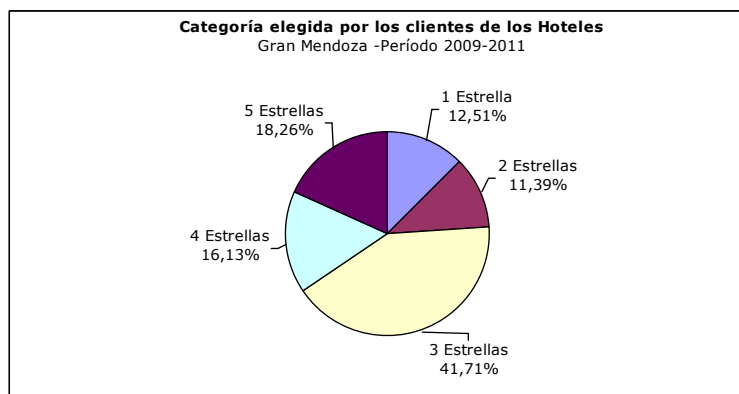
Capítulo I
Participación de la categoría,
origen de los turistas e
integrantes del viaje



PARTICIPACIÓN DE LA CATEGORÍA

Elección de los turistas³

Un 12,51%, de los turistas que se alojan en Hoteles, prefieren los de 1 Estrella y un 11,39% los de 2. Si sumamos la categoría de 1 y 2 estrellas vemos que el 23,9% de los clientes lo eligió para alojarse; 57,83% seleccionó los de 3 y 4 estrellas y un 18,26% los de 5 estrellas.



DEMOGRAFÍA DEL TURISTA

Origen

Los turistas argentinos son los principales clientes de los Hoteles de 1 y 2 Estrellas con un 64,36%; seguidos por los chilenos con un 30,13% y los del resto del mundo con un 5,51%.

³ En los siguientes cuadros se muestra la cantidad total de Habitaciones disponibles en hoteles, en el Gran Mendoza, y su ocupación anual.

Oferta de Habitaciones en Hoteles, en el Gran Mendoza, por categoría – Período 2009/2011

Habitaciones ofrecidas en Hoteles del Gran Mendoza por categoría – Año 2011				
1	2	3	4	5
562	559	1419	519	724

Ocupación de Habitaciones en el Gran Mendoza – Período 2009/2011

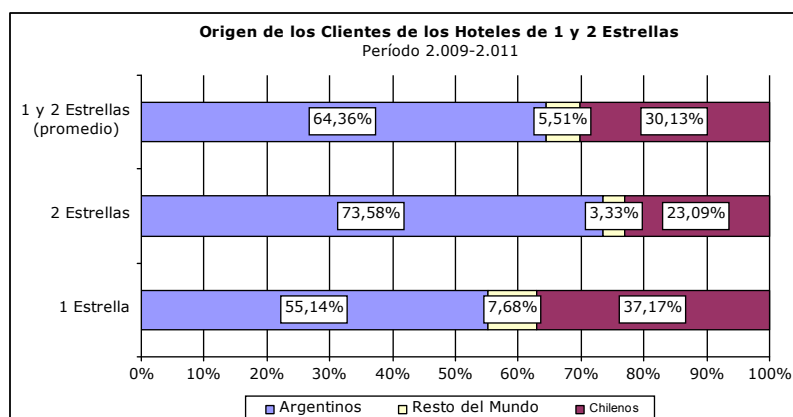
Ocupación anual por habitaciones en Hoteles del Gran Mendoza por categoría – Año 2011					
Año	1	2	3	4	5
2009	35,43%	33,55%	49,93%	51,48%	41,68%
2010	41,44%	39,10%	56,34%	61,69%	48,47%
2011	47,67%	41,06%	57,47%	60,09%	50,59%



Origen de los Turistas (Promedio 2009 - 2011)				
Residencia	Total	1 Estrella	2 Estrellas	1 y 2 Estrellas (promedio)
Argentina	72,71%	55,14%	73,58%	64,36%
Chile	14,30%	37,17%	23,09%	30,13%
Resto del Mundo	12,99%	7,68%	3,33%	5,51%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Principales conclusiones que surgen cuando se comparan los resultados del total de los turistas de la Provincia con los que eligieron alojarse en Hoteles de 1 y 2 Estrellas.

- Los turistas del resto del Mundo solo son un 3,33% de los clientes en los Hoteles de 2 Estrellas y un 7,68% en los de 1.
- Los clientes argentinos son importantes en los Hoteles de 1 pero no tanto como lo son para el total de la Provincia.
- Los visitantes chilenos son más importantes para los Hoteles de 1 Estrellas que para los de 2, y en ambos casos su participación es mayor que la del total Provincial.



CON QUIÉN VIAJA

Total de los turistas: un 67,51% de los turistas viaja a la Provincia con su familia, un 16,26% con amigos y un 11,37% solo. En el caso de los chilenos un 75,26% visita la Provincia con su familia, los del Resto del Mundo un 22,87% viaja solo y un 12,85% de los argentinos hace turismo con sus amigos.

¿Con quién viaja? Período 2.009/2.011						
Residencia	Solo	Familia	Amigos	Grupo de Estudiantes	Grupo de trabajo	Otros
Argentina	10,56%	70,66%	12,85%	0,63%	1,29%	4,01%
Chile	5,96%	75,26%	14,81%	0,64%	1,14%	2,19%
Resto del Mundo	22,87%	42,98%	32,20%	0,76%	0,51%	0,68%
Todos los orígenes	11,37%	67,51%	16,26%	0,65%	1,13%	3,08%



Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas: el 76,65% viaja con su familia, el 11,04% con amigos y el 4,86% solo. El 79,19% de los chilenos viaja en familia, el 27,84% de los del Resto del Mundo viaja con amigos y el 4,55% de los argentinos viaja solo.

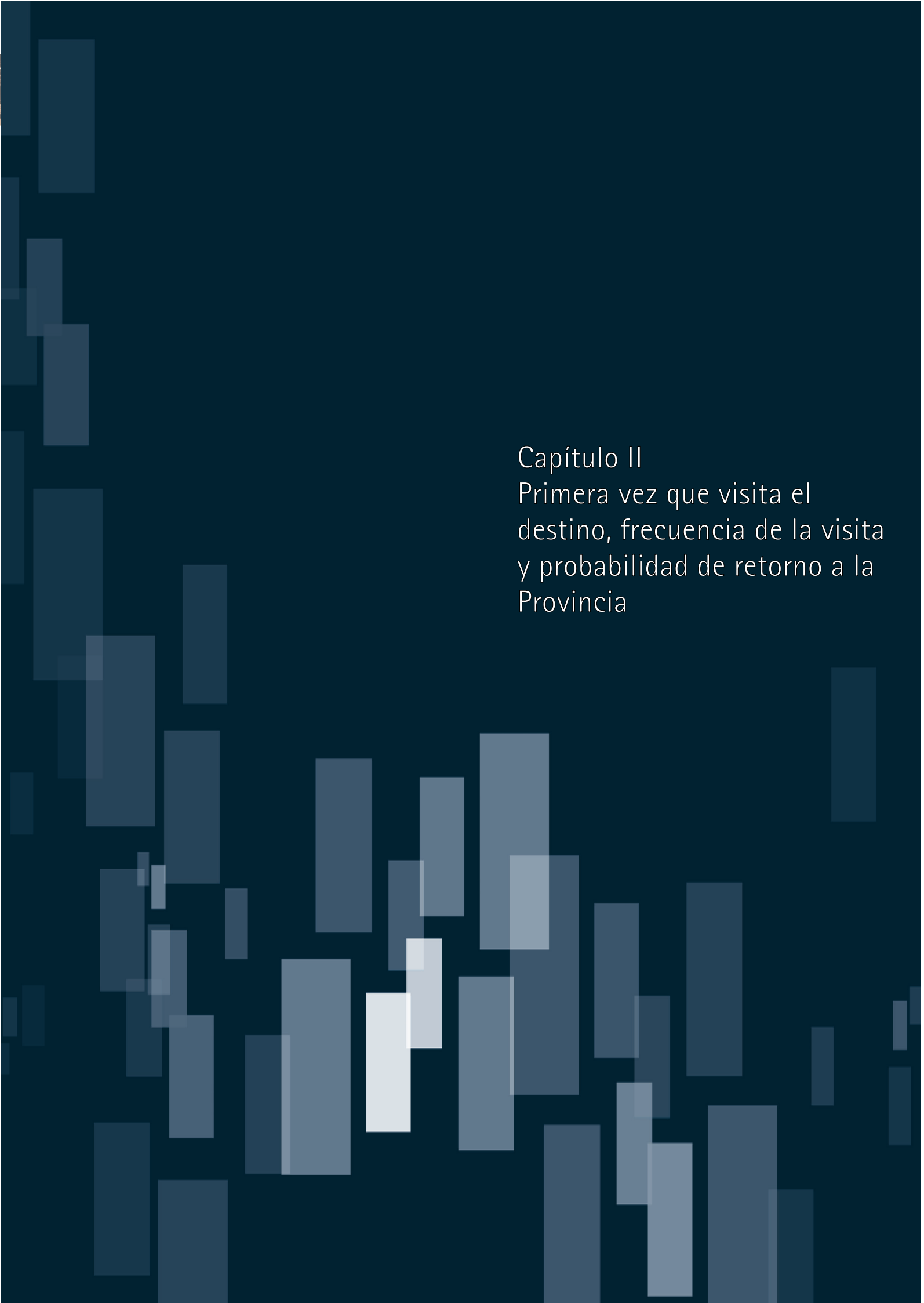
¿Con quién viaja? Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas						
Residencia	Solo	Familia	Amigos	Grupo de Estudiantes	Grupo de trabajo	Otros
Argentina	4,55%	77,44%	9,60%	1,20%	1,00%	6,21%
Chile	2,60%	79,19%	11,46%	0,16%	1,88%	4,71%
Resto del Mundo	18,27%	52,78%	27,84%	1,11%	0,00%	0,00%
Todos los orígenes	4,86%	76,65%	11,04%	0,82%	1,21%	5,43%

Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella: más del 77% de los argentinos y chilenos viaja con su familia, el 26,79% de los del Resto del Mundo es acompañado por sus amigos.

¿Con quién viaja? Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella						
Residencia	Solo	Familia	Amigos	Grupo de Estudiantes	Grupo de trabajo	Otros
Argentina	4,48%	77,61%	10,45%	1,49%	1,00%	4,98%
Chile	2,95%	80,81%	11,07%	0,00%	1,85%	3,32%
Resto del Mundo	23,21%	50,00%	26,79%	0,00%	0,00%	0,00%
Todos los orígenes	5,35%	76,68%	11,93%	0,82%	1,23%	3,98%

Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas: el 76% viaja con su familia; el 28,89% de los del Resto del Mundo es acompañado por sus amigos; el 2,24% de los chilenos viaja solo y el 77,26% de los argentinos lo hace con su familia.

¿Con quién viaja? Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas						
Residencia	Solo	Familia	Amigos	Grupo de Estudiantes	Grupo de trabajo	Otros
Argentina	4,63%	77,26%	8,75%	0,91%	1,01%	7,44%
Chile	2,24%	77,56%	11,86%	0,32%	1,92%	6,09%
Resto del Mundo	13,33%	55,56%	28,89%	2,22%	0,00%	0,00%
Todos los orígenes	4,37%	76,61%	10,14%	0,81%	1,18%	6,88%

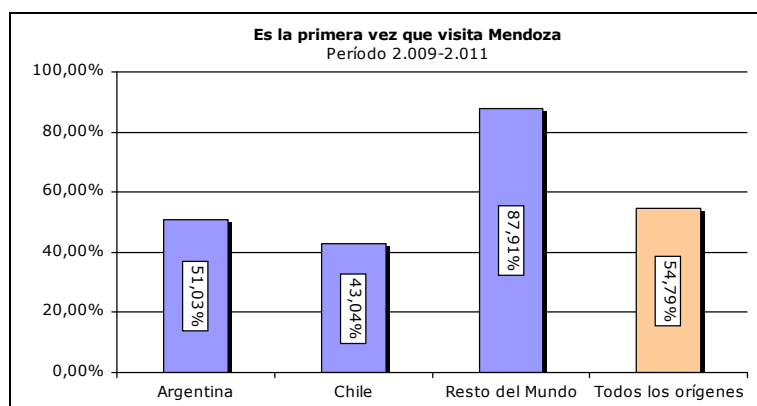


Capítulo II
Primera vez que visita el
destino, frecuencia de la visita
y probabilidad de retorno a la
Provincia

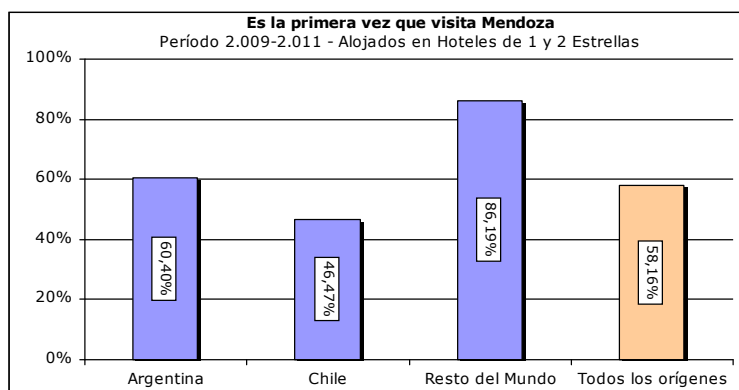


ES LA PRIMERA VEZ QUE VISITA MENDOZA

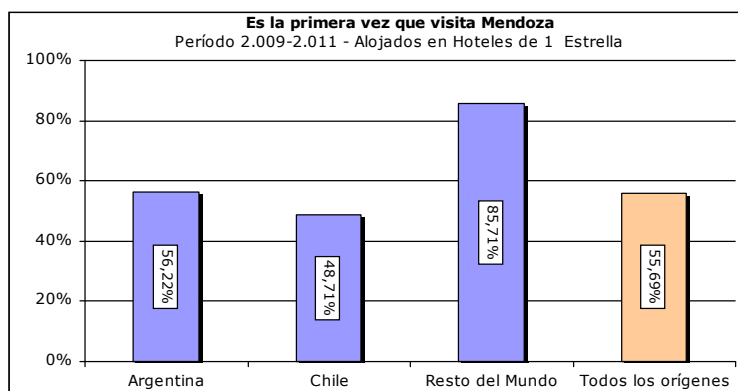
Total de los turistas: en el trienio analizado (2009-2011) el 54,79% de los turistas que visitaron la Provincia lo hacía por primera vez. El valor se incrementa a un 87,91% en los turistas del Resto del Mundo y disminuye al 43,04% en los residentes chilenos.



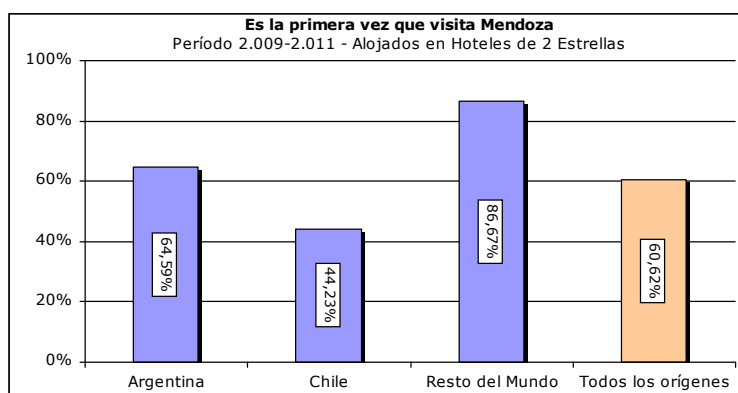
Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas: un 58,16% de los clientes de los Hoteles de 1 y 2 Estrellas visitaban por primera vez la Provincia. En el grupo de los chilenos el 46,47% era primerizo, el 60,4% en el caso de los argentinos y un 86,19% en el caso de los visitantes del Resto del Mundo.



Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella: el 55,69% de los clientes de los Hoteles de 1 Estrella lo hacía por primera vez. En el caso de los turistas argentinos un 56,22% hacía su primer arribo a Mendoza y en el caso de los chilenos un 48,71%.



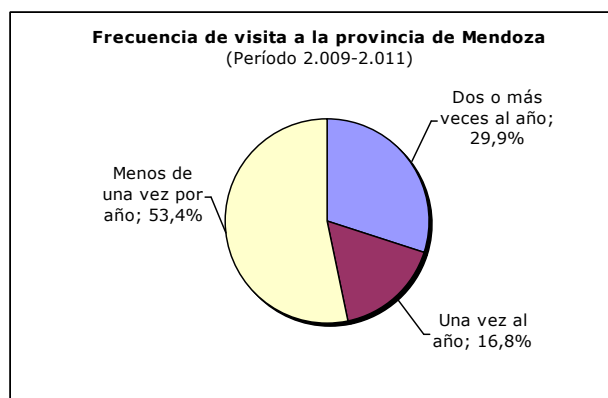
Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas: el 60,62% de los clientes que se alojaron en Hoteles de 2 Estrellas lo hacía por primera vez. En el caso de los turistas argentinos un 64,59% hacía su primer arribo a Mendoza y en el caso de los chilenos un 44,23%.



FRECUENCIA DE VISITA

Una variable muy importante a tener en cuenta en el diseño de una estrategia de comercialización de servicios es la tasa de repitencia del turista en el destino.

Total de los turistas: el 45,21% de los turistas que visitó Mendoza ya conocía la Provincia. De los cuales un 53,4% arriba menos de una vez al año al destino, un 16,8% una vez por año y un 29,9% dos o más veces al año.

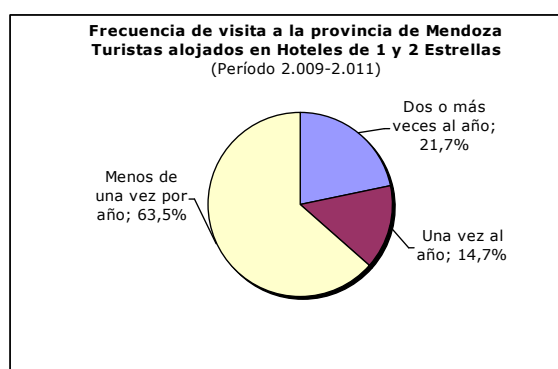




En el siguiente cuadro se muestra la frecuencia de visita y su asiduidad, discriminando por origen

P13-Frecuencia de visita Período 2.009/2.011						
Residencia	Menos de una vez al año	Una vez al año	Dos veces al año	Entre 3 y 6 veces al año	Entre 7 y 11 veces al año	Más de 12 veces al año
Argentina	53%	15%	13%	14%	2%	2%
Chile	51%	20%	13%	14%	2%	1%
Resto del Mundo	69%	20%	4%	5%	1%	1%
Todos los orígenes	53%	17%	13%	13%	2%	2%

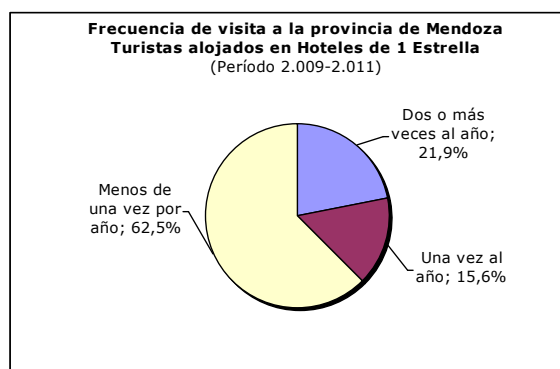
Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas: el 41,84% de los turistas que se alojó en Hoteles de 1 y 2 estrellas ya conocía la Provincia. De ellos, un 63,5% arriba menos de una vez al año al destino, un 14,7% una vez por año y un 21,7% dos o más veces al año.



En el siguiente cuadro se muestra la frecuencia de visita y su asiduidad, discriminando por origen

P13-Frecuencia de visita Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas						
Residencia	Menos de una vez al año	Una vez al año	Dos veces al año	Entre 3 y 6 veces al año	Entre 7 y 11 veces al año	Más de 12 veces al año
Argentina	69,60%	11,86%	9,99%	6,84%	1,28%	0,43%
Chile	50,52%	19,65%	14,30%	13,73%	1,15%	0,66%
Resto del Mundo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Todos los orígenes	63,54%	14,73%	11,27%	8,83%	1,13%	0,50%

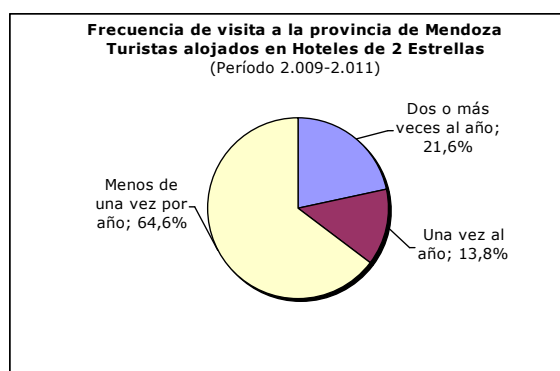
Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella: el 44,31% de los clientes de los Hoteles de 1 Estrella conocía la Provincia. De los cuales un 62,5% arriba menos de una vez al año al destino, un 15,6% una vez por año y un 21,9% dos o más veces al año.



En el siguiente cuadro se muestra la frecuencia de visita y su asiduidad, discriminando por origen

P13-Frecuencia de visita Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella						
Residencia	Menos de una vez al año	Una vez al año	Dos veces al año	Entre 3 y 6 veces al año	Entre 7 y 11 veces al año	Más de 12 veces al año
Argentina	64,77%	11,36%	11,36%	10,23%	1,70%	0,57%
Chile	57,35%	22,06%	12,50%	7,35%	0,00%	0,74%
Resto del Mundo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Todos los orígenes	62,50%	15,63%	11,56%	8,75%	0,94%	0,63%

Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas: el 39,38% de los turistas que se alojó en Hoteles de 2 Estrellas había previamente estado en la Provincia. De ellos, un 64,6% viaja menos de una vez al año a Mendoza, un 21,6% una vez por año y un 13,8% dos o más veces al año.



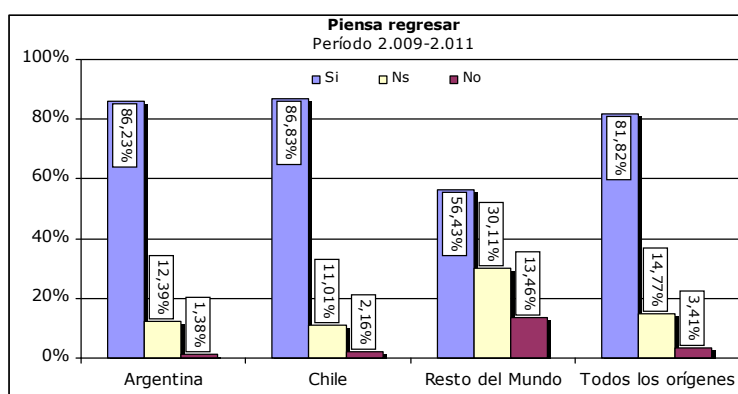
En el siguiente cuadro se muestra la frecuencia de visita y su asiduidad, discriminando por origen

P13-Frecuencia de visita Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas						
Residencia	Menos de una vez al año	Una vez al año	Dos veces al año	Entre 3 y 6 veces al año	Entre 7 y 11 veces al año	Más de 12 veces al año
Argentina	74,43%	12,36%	8,62%	3,45%	0,86%	0,29%
Chile	43,68%	17,24%	16,09%	20,11%	2,30%	0,57%
Resto del Mundo	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Todos los orígenes	64,58%	13,83%	10,98%	8,90%	1,33%	0,38%

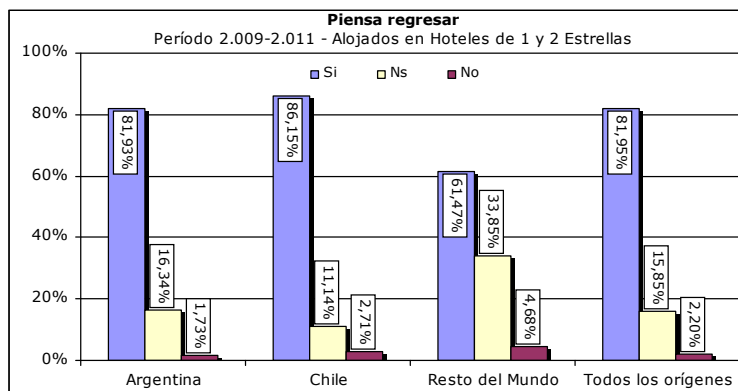


PIENSA REGRESAR

Total de los turistas: un 81,82% de los turistas que visitan la Provincia piensa regresar al destino⁴, un 14,77% no sabe y solo un 3,41% asegura que no volverá. Analizando por origen se observa que un 86% de los turistas argentinos y chilenos retornará al destino y un 56,43% de los turistas del Resto del Mundo⁵.



Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas: los clientes de los Hoteles de 1 y 2 Estrellas no muestran en este apartado diferencias significativas con el total de los turistas.




En el siguiente cuadro se presentan los resultados para los clientes de los Hoteles de 1 y 2 Estrellas, discriminando por origen.

Piensa regresar							
1 Estrella				2 Estrellas			
Residencia	Si	No	Ns	Residencia	Si	No	Ns
Argentina	83,58%	1,74%	14,68%	Argentina	80,28%	1,71%	18,01%
Chile	86,72%	2,21%	11,07%	Chile	85,58%	3,21%	11,22%
Resto del Mundo	60,71%	7,14%	32,14%	Resto del Mundo	62,22%	2,22%	35,56%
Todos los orígenes	82,99%	2,33%	14,68%	Todos los orígenes	80,90%	2,07%	17,02%

⁴ Lo que delata que de la Provincia se llevan una experiencia positiva. Esto se ve reforzado por la muy buena opinión que expresan los turistas sobre calidad y precios de los servicios de alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras.

⁵ Es probable que una variable importante en la decisión de regresar sea la distancia, lo que explicaría la diferencia en la respuesta (¿piensa regresar?) entre los turistas del Resto del Mundo con los chilenos y argentinos.



Capítulo III
Medios para informarse sobre
el destino, forma de organizar
el viaje y transporte utilizado
para arribar a la Provincia



EN QUÉ MEDIOS CONSULTÓ LA INFORMACIÓN ACERCA DEL VIAJE⁶

Total de los turistas: el medio más consultado, para obtener información acerca del viaje, fue "Internet" con un 52,13%; seguido por las "Recomendaciones de amigos y/o familiares" con un 20,16% y en tercer lugar las "Agencias de viaje" con 11,94%. Cuando se analiza por origen se concluye que los argentinos consultan menos en "Internet" que los chilenos y los residentes del Resto del Mundo, y más las "Agencias de Viajes" que los restantes visitantes. El 18,55% de los turistas del Resto del Mundo utilizan para informarse "Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas", en el caso de los turistas de otros orígenes este medio es utilizado como máximo por un 5% de los visitantes.

Medios consultados para obtener información acerca del viaje Período 2.009/2.011						
Residencia	Casas de Provincia o delegaciones oficiales	Internet	Agencias de Viaje	Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas	Recomendaciones de familiares o amigos	Otros medios
Argentina	2,18%	47,97%	15,14%	5,12%	21,94%	7,66%
Chile	1,90%	57,83%	7,13%	3,96%	22,69%	6,48%
Resto del Mundo	1,74%	58,76%	7,35%	18,55%	11,55%	2,04%
Todos los orígenes	2,04%	52,13%	11,94%	7,37%	20,16%	6,36%

Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas: "Internet" fue el medio más consultado para obtener información por parte de los clientes de los Hoteles de 1 y 2 Estrellas, seguido por las "Agencias de Viaje" y en tercer lugar las "Recomendaciones de familiares o amigos". Un 18,52% de los turistas del Resto del Mundo consultó las "Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas", un 23,84% de los argentinos usó como fuente de información a las "Agencias de Viaje" y un 21,62% de los chilenos recibió recomendación a través de familiares y amigos.

Medios consultados para obtener información acerca del viaje Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas						
Residencia	Casas de Provincia o delegaciones oficiales	Internet	Agencias de Viaje	Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas	Recomendaciones de familiares o amigos	Otros medios
Argentina	1,82%	45,09%	23,84%	5,50%	17,57%	6,18%
Chile	1,09%	58,35%	9,49%	3,17%	21,62%	6,28%
Resto del Mundo	0,71%	59,95%	11,10%	18,52%	9,73%	0,00%
Todos los orígenes	1,51%	49,52%	19,54%	5,59%	18,10%	5,73%

Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella: se destaca el uso de "Internet" por parte de los chilenos con un 61,62%; en los clientes argentinos las "Agencias de Viaje" con un 18,04% y en los turistas del Resto del Mundo las "Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas" con un 18,57%.

⁶ Los turistas hacen uso de más de un medio para informarse. Por ejemplo un visitante: navega en Internet, ve guías turísticas y consulta a agencias de viaje.



Medios consultados para obtener información acerca del viaje						
Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella						
Residencia	Casas de Provincia o delegaciones oficiales	Internet	Agencias de Viaje	Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas	Recomendaciones de familiares o amigos	Otros medios
Argentina	2,39%	50,00%	18,04%	6,52%	15,87%	7,17%
Chile	1,06%	61,62%	8,80%	3,52%	18,66%	6,34%
Resto del Mundo	1,43%	61,43%	11,43%	18,57%	7,14%	0,00%
Todos los orígenes	1,84%	55,04%	14,25%	6,51%	16,09%	6,27%

Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas: un 24,58% de los chilenos se informó a través de "Recomendaciones de familiares o amigos", un 29,64% de los argentinos consultó "Agencias de Viaje" y un 58,46% de los del Resto del Mundo recabó datos de "Internet"

Medios consultados para obtener información acerca del viaje						
Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas						
Residencia	Casas de Provincia o delegaciones oficiales	Internet	Agencias de Viaje	Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas	Recomendaciones de familiares o amigos	Otros medios
Argentina	1,26%	40,17%	29,64%	4,48%	19,26%	5,19%
Chile	1,13%	55,08%	10,17%	2,82%	24,58%	6,21%
Resto del Mundo	0,00%	58,46%	10,77%	18,46%	12,31%	0,00%
Todos los orígenes	1,18%	44,00%	24,84%	4,67%	20,11%	5,20%

CÓMO ORGANIZÓ SU VIAJE⁷

Total de los turistas: el 83,46% de quienes visitaron la Provincia organizaron ellos mismos el viaje (Ud mismo); el 12,48% lo hizo a través de "Agencias de viaje" y un 3,26% lo organizó con una "Institución u obra social". En el caso de los extranjeros alrededor del 90% armó el viaje por su cuenta, en el caso de los argentinos un 16,4% contrató los servicios de "Agencias de viajes"⁸.

¿Cómo organizó su viaje?					
Período 2.009/2.011					
Residencia	Ud mismo	Por las personas a cargo del evento	Agencia de viajes	Institución u obra social	Otros
Argentina	78,48%	0,98%	16,40%	4,11%	0,02%
Chile	92,23%	0,51%	5,37%	1,89%	0,00%
Resto del Mundo	89,59%	0,44%	8,05%	1,92%	0,00%
Todos los orígenes	83,46%	0,79%	12,48%	3,26%	0,01%

Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas: el 27,79% de los argentinos delegó la organización a las "Agencias de viajes"; el 91,53% de los turistas del Resto del Mundo y el 88,38% de los chilenos organizaron personalmente su viaje.

⁷ Existe una fuerte correlación entre la manera de organizar el viaje y los medios utilizados para informarse.

⁸ Es importante destacar que los argentinos son los principales clientes de los hoteles de 1 y 2 Estrellas tanto por cantidad como por días de permanencia en el destino.



¿Cómo organizó su viaje?					
Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas					
Residencia	Ud mismo	Por las personas a cargo del evento	Agencia de viajes	Institución u obra social	Otros
Argentina	65,00%	0,80%	27,79%	5,88%	0,53%
Chile	88,38%	0,67%	7,21%	3,42%	0,32%
Resto del Mundo	91,53%	0,00%	6,47%	2,00%	0,00%
Todos los orígenes	72,64%	0,68%	21,27%	4,98%	0,44%

Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella: un 82,58% de los clientes de los Hoteles de 1 Estrella organizó particularmente su viaje. El 17,66% de los argentinos utilizó las "Agencias de Viajes" y menos del 9% de los chilenos delegó en terceros el armado de su viaje.

¿Cómo organizó su viaje?					
Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella					
Residencia	Ud mismo	Por las personas a cargo del evento	Agencia de viajes	Institución u obra social	Otros
Argentina	75,87%	1,00%	17,66%	5,22%	0,25%
Chile	91,51%	0,37%	4,80%	3,32%	0,00%
Resto del Mundo	87,50%	0,00%	10,71%	1,79%	0,00%
Todos los orígenes	82,58%	0,69%	12,35%	4,25%	0,14%

Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas: el 37,93% de los argentinos utilizó las "Agencias de Viajes" y más del 95% de los del Resto del Mundo organizó de manera particular su viaje. Además la "Institución u obra social" fue la responsable de armar el viaje del 5,7% de los visitantes.

¿Cómo organizó su viaje?					
Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas					
Residencia	Ud mismo	Por las personas a cargo del evento	Agencia de viajes	Institución u obra social	Otros
Argentina	54,12%	0,60%	37,93%	6,54%	0,80%
Chile	85,26%	0,96%	9,62%	3,53%	0,64%
Resto del Mundo	95,56%	0,00%	2,22%	2,22%	0,00%
Todos los orígenes	62,69%	0,67%	30,20%	5,70%	0,74%

QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZÓ PARA LLEGAR A LA PROVINCIA DE MENDOZA

Total de los turistas: el "Ómnibus o servicio similar" con un 47,63% fue el medio de transporte más elegido, seguido por el "Automóvil particular" con el 34,7% y en tercer lugar el "Avión" con el 17,29%. Un 32,67% de los turistas del Resto del Mundo utilizó el "Avión", un 42,5% de los chilenos el "Ómnibus o servicio similar" y un 40,93% de los argentinos utilizó el "Automóvil particular"

Transporte utilizado para el arribo				
Período 2.009/2.011				
Residencia	Automóvil particular	Ómnibus o servicio similar	Avión	Otros
Argentina	40,93%	45,82%	12,94%	0,32%
Chile	38,47%	42,50%	18,70%	0,33%
Resto del Mundo	3,86%	62,79%	32,67%	0,68%
Todos los orígenes	34,70%	47,63%	17,29%	0,38%

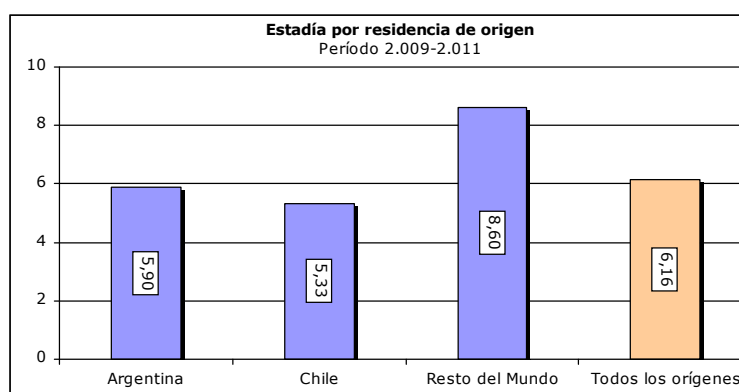


Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas: el medio más utilizado es el "Ómnibus o servicio similar" con un 58%, en el caso de los turistas del Resto del Mundo el valor asciende al 64,82%. El "Avión" es el medio que menos utilizan los argentinos y los chilenos y el "Automóvil particular" en el caso de los turistas del Resto del Mundo.

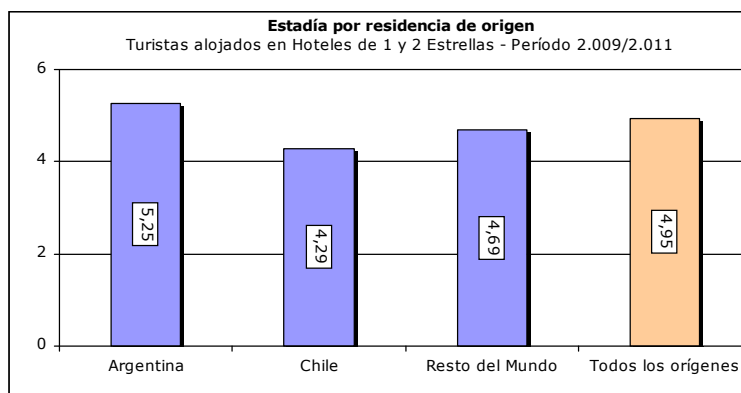
Transporte utilizado para el arribo Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas				
Residencia	Automóvil particular	Ómnibus o servicio similar	Avión	Otros
Argentina	33,87%	56,47%	9,61%	0,05%
Chile	29,81%	56,40%	13,78%	0,00%
Resto del Mundo	8,02%	64,82%	26,27%	0,89%
Todos los orígenes	30,62%	57,99%	11,28%	0,11%
Transporte utilizado para el arribo Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella				
Residencia	Automóvil particular	Ómnibus o servicio similar	Avión	Otros
Argentina	38,06%	49,25%	12,69%	0,00%
Chile	26,94%	60,89%	12,18%	0,00%
Resto del Mundo	7,14%	69,64%	21,43%	1,79%
Todos los orígenes	31,55%	55,14%	13,17%	0,14%
Transporte utilizado para el arribo Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas				
Residencia	Automóvil particular	Ómnibus o servicio similar	Avión	Otros
Argentina	29,68%	63,68%	6,54%	0,10%
Chile	32,69%	51,92%	15,38%	0,00%
Resto del Mundo	8,89%	60,00%	31,11%	0,00%
Todos los orígenes	29,68%	60,84%	9,40%	0,07%

ESTADÍA

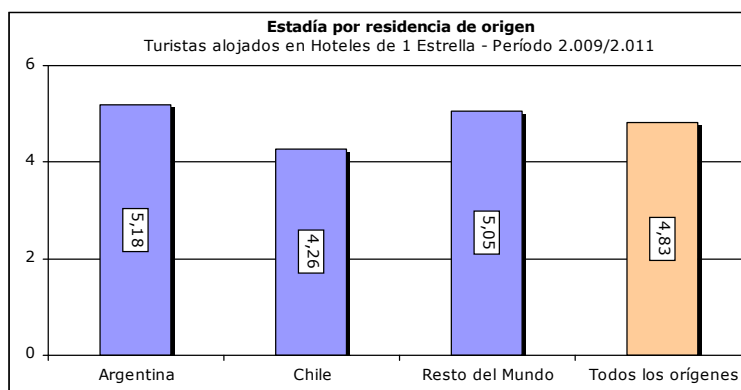
Total de los turistas: La permanencia en el destino fue de 6,16 días. Los del Resto del Mundo permanecieron 8,6 días; los argentinos 5,9 y los chilenos 5,33.



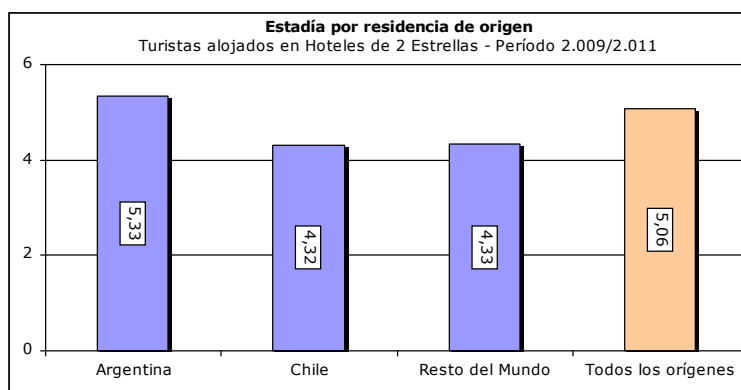
Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas: los clientes de los Hoteles de 1 y 2 Estrellas permanecieron en promedio 4,95 días en la Provincia. Por origen se observa que los argentinos¹⁰ estuvieron 5,25; los del Resto del Mundo 4,69 y los chilenos 4,29.




Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella: los clientes que más permanecen alojados en el destino son los argentinos con 5,18 días, seguidos por los turistas del Resto del Mundo y los chilenos con 5,05 y 4,26 jornadas respectivamente.



Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas: los chilenos y los del Resto del Mundo tienen una permanencia similar en el destino con 4,3 días y los argentinos son los que tienen una estancia más prolongada en la Provincia con 5,33 jornadas.



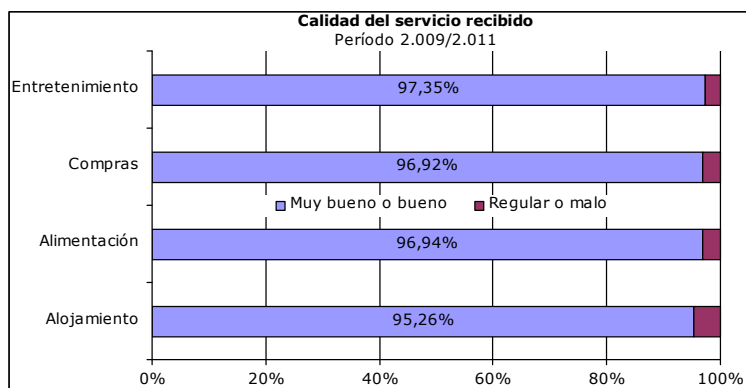


Capítulo IV
Calidad y precios de los
servicios

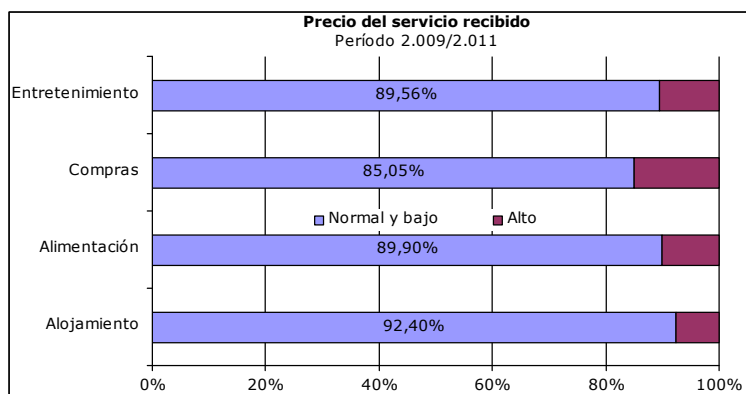


CALIDAD Y PRECIOS DE LOS SERVICIOS

Total de los turistas: la valoración que hacen los turistas de la **calidad** de los servicios de alojamiento, alimentación, compras y entretenimiento, que reciben en la Provincia es positiva en valores superiores al 95%. Menos de un 5% calificó los servicios de regular o malo.



En relación a los **precios** de los servicios de alojamiento, alimentación, compras y entretenimiento, entorno al 90% respondió que eran normales o bajos.



En el siguiente cuadro se muestran las valoraciones de calidad y precio de los servicios de: alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras, por origen de los turistas.

¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Todos los orígenes - Período 2.009/2.011							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	26,62%	68,64%	3,79%	0,95%	7,60%	84,69%	7,71%
Alimentación	22,85%	74,10%	2,28%	0,78%	10,10%	82,71%	7,19%
Compras	21,17%	75,75%	2,72%	0,36%	14,95%	75,50%	9,55%
Entrenimiento	24,73%	72,62%	2,16%	0,48%	10,44%	80,26%	9,30%

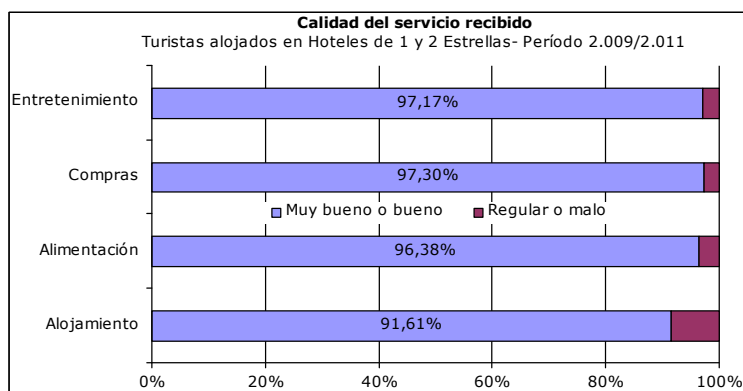


¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes argentinos - Período 2.009/2.011							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	28,06%	67,74%	3,21%	0,99%	7,39%	87,91%	4,71%
Alimentación	20,80%	76,22%	2,17%	0,81%	10,34%	86,01%	3,65%
Compras	17,99%	79,24%	2,52%	0,26%	14,18%	80,25%	5,57%
Entretenimiento	22,90%	74,39%	2,25%	0,46%	11,07%	84,72%	4,21%

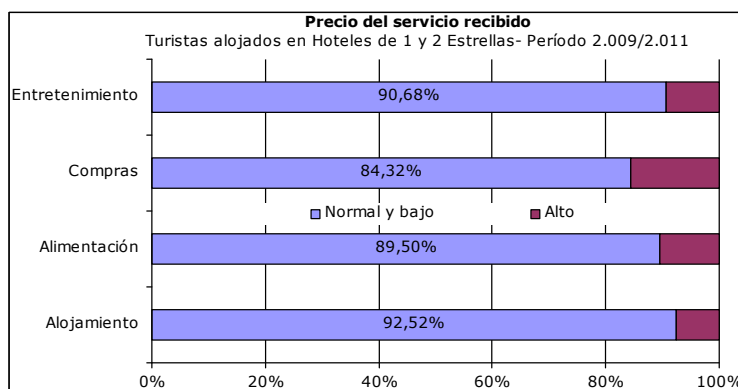
¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes chilenos - Período 2.009/2.011							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	22,56%	71,17%	5,28%	1,00%	8,34%	81,93%	9,73%
Alimentación	26,09%	70,73%	2,44%	0,74%	9,72%	78,83%	11,44%
Compras	26,10%	70,64%	2,72%	0,54%	17,08%	68,50%	14,42%
Entretenimiento	25,36%	71,81%	2,26%	0,57%	10,66%	74,10%	15,23%

¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? - Residentes del Resto del Mundo - Período 2.009/2.011							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	27,46%	68,11%	3,68%	0,76%	7,21%	78,42%	14,37%
Alimentación	25,99%	70,82%	2,45%	0,73%	9,77%	76,01%	14,23%
Compras	26,00%	69,88%	3,68%	0,43%	14,24%	67,61%	18,15%
Entretenimiento	30,64%	67,20%	1,71%	0,46%	7,81%	71,88%	20,31%

Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas: la valoración que hacen los turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas de la calidad de los servicios de alimentación, compras y entretenimiento que reciben en la Provincia es positiva en valores superiores al 96%; en el caso del alojamiento la valoración es del 91,61%. Menos de un 9% calificó los servicios de regular o malo.



En relación a los **precios** de los servicios de alimentación, compras y entretenimiento, entorno al 90% respondió que eran normales o bajos. Solo un 7,5% consideró que el precio del alojamiento era alto.



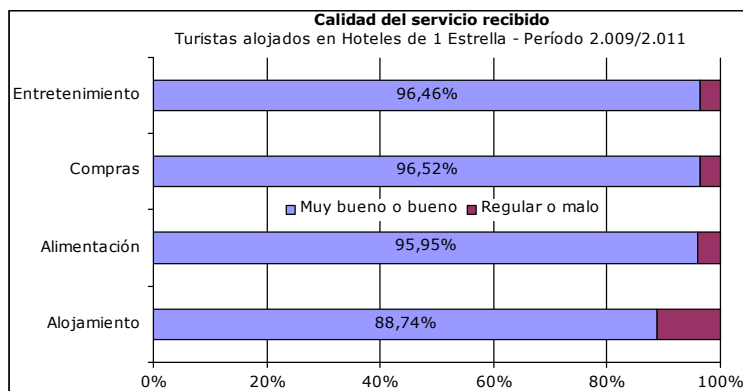
En el siguiente cuadro se muestran las valoraciones de calidad y precio de los servicios de: alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras, por origen de los turistas.

Analizando la valoración y precios del alojamiento según la residencia de los turistas se observa lo siguiente: un 23,63% de los argentinos lo considera muy bueno y un 5,56% expresó que el precio era alto; un 10,36% de los chilenos evaluó como bajo el precio y más de un 90% respondió que la calidad era como mínima buena; el 88,8% de los turistas del Resto del Mundo lo calificó como mínimo bueno al servicio y además a un 13,29% le pareció bajo el precio.

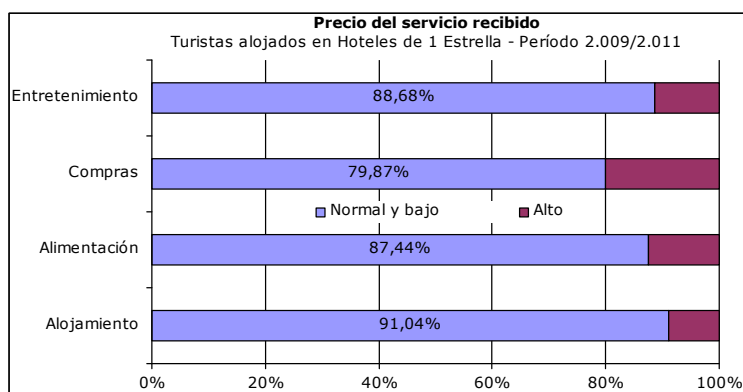
¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Todos los orígenes - Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	21,25%	70,35%	6,84%	1,55%	7,48%	85,23%	7,28%
Alimentación	23,96%	72,42%	2,58%	1,05%	10,50%	82,13%	7,37%
Compras	20,80%	76,50%	2,63%	0,07%	15,68%	75,20%	9,13%
Entretenimiento	22,81%	74,36%	2,32%	0,51%	9,32%	83,56%	7,12%
¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes argentinos- Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	23,63%	68,68%	6,12%	1,57%	5,56%	89,35%	5,09%
Alimentación	21,94%	75,02%	2,08%	0,95%	10,05%	85,34%	4,61%
Compras	19,06%	78,31%	2,63%	0,00%	14,50%	79,55%	5,95%
Entretenimiento	22,06%	75,86%	1,30%	0,78%	8,68%	86,61%	4,71%
¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes chilenos - Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	16,18%	73,96%	7,76%	2,10%	11,97%	77,67%	10,36%
Alimentación	26,87%	69,42%	2,62%	1,09%	11,65%	76,91%	11,43%
Compras	23,09%	74,52%	2,09%	0,30%	19,44%	67,46%	13,10%
Entretenimiento	22,04%	74,81%	3,16%	0,00%	12,84%	75,47%	11,69%
¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes del Resto del Mundo - Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 1 y 2 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	20,52%	68,28%	11,20%	0,00%	5,36%	81,34%	13,29%
Alimentación	33,24%	59,38%	6,27%	1,11%	8,91%	72,80%	18,29%
Compras	36,93%	57,67%	5,40%	0,00%	5,40%	71,59%	23,01%
Entretenimiento	38,24%	52,94%	8,82%	0,00%	3,33%	72,62%	24,05%



Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella: la evaluación que hacen los turistas, alojados en Hoteles de 1 Estrella de la calidad de los servicios de alimentación, compras y entretenimiento, que reciben en la Provincia, es positiva en valores superiores al 95%; en el caso del alojamiento la valoración es del 88,74%.



Un 9% consideró que la tarifa del alojamiento era alta. En relación a los **precios** de los servicios de alimentación y entretenimiento entorno al 88% respondió que eran normales o bajos. Aproximadamente un 20% consideró como altos los importes de las compras (de bienes).



En el siguiente cuadro se muestran las valoraciones de calidad y precio de los servicios de: alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras, por origen de los turistas.

¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Todos los orígenes - Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	19,48%	69,25%	9,44%	1,83%	8,96%	82,09%	8,96%
Alimentación	24,79%	71,16%	2,87%	1,18%	12,56%	80,38%	7,06%
Compras	21,52%	75,00%	3,48%	0,00%	20,13%	70,93%	8,95%
Entretenimiento	25,66%	70,80%	3,10%	0,44%	11,32%	81,76%	6,92%

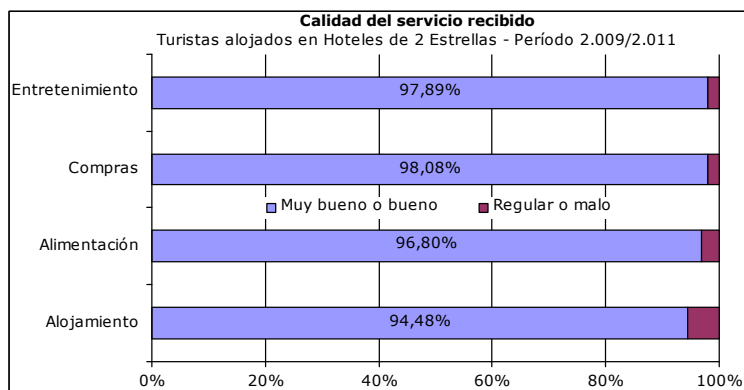


¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes argentinos- Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	22,22%	66,67%	8,89%	2,22%	7,17%	86,60%	6,23%
Alimentación	22,63%	74,62%	1,83%	0,92%	11,91%	84,33%	3,76%
Compras	20,65%	76,13%	3,23%	0,00%	18,83%	75,97%	5,19%
Entretenimiento	25,20%	72,44%	1,57%	0,79%	10,64%	84,04%	5,32%

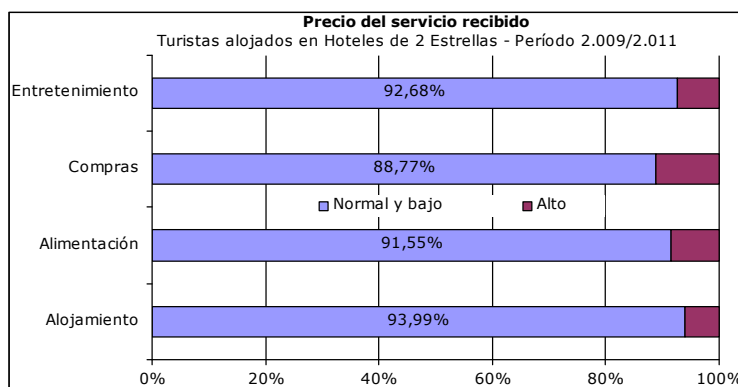
¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes chilenos - Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	15,45%	74,39%	8,54%	1,63%	11,59%	77,25%	11,16%
Alimentación	24,89%	70,14%	3,62%	1,36%	13,76%	77,06%	9,17%
Compras	20,14%	76,26%	3,60%	0,00%	24,09%	65,69%	10,22%
Entretenimiento	21,95%	74,39%	3,66%	0,00%	15,69%	78,43%	5,88%

¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? – Residentes del Resto del Mundo - Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 1 Estrella							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	19,61%	62,75%	17,65%	0,00%	8,16%	75,51%	16,33%
Alimentación	40,00%	51,11%	6,67%	2,22%	11,36%	68,18%	20,45%
Compras	36,36%	59,09%	4,55%	0,00%	4,55%	68,18%	27,27%
Entretenimiento	47,06%	41,18%	11,76%	0,00%	0,00%	78,57%	21,43%

Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas: la valoración que hacen los turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas de la calidad de los servicios de alimentación, compras y entretenimiento es como mínimo buena en valores superiores al 96%; en el caso del alojamiento la valoración es cercana al 95%.



Entorno al 90% respondió que eran normales o bajos los **precios** de los servicios de alimentación, compras y entretenimiento. Solo un 6% consideró que la tarifa del alojamiento era alta.



En el siguiente cuadro se muestran las valoraciones de calidad y precio de los servicios de: alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras, por origen de los turistas.

¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Todos los orígenes - Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	23,02%	71,45%	4,25%	1,27%	6,01%	88,38%	5,61%
Alimentación	23,13%	73,67%	2,29%	0,91%	8,45%	83,88%	7,68%
Compras	20,09%	77,99%	1,77%	0,15%	11,23%	79,47%	9,31%
Entretenimiento	19,96%	77,93%	1,54%	0,58%	7,32%	85,35%	7,32%
¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes argentinos- Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	25,03%	70,68%	3,36%	0,93%	3,95%	92,09%	3,95%
Alimentación	21,25%	75,43%	2,33%	0,98%	8,18%	86,36%	5,45%
Compras	17,48%	80,49%	2,03%	0,00%	10,16%	83,13%	6,71%
Entretenimiento	18,93%	79,28%	1,02%	0,77%	6,73%	89,18%	4,09%
¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes chilenos - Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	16,91%	73,53%	6,99%	2,57%	12,35%	78,09%	9,56%
Alimentación	28,86%	68,70%	1,63%	0,81%	9,54%	76,76%	13,69%
Compras	26,04%	72,78%	0,59%	0,59%	14,79%	69,23%	15,98%
Entretenimiento	22,12%	75,22%	2,65%	0,00%	10,00%	72,50%	17,50%
¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes del Resto del Mundo - Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 2 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	21,43%	73,81%	4,76%	0,00%	2,56%	87,18%	10,26%
Alimentación	26,47%	67,65%	5,88%	0,00%	6,45%	77,42%	16,13%
Compras	37,50%	56,25%	6,25%	0,00%	6,25%	75,00%	18,75%
Entretenimiento	29,41%	64,71%	5,88%	0,00%	6,67%	66,67%	26,67%

Metodología



CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA

Fuente

Datos e informes provistos por la Encuesta Provincial de Caracterización del Turista-Ciudad de Mendoza-DEIE – Ondas 58 a 93

Procesamiento

Dirección de Planificación, Innovación y Prospectiva Turística de la Ministerio de Turismo y el Observatorio para el Turismo Sostenible de la Provincia de Mendoza.

Filtrado de datos desde las bases de la Encuesta Provincial de Caracterización del Turista-Ciudad de Mendoza-DEIE – Ondas 58 a 93.