

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

Período 2.009 a 2.011

Año 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 3 y 4 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 57,83% de los clientes de los Hoteles en el Gran Mendoza, eligió la categoría de 3 y 4 estrellas para alojarse. Los Hoteles de 3 Estrellas fueron los más elegidos con un 41,71%.
- *Origen de los turistas.* El principal cliente de los Hoteles de 3 y 4 Estrellas es el turista argentino con 61,26%, en segundo término los chilenos con un 24,72% y en tercer lugar los del Resto del Mundo con el 14,02%. 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 3 y 4 Estrellas captan más turistas chilenos y extranjeros y menos argentinos. Los Hoteles de 4 Estrellas se destacan además por tener más de un 19% de clientes 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 3 y 4 Estrellas el comportamiento es similar al del total de los turistas, un 75,51% viene en familia; el 9,87% con amigos y el 6,94% 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 3 y 4 Estrellas el valor asciende al 57%.
- *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 1 y 2 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. Los clientes de los Hoteles de 3 y 4 Estrellas no muestran en este apartado grandes diferencias con el total de los turistas, salvo en el caso de los clientes del Resto del Mundo que un 66,91% manifestó que regresará, lo que representa más de 10 puntos porcentuales que el total de los turistas del mismo origen.

- *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. El 43% de los turistas que se alojó en Hoteles de 3 y 4 estrellas ya conocía la Provincia, un 67,9% de ellos arriba menos de una vez al año al destino, un 15% una vez por año y un 17,1% 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%. "Internet" con el 51,08% fue el medio más consultado para obtener información por parte de los clientes de los Hoteles de 3 y 4 Estrellas, seguido por las "Agencias de Viaje" con un 20,67% y en tercer lugar las "Recomendaciones de familiares o amigos" con el 13,73%.
- *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 3 y 4 Estrellas el 67,71% organizó el viaje de manera personal, el 25,81% recurrió a las "Agencia de viaje" y un 4,86% lo hizo a través de una "Institución u obra social".
- *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%. Los clientes de los Hoteles de 3 y 4 Estrellas mostraron como medio más utilizado el "Avión" con un 37,42% y en el caso de los turistas del Resto del Mundo el valor asciende al 58,77%.
- *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 3 y 4 Estrellas permanecieron en promedio 5,09 días en la Provincia; por origen se observa que los del



Resto del Mundo estuvieron 6,09 jornadas; los argentinos 5,16 y los chilenos 4,36.

- *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%. La valoración que hacen los turistas alojados en Hoteles de 3 y 4 Estrellas es positiva en valores superiores al 96%; en el caso del alojamiento la valoración es del 96,32%.
- *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, alrededor del 90% de los clientes de los Hoteles de 3 y 4 Estrellas consideró que los precios eran normales o bajos y solo un 8,33% 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, septiembre de 2.012



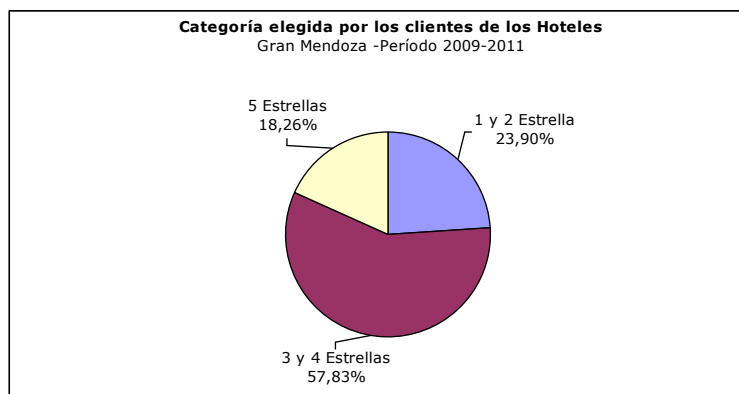
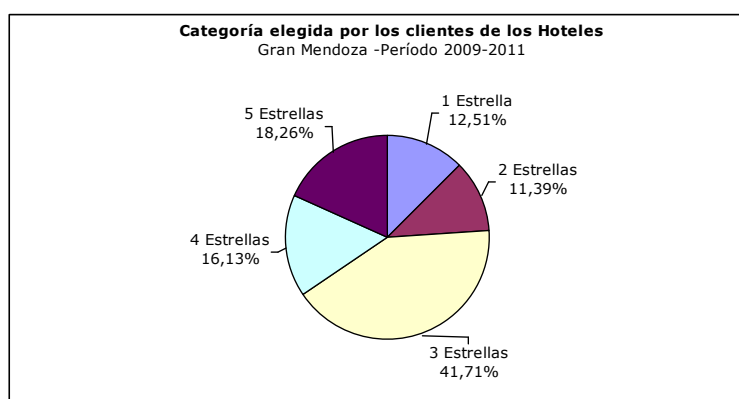
Capítulo I
Participación de la categoría,
origen de los turistas e
integrantes del viaje



PARTICIPACIÓN DE LA CATEGORÍA

Elección de los turistas³

Los turistas que eligen alojarse en Hoteles en el Gran Mendoza prefieren en primer lugar los de 3 Estrellas con un 41,71% y en último lugar los de 2 con el 11,39%. Si sumamos la categoría de 3 y 4 estrellas vemos que el 57,83% de los clientes lo eligió para alojarse, un 23,90% seleccionó los de 1 y 2 estrellas y un 18,26% los de 5 estrellas.



DEMOGRAFÍA DEL TURISTA

Origen

Los turistas argentinos son los principales clientes de los Hoteles de 3 y 4 Estrellas con un 61,26%; seguidos por los chilenos con un 24,72% y los del resto del mundo con un 14,02%.

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

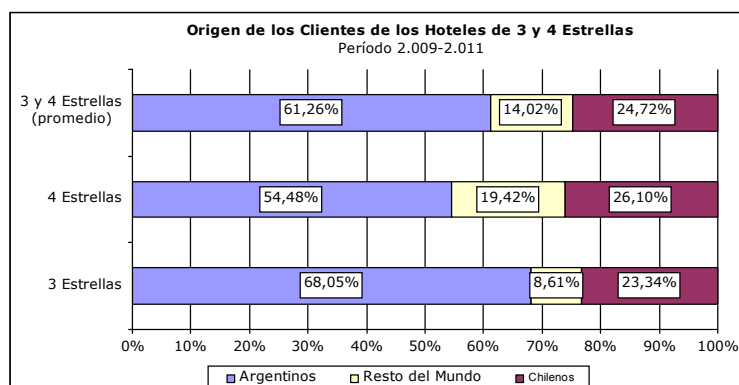
Ocupación anual por habitaciones en Hoteles del Gran Mendoza por categoría – Año 2011					
Año	1	2	3	4	5
2009	35,43%	33,55%	49,93%	51,48%	41,68%
2010	41,44%	39,10%	56,34%	61,69%	48,47%
2011	47,67%	41,06%	57,47%	60,09%	50,59%



Origen de los Turistas (Promedio 2009 - 2011)				
Residencia	Total	3 Estrellas	4 Estrellas	3 y 4 Estrellas (promedio)
Argentina	72,71%	68,05%	54,48%	61,26%
Chile	14,30%	23,34%	26,10%	24,72%
Resto del Mundo	12,99%	8,61%	19,42%	14,02%
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 3 y 4 Estrellas.

- Los clientes argentinos son más importantes en los Hoteles de 3 Estrellas que en los de 4, pero en ambos casos lo son en menor cuantía que para el total de la Provincia.
- Los visitantes chilenos son más importantes para los Hoteles de 4 Estrellas que para los de 3, y en ambos casos su participación es mayor, en más de 9 puntos porcentuales, que la del total Provincial.
- Los turistas del resto del Mundo son un 8,61% de los clientes en los Hoteles de 3 Estrellas y un 19,42% en los de 4.



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 3 y 4 Estrellas: el 75,51% viaja con su familia, el 9,87% con amigos y el 6,94% solo.

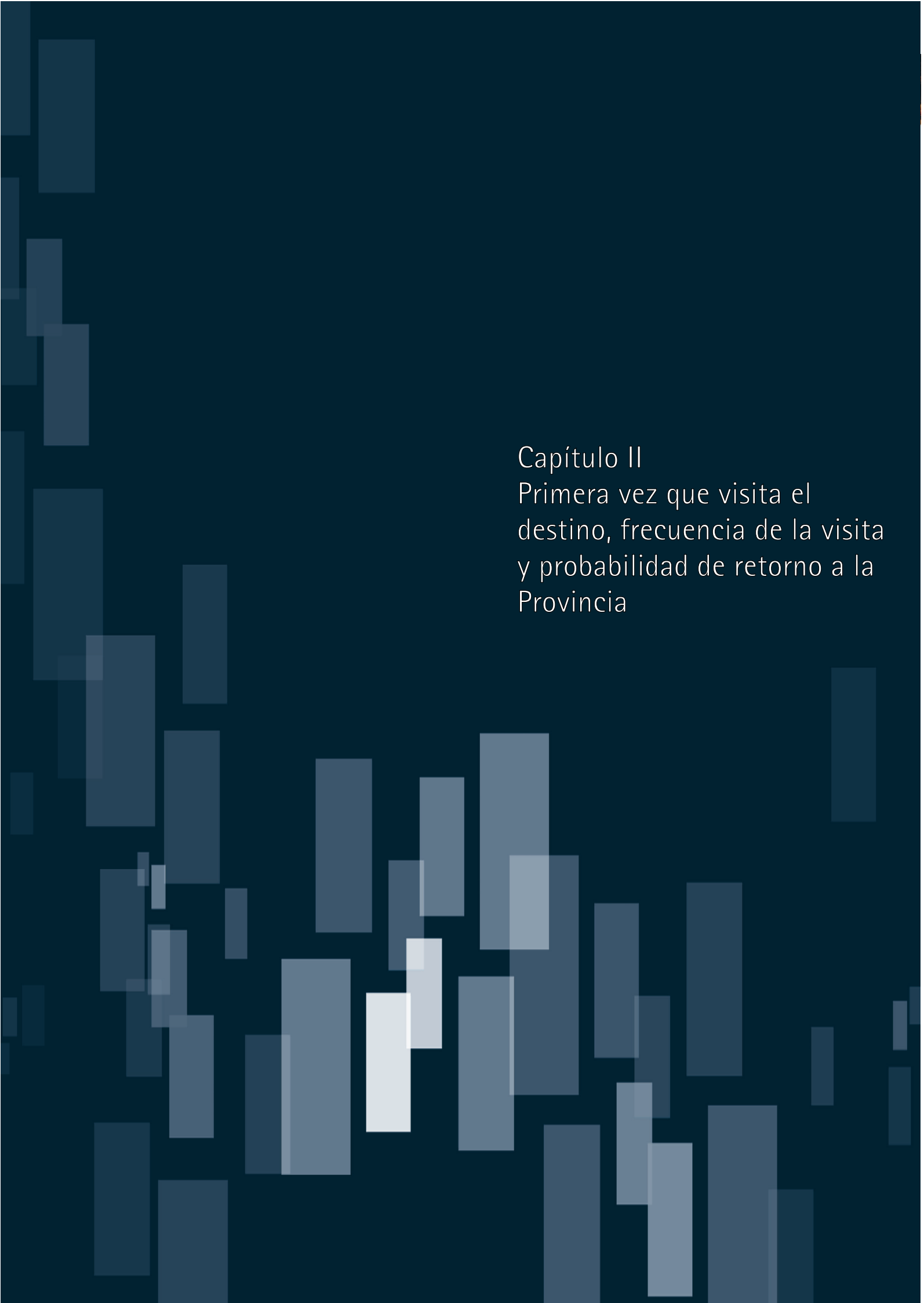
¿Con quién viaja? Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 3 y 4 Estrellas						
Residencia	Solo	Familia	Amigos	Grupo de Estudiantes	Grupo de trabajo	Otros
Argentina	7,42%	75,02%	8,38%	0,53%	3,01%	5,65%
Chile	3,47%	80,88%	9,43%	1,22%	2,07%	2,93%
Resto del Mundo	11,88%	67,76%	17,38%	0,17%	1,15%	1,66%
Todos los orígenes	6,94%	75,51%	9,87%	0,68%	2,44%	4,56%

Turistas alojados en Hoteles de 3 Estrellas: más del 76% de los argentinos y chilenos viaja con su familia, el 18,52% de los del Resto del Mundo es acompañado por sus amigos.

¿Con quién viaja? Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 3 Estrellas						
Residencia	Solo	Familia	Amigos	Grupo de Estudiantes	Grupo de trabajo	Otros
Argentina	4,42%	76,20%	8,88%	1,06%	1,61%	7,82%
Chile	2,11%	83,98%	9,69%	0,99%	1,24%	1,99%
Resto del Mundo	10,77%	67,34%	18,52%	0,34%	1,01%	2,02%
Todos los orígenes	4,43%	77,25%	9,90%	0,98%	1,48%	5,96%

Turistas alojados en Hoteles de 4 Estrellas: el 73,77% viaja con su familia. El 16,23% de los del Resto del Mundo es acompañado por sus amigos; el 10,42% de los argentinos viaja solo y el 77,78% de los chilenos lo hace con su familia.

¿Con quién viaja? Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 4 Estrellas						
Residencia	Solo	Familia	Amigos	Grupo de Estudiantes	Grupo de trabajo	Otros
Argentina	10,42%	73,84%	7,87%	0,00%	4,40%	3,47%
Chile	4,83%	77,78%	9,18%	1,45%	2,90%	3,86%
Resto del Mundo	12,99%	68,18%	16,23%	0,00%	1,30%	1,30%
Todos los orígenes	9,46%	73,77%	9,84%	0,38%	3,40%	3,15%

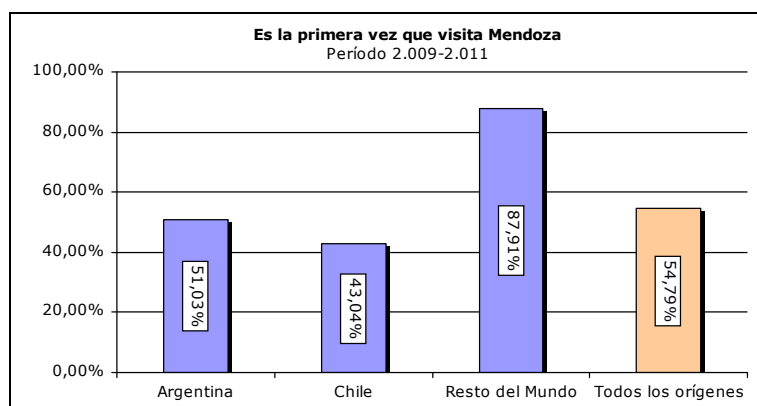


Capítulo II
Primera vez que visita el
destino, frecuencia de la visita
y probabilidad de retorno a la
Provincia

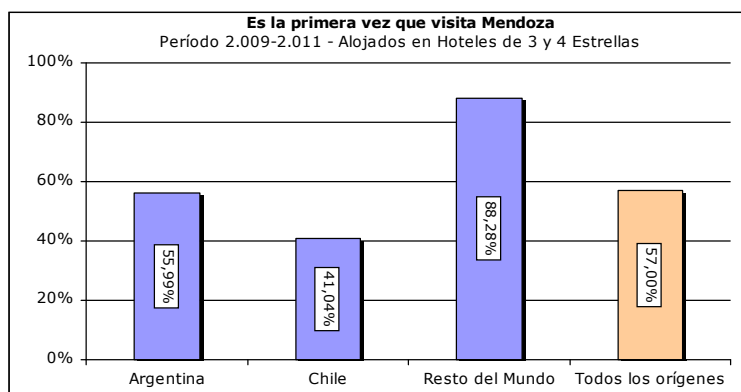


ES LA PRIMERA VEZ QUE VISITA MENDOZA

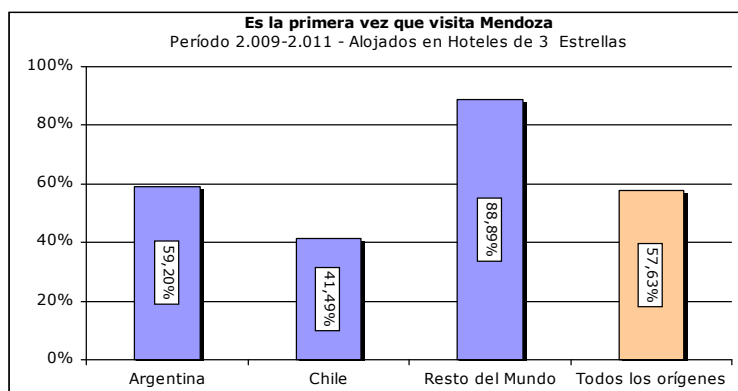
Total de los turistas: en el trienio analizado (2009-2011) el 54,79% de los turistas que visitaron la Provincia lo hacía por primera vez. El valor se incrementa a un 87,91% en los turistas del Resto del Mundo y disminuye al 43,04% en los residentes chilenos.



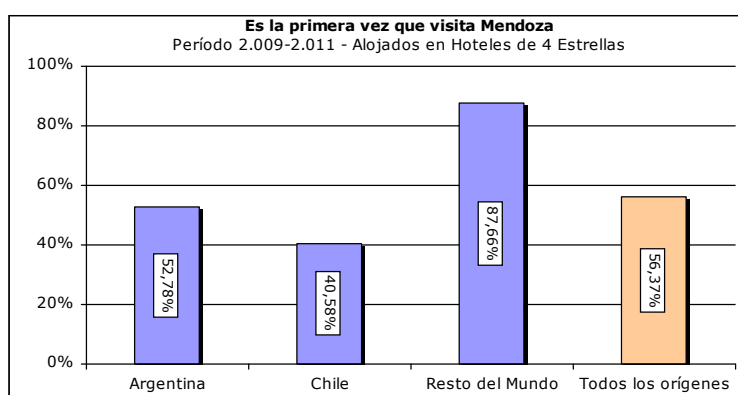
Turistas alojados en Hoteles de 3 y 4 Estrellas: un 57% de los clientes de los Hoteles de 3 y 4 Estrellas visitaban por primera vez la Provincia. En el grupo de los chilenos el 41,04% era primerizo, el 55,99% en el caso de los argentinos y un 88,28% en el caso de los visitantes del Resto del Mundo.



Turistas alojados en Hoteles de 3 Estrellas: el 57,63% de los clientes de los Hoteles de 3 Estrellas lo hacía por primera vez. En el caso de los turistas argentinos un 59,20% hacía su primer arribo a Mendoza y en el caso de los chilenos un 41,49%.



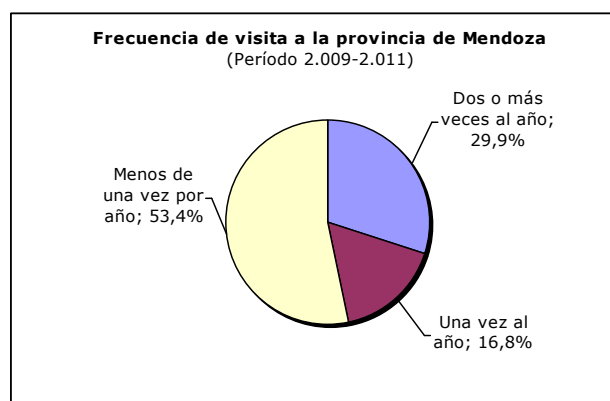
Turistas alojados en Hoteles de 4 Estrellas: el 56,37% de los clientes que se alojaron en Hoteles de 4 Estrellas lo hacía por primera vez. En el caso de los turistas argentinos un 52,78% hacía su primer arribo a Mendoza; un 87,66% de los del Resto del Mundo y un 40,58% de los chilenos.



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, un 16,8% una vez por año y un 29,9% dos o más veces al año.

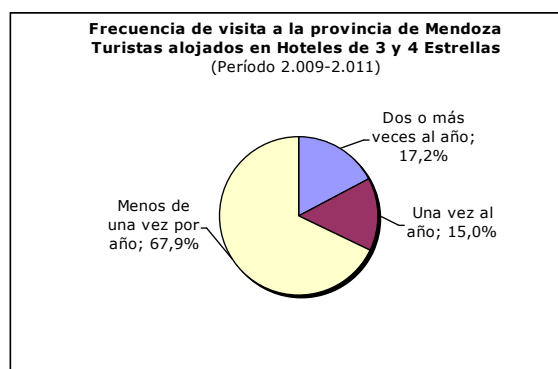




En el siguiente cuadro se muestra la frecuencia de visita y su asiduidad, discriminando por origen

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	53,47%	15,19%	12,95%	13,56%	2,49%	2,34%
Chile	50,93%	19,85%	12,70%	13,97%	1,72%	0,83%
Resto del Mundo	69,12%	20,35%	3,86%	5,26%	0,70%	0,70%
Todos los orígenes	53,36%	16,77%	12,51%	13,34%	2,19%	1,83%

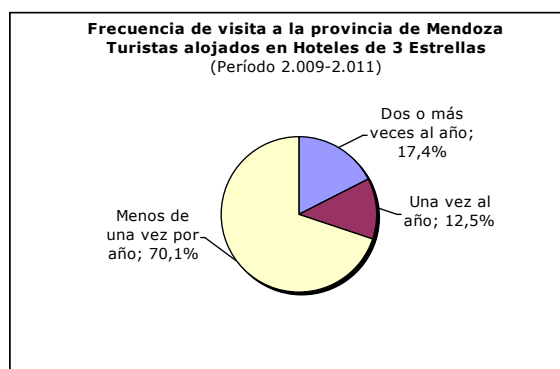
Turistas alojados en Hoteles de 3 y 4 Estrellas: el 43% de los turistas que se alojó en Hoteles de 3 y 4 estrellas ya conocía la Provincia. De ellos, un 67,9% arriba menos de una vez al año al destino, un 15% una vez por año y un 17,2% dos o más veces al año.



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

Frecuencia de visita Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 3 y 4 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	72,84%	13,13%	6,34%	5,62%	1,36%	0,72%
Chile	56,67%	19,45%	10,53%	12,52%	0,73%	0,11%
Resto del Mundo	81,86%	8,49%	0,00%	8,49%	0,00%	1,16%
Todos los orígenes	67,88%	14,97%	7,52%	8,04%	1,07%	0,52%

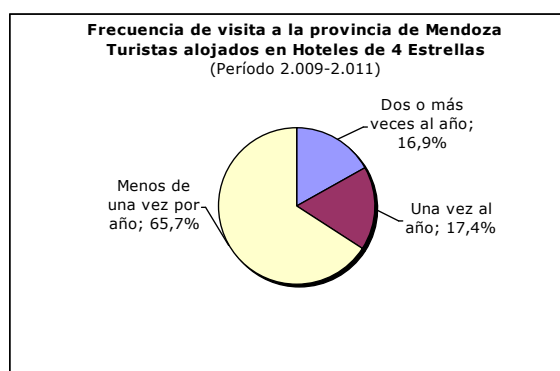
Turistas alojados en Hoteles de 3 Estrellas: el 42,37% de los clientes de los Hoteles de 3 Estrellas conocía la Provincia. De los cuales un 70,1% arriba menos de una vez al año, un 12,5% una vez por año y un 17,4% dos o más veces al año.



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

Frecuencia de visita Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 3 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	76,22%	9,51%	8,25%	4,33%	0,74%	0,95%
Chile	56,32%	19,06%	11,13%	12,63%	0,64%	0,21%
Resto del Mundo	83,72%	6,98%	0,00%	6,98%	0,00%	2,33%
Todos los orígenes	70,05%	12,50%	8,93%	7,07%	0,69%	0,76%

Turistas alojados en Hoteles de 4 Estrellas: el 43,63% de los turistas que se alojó en Hoteles de 4 Estrellas había previamente estado en la Provincia. De ellos, un 65,7% viaja menos de una vez al año a Mendoza, un 17,4% una vez por año y un 16,9% dos o más veces al año.



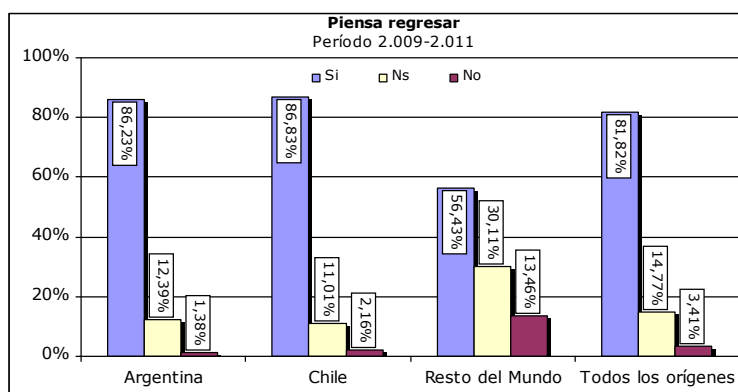
En el siguiente cuadro se muestra la frecuencia de visita y su asiduidad, discriminando por origen

Frecuencia de visita Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 4 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	69,46%	16,75%	4,43%	6,90%	1,97%	0,49%
Chile	57,02%	19,83%	9,92%	12,40%	0,83%	0,00%
Resto del Mundo	80,00%	10,00%	0,00%	10,00%	0,00%	0,00%
Todos los orígenes	65,70%	17,44%	6,10%	9,01%	1,45%	0,29%

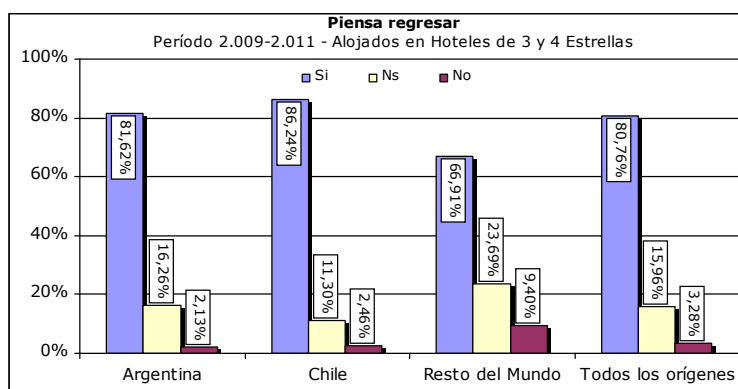


PIENSA REGRESAR

Total de los turistas: un 81,82% de los turistas que visitan la Provincia piensa regresar al destino, lo que significa que de la Provincia se llevan una experiencia positiva. Esto se ve reforzado por la muy buena opinión que expresan los turistas sobre la calidad y los precios de los servicios de alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras. 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 Mundo⁴.



Turistas alojados en Hoteles de 3 y 4 Estrellas: los clientes de los Hoteles de 3 y 4 Estrellas no muestran en este apartado grandes diferencias con el total de los turistas. Solo en el caso de los clientes del Resto del Mundo que un 66,91% manifestó que regresará, lo que representa más de 10 puntos porcentuales que el total de los turistas del mismo origen.




En el siguiente cuadro se presentan los resultados para los clientes de los Hoteles de 3 y 4 Estrellas, discriminando por origen.

⁴ 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.



Piensa regresar							
3 Estrellas				4 Estrellas			
Residencia	Si	No	Ns	Residencia	Si	No	Ns
Argentina	80,37%	2,17%	17,47%	Argentina	82,87%	2,08%	15,05%
Chile	83,11%	2,98%	13,91%	Chile	89,37%	1,93%	8,70%
Resto del Mundo	64,98%	8,42%	26,60%	Resto del Mundo	68,83%	10,39%	20,78%
Todos los orígenes	79,68%	2,89%	17,42%	Todos los orígenes	81,84%	3,66%	14,50%



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 VIAJE⁵

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". 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 3 y 4 Estrellas: "Internet" fue el medio más consultado para obtener información por parte de los clientes de los Hoteles de 3 y 4 Estrellas, seguido por las "Agencias de Viaje" y en tercer lugar las "Recomendaciones de familiares o amigos". Un 17,1% de los turistas del Resto del Mundo consultó las "Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas", un 24,09% de los argentinos usó como fuente de información a las "Agencias de Viaje" y un 18,42% 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 3 y 4 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	2,27%	49,05%	24,09%	4,57%	13,18%	6,84%
Chile	1,64%	56,37%	13,07%	3,96%	18,42%	6,53%
Resto del Mundo	1,08%	53,15%	16,33%	17,10%	10,29%	2,04%
Todos los orígenes	1,90%	51,08%	20,67%	6,72%	13,73%	5,90%

⁵ Los turistas hacen uso de más de un medio para informarse. Por ejemplo un visitante: navega en Internet, ve guías turísticas y consulta agencias de viaje.



Medios consultados para obtener información acerca del viaje Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 3 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	2,59%	45,87%	26,43%	4,88%	13,73%	6,50%
Chile	1,99%	58,20%	12,30%	3,16%	19,09%	5,27%
Resto del Mundo	1,74%	53,15%	14,10%	16,49%	12,15%	2,39%
Todos los orígenes	2,38%	49,17%	22,21%	5,80%	14,65%	5,80%

Medios consultados para obtener información acerca del viaje Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 4 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	1,94%	52,23%	21,75%	4,27%	12,62%	7,18%
Chile	1,30%	54,55%	13,85%	4,76%	17,75%	7,79%
Resto del Mundo	0,42%	53,16%	18,57%	17,72%	8,44%	1,69%
Todos los orígenes	1,42%	53,00%	19,13%	7,63%	12,82%	6,00%

CÓMO ORGANIZÓ SU VIAJE

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". Cabe mencionar que existe una fuerte correlación entre la manera de organizar el viaje y los medios utilizados para informarse.

¿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 3 y 4 Estrellas: el 30,91% de los argentinos y el 23,64% de los del Resto del Mundo delegaron la organización a las "Agencias de viajes" y el 83,69% de los chilenos organizó personalmente su viaje.

¿Cómo organizó su viaje? Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 3 y 4 Estrellas					
Residencia	Ud mismo	Por las personas a cargo del evento	Agencia de viajes	Institución u obra social	Otros
Argentina	60,96%	1,93%	30,91%	6,08%	0,12%
Chile	83,69%	0,99%	12,49%	2,83%	0,00%
Resto del Mundo	72,92%	0,65%	23,64%	2,80%	0,00%
Todos los orígenes	67,71%	1,53%	25,81%	4,89%	0,06%



Turistas alojados en Hoteles de 3 Estrellas: un 66,56% de los clientes de los Hoteles de 3 Estrellas organizó particularmente su viaje. El 33,07% de los argentinos utilizó las "Agencias de Viajes" y el 14,06% 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 3 Estrellas					
Residencia	Ud mismo	Por las personas a cargo del evento	Agencia de viajes	Institución u obra social	Otros
Argentina	58,40%	1,68%	33,07%	6,85%	0,00%
Chile	84,95%	1,00%	11,82%	2,24%	0,00%
Resto del Mundo	80,68%	0,00%	16,95%	2,37%	0,00%
Todos los orígenes	66,56%	1,37%	26,69%	5,38%	0,00%

Turistas alojados en Hoteles de 4 Estrellas: el 30,32% de los turistas del Resto del Mundo y el 28,74% de los argentinos utilizaron las "Agencias de Viajes" y un 82,44% de los chilenos organizó su visita de manera particular.

¿Cómo organizó su viaje?					
Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 4 Estrellas					
Residencia	Ud mismo	Por las personas a cargo del evento	Agencia de viajes	Institución u obra social	Otros
Argentina	63,53%	2,17%	28,74%	5,31%	0,24%
Chile	82,44%	0,98%	13,17%	3,41%	0,00%
Resto del Mundo	65,16%	1,29%	30,32%	3,23%	0,00%
Todos los orígenes	68,86%	1,68%	24,94%	4,39%	0,13%

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 3 y 4 Estrellas: a diferencia de lo observado anteriormente, el medio más utilizado es el "Avión" con un 37,42% y en el caso de los turistas del Resto del Mundo el valor asciende al 58,77%. Otra diferencia es que el transporte más elegido por los chilenos es el "Automóvil particular" con el 37,34%.



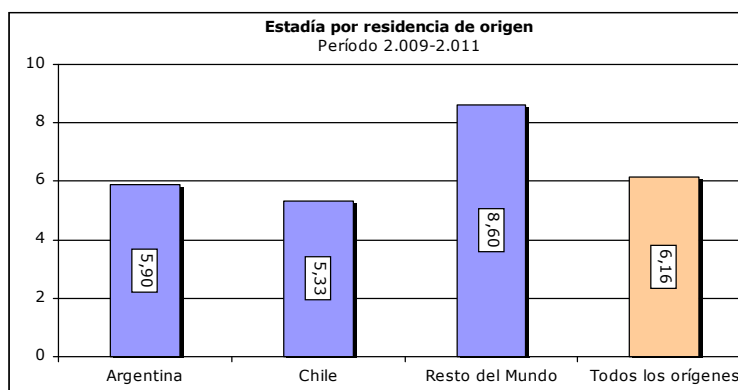
Transporte utilizado para el arribo				
Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 3 y 4 Estrellas				
Residencia	Automóvil particular	Ómnibus o servicio similar	Avión	Otros
Argentina	26,90%	39,94%	33,16%	0,00%
Chile	37,34%	25,32%	36,91%	0,43%
Resto del Mundo	7,62%	33,44%	58,77%	0,17%
Todos los orígenes	26,91%	35,55%	37,42%	0,12%

Transporte utilizado para el arribo				
Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 3 Estrellas				
Residencia	Automóvil particular	Ómnibus o servicio similar	Avión	Otros
Argentina	29,49%	53,72%	16,79%	0,00%
Chile	36,52%	36,15%	26,96%	0,37%
Resto del Mundo	8,75%	45,45%	45,45%	0,34%
Todos los orígenes	29,35%	48,91%	21,62%	0,12%

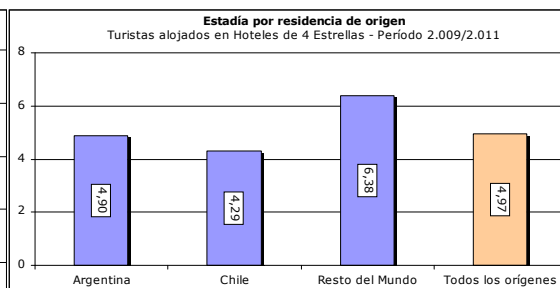
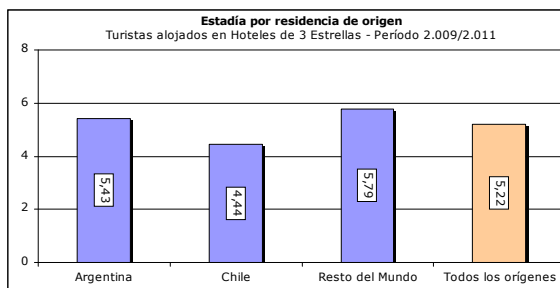
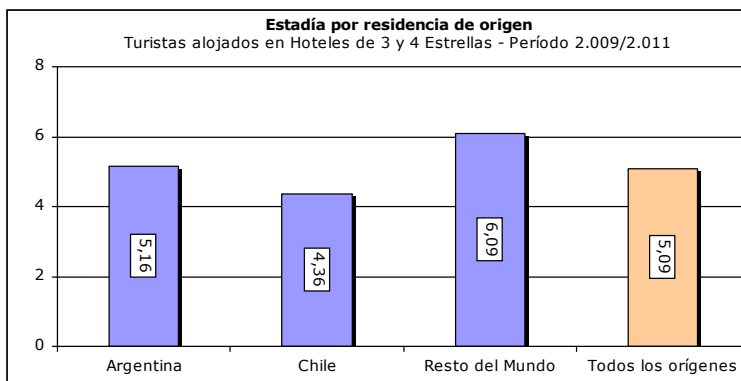
Transporte utilizado para el arribo				
Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 4 Estrellas				
Residencia	Automóvil particular	Ómnibus o servicio similar	Avión	Otros
Argentina	24,31%	26,16%	49,54%	0,00%
Chile	38,16%	14,49%	46,86%	0,48%
Resto del Mundo	6,49%	21,43%	72,08%	0,00%
Todos los orígenes	24,46%	22,19%	53,22%	0,13%


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. La estadía está íntimamente relacionada con la distancia del origen del turista.



Turistas alojados en Hoteles de 3 y 4 Estrellas: los clientes de los Hoteles de 3 y 4 Estrellas permanecieron en promedio 5,09 días en la Provincia, 5,22 en los hoteles de 3 estrellas y 4,97 en 4 estrellas. Por origen se observa que los del Resto del Mundo son los que más permanecieron con 6,09 días, seguidos por los argentinos, 5,16, y los chilenos, 4,36.



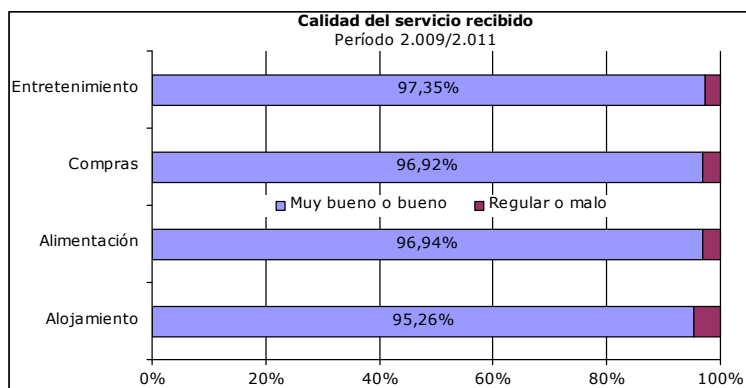


Capítulo IV
Calidad y precios de los
servicios

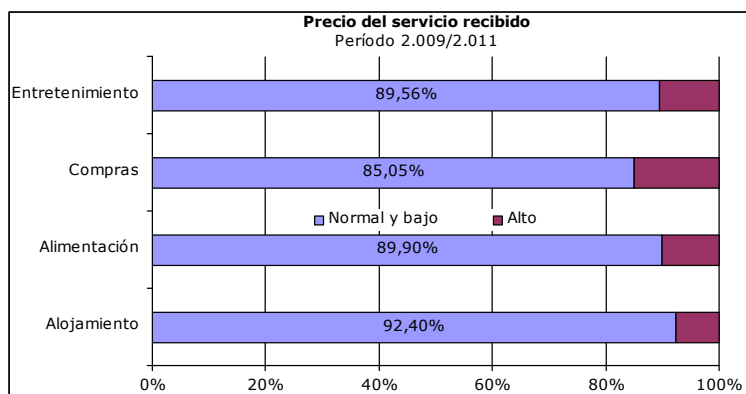


CALIDAD Y PRECIOS DE LOS SERVICIOS

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%

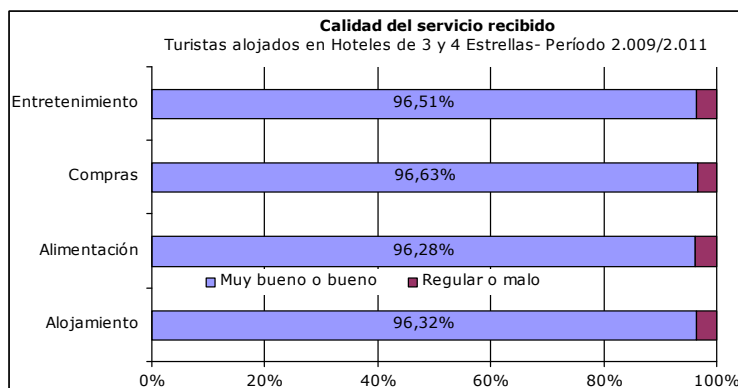


¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes argentinos - Período 2.009/2.011							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	28,06%	67,74%	3,21%	0,99%	7,39%	87,91%	4,71%
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%

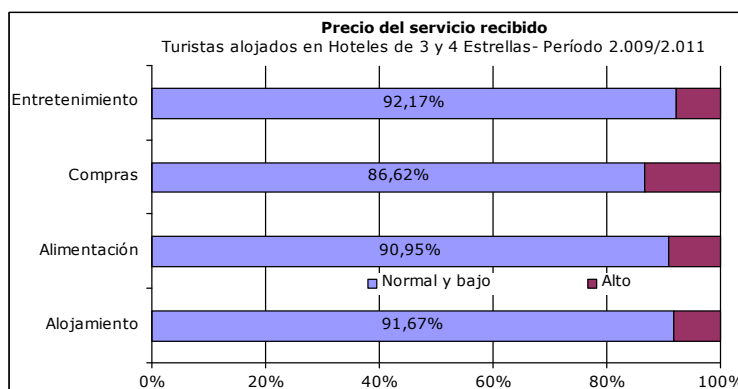
¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes chilenos - Período 2.009/2.011							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	22,56%	71,17%	5,28%	1,00%	8,34%	81,93%	9,73%
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 3 y 4 Estrellas: la valoración que hacen los turistas alojados en Hoteles de 3 y 4 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 96,32%.



En relación a los **precios** de los servicios de alimentación, compras y entretenimiento, entorno al 90% respondió que eran normales o bajos. Solo un 8,33% consideró que el precio del alojamiento era alto.



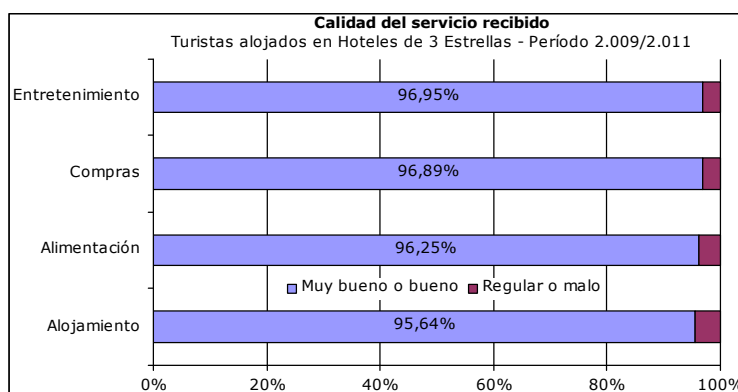
En el siguiente cuadro se muestran las valoraciones de calidad y precio de los servicios de: alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras, por origen de los turistas.

Analizando la valoración y precios del alojamiento según la residencia de los turistas se observa lo siguiente: un 37,72% de los argentinos lo considera muy bueno y un 8,42% expresó que el precio era alto; un 8,75% de los chilenos evaluó como alto el precio y solo el 5,51% respondió que la calidad era regular o mala; el 41,78% de los turistas del Resto del Mundo lo calificó como muy bueno al servicio y además un 91,74% le pareció normal o bajo el precio.

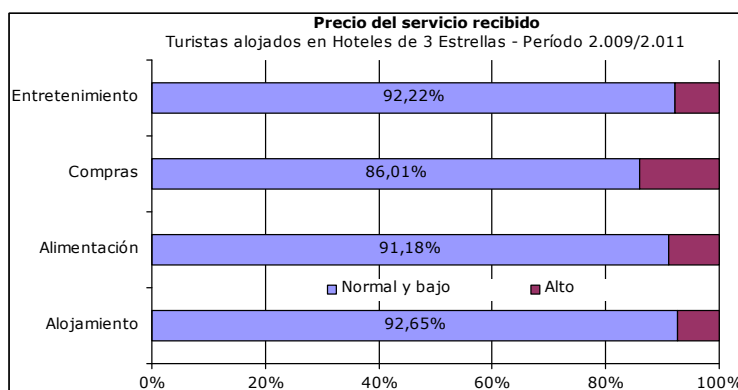
¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Todos los orígenes - Período 2.009/2.011 - Turistas alojados en Hoteles de 3 y 4 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	35,78%	60,54%	3,17%	0,51%	8,33%	86,71%	4,96%
Alimentación	27,32%	68,96%	2,33%	1,39%	9,05%	83,66%	7,29%
Compras	24,45%	72,18%	2,85%	0,52%	13,38%	75,15%	11,48%
Entretenimiento	26,18%	70,34%	2,78%	0,71%	7,83%	81,20%	10,96%
¿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 3 y 4 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	37,72%	59,53%	2,15%	0,60%	8,42%	88,78%	2,80%
Alimentación	24,83%	70,91%	2,37%	1,89%	10,04%	86,21%	3,75%
Compras	18,58%	77,99%	2,74%	0,70%	13,68%	82,00%	4,32%
Entretenimiento	21,41%	74,59%	3,26%	0,75%	8,49%	88,24%	3,26%
¿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 3 y 4 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	27,58%	66,91%	5,16%	0,35%	8,75%	84,43%	6,82%
Alimentación	27,72%	68,96%	2,22%	1,10%	9,37%	78,29%	12,33%
Compras	29,56%	67,35%	2,46%	0,62%	14,76%	65,08%	20,16%
Entretenimiento	28,75%	66,81%	3,38%	1,06%	9,06%	71,75%	19,19%
¿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 3 y 4 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	41,78%	53,30%	4,16%	0,75%	8,26%	80,14%	11,60%
Alimentación	36,02%	61,55%	2,02%	0,41%	6,33%	79,96%	13,70%
Compras	35,42%	60,68%	3,89%	0,00%	11,29%	67,00%	21,71%
Entretenimiento	36,36%	62,77%	0,87%	0,00%	4,25%	68,88%	26,87%



Turistas alojados en Hoteles de 3 Estrellas: la evaluación que hacen los turistas, alojados en Hoteles de 3 Estrellas 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 95,64%.



Un 92,65% consideró que la tarifa del alojamiento era normal o baja. En relación a los **precios** de los servicios de alimentación y entretenimiento alrededor del 90% respondió que eran normales o bajos. Aproximadamente un 14% 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 3 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	30,51%	65,14%	3,63%	0,73%	7,35%	87,20%	5,45%
Alimentación	25,16%	71,09%	2,65%	1,10%	8,82%	83,79%	7,39%
Compras	21,62%	75,28%	2,98%	0,13%	13,99%	75,52%	10,49%
Entretenimiento	25,29%	71,66%	2,42%	0,63%	7,78%	82,11%	10,10%

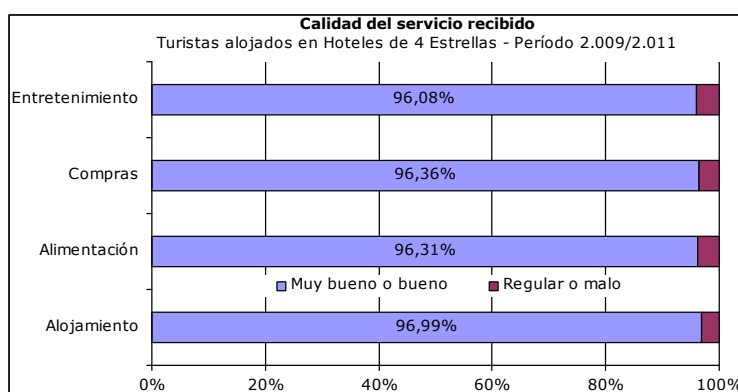


¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes argentinos- Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 3 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	33,02%	63,47%	2,87%	0,63%	6,77%	90,35%	2,88%
Alimentación	23,68%	72,34%	2,79%	1,18%	8,59%	87,40%	4,01%
Compras	18,44%	78,56%	2,89%	0,10%	12,34%	81,64%	6,02%
Entretenimiento	23,80%	73,14%	2,39%	0,66%	7,80%	88,73%	3,47%

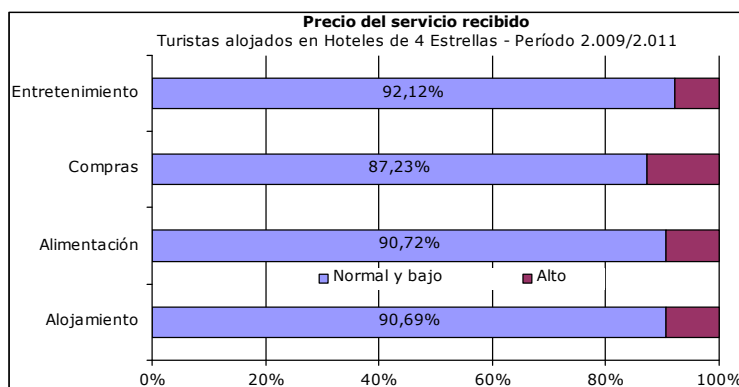
¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Residentes chilenos - Período 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 3 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	21,10%	73,28%	4,92%	0,70%	8,24%	84,29%	7,47%
Alimentación	26,35%	70,05%	2,62%	0,98%	9,60%	77,32%	13,08%
Compras	25,12%	71,71%	2,93%	0,24%	18,73%	65,45%	15,82%
Entretenimiento	24,60%	71,77%	2,82%	0,81%	8,60%	73,66%	17,74%

¿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 3 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	36,23%	56,23%	6,04%	1,51%	8,82%	73,95%	17,23%
Alimentación	33,33%	64,23%	1,63%	0,81%	8,50%	74,09%	17,41%
Compras	34,85%	61,36%	3,79%	0,00%	11,76%	61,03%	27,21%
Entretenimiento	36,52%	61,74%	1,74%	0,00%	6,12%	59,18%	34,69%

Turistas alojados en Hoteles de 4 Estrellas: la valoración que hacen los turistas alojados en Hoteles de 4 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 del 96,99%.



Entorno al 90% respondió que eran normales o bajos los **precios** de los servicios de alimentación, compras y entretenimiento. Sólo un 9,31% 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 4 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	41,05%	55,94%	2,71%	0,30%	9,31%	86,22%	4,47%
Alimentación	29,48%	66,83%	2,01%	1,68%	9,28%	83,54%	7,18%
Compras	27,27%	69,09%	2,73%	0,91%	12,77%	74,77%	12,46%
Entretenimiento	27,06%	69,02%	3,14%	0,78%	7,88%	80,30%	11,82%
¿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 4 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	42,41%	55,59%	1,43%	0,57%	10,08%	87,21%	2,71%
Alimentación	25,97%	69,48%	1,95%	2,60%	11,50%	85,02%	3,48%
Compras	18,71%	77,42%	2,58%	1,29%	15,03%	82,35%	2,61%
Entretenimiento	19,01%	76,03%	4,13%	0,83%	9,18%	87,76%	3,06%
¿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 4 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	34,05%	60,54%	5,41%	0,00%	9,26%	84,57%	6,17%
Alimentación	29,09%	67,88%	1,82%	1,21%	9,15%	79,27%	11,59%
Compras	34,00%	63,00%	2,00%	1,00%	10,78%	64,71%	24,51%
Entretenimiento	32,89%	61,84%	3,95%	1,32%	9,52%	69,84%	20,63%
¿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 4 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	47,33%	50,38%	2,29%	0,00%	7,69%	86,32%	5,98%
Alimentación	38,71%	58,87%	2,42%	0,00%	4,17%	85,83%	10,00%
Compras	36,00%	60,00%	4,00%	0,00%	10,81%	72,97%	16,22%
Entretenimiento	36,21%	63,79%	0,00%	0,00%	2,38%	78,57%	19,05%

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.