

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

Período 2.009 a 2.011

Año 2012



**UNCUYO**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO

**FCE**  
FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS



**OBSERVATORIO**  
PARA EL TURISMO SOSTENIBLE  
**MENDOZA**

**MendozaArgentina**  
espíritu grande

Ministerio de  
**TURISMO**



# Índice de Contenidos

## **ÍNDICE**

---

**INTRODUCCIÓN**

**CAPÍTULO I      ORIGEN DEL 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 características<sup>1</sup> de los turistas que visitaron la provincia de Mendoza, en el período 2.009/2.011, y que decidieron alojarse en Hoteles de 5 Estrellas. Además se compara el comportamiento del mencionado segmento con el total de los turistas<sup>2</sup>.

Las principales conclusiones obtenidas son las siguientes:

- *Origen de los turistas.* Los turistas argentinos son los principales clientes de los Hoteles de 5 Estrellas con un 51,52%; seguidos por los chilenos con un 32,9% y los del Resto del Mundo con un 15,58%. El ordenamiento 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 5 Estrellas captan más turistas chilenos y del Resto del Mundo y menos argentinos.
- *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 5 Estrellas el comportamiento es el siguiente: el 67,1% viaja con su familia, el 12,55% solo y el 8,66% en grupo de trabajo; en el caso de los chilenos el 84,21% viaja en familia, el 16,67% de los del Resto del Mundo viaja solo y el 15,13% de los argentinos viaja en grupo de trabajo.
- *Primera vez que visita la Provincia.* El 54,79% de los turistas que visitaron la Provincia lo hacía por primera vez. En los clientes de los Hoteles de 5 Estrellas el valor disminuye al 48,48%.
- *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 Mundo retornarán a Mendoza. Un 90,87% los clientes de los Hoteles de 5 Estrellas piensa regresar al destino, un 8,26% lo duda y solo el 0,87% asegura que no volverá.

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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](http://www.optsmendoza.blogspot.com)

"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](http://www.optsmendoza.blogspot.com)



- *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 51,52% de los turistas que se alojó en Hoteles de 5 estrellas ya conocía la Provincia, de ellos un 57,6% arriba menos de una vez al año al destino, un 12,7% una vez por año y un 29,7% 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%. "Internet" con el 52,9% fue el medio más consultado para obtener información por parte de los clientes de los Hoteles de 5 Estrellas, seguido por "Otros medios" con el 14,86% y en tercer lugar por las "Agencias de Viaje" con un 12,32%.
- *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 5 Estrellas, el 73,85% organizó personalmente su viaje, un 16,06% a través de "Agencias de Viaje" y un 6,88% contrató los servicios 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%. El medio más utilizado, por los clientes de los Hoteles de 5 Estrellas, fue el "Avión" con un 61,04%, en el caso de los turistas del Resto del Mundo el valor ascendió al 91,67%; el "Automóvil particular" fue utilizado por el 42,11% de los chilenos y el "Ómnibus o servicio similar" por el 15,97% de los argentinos.
- *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 5 Estrellas permanecieron en promedio 4,27 días en la Provincia; por origen se observa que los del Resto del Mundo estuvieron 4,5 jornadas; los argentinos 4,32 y los chilenos 4,08.
- *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 5 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 97,16%.

- *En relación a los precios* de los servicios de alojamiento, alimentación, compras y entretenimiento entorno al 90% respondió que sus precios eran normales o bajos; como hecho destacado un 15% consideró que las compras (de bienes) tenían precios altos. Como mínimo un 91%, de los clientes de los Hoteles de 5 Estrellas, consideró que los precios de los servicios de alimentación y entretenimiento eran normales o bajos y alrededor de un 17% consideró que la tarifa de alojamiento y los precios de las compras (de bienes) eran altos.

Lic. Econ. Germán Eduardo Herrera  
**OPTS Mendoza**  
Septiembre de 2012



Capítulo I  
Origen de los turistas  
e integrantes del viaje



## DEMOGRAFÍA DEL TURISTA

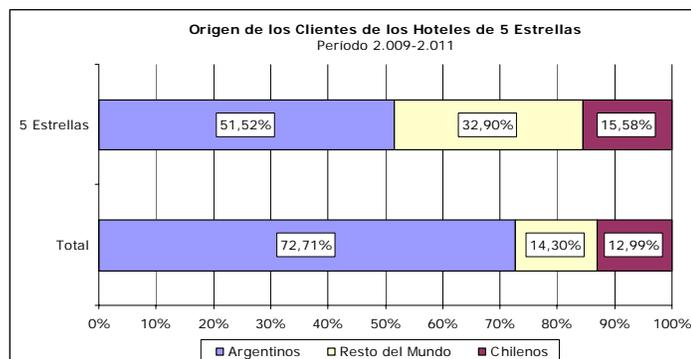
### Origen

Los turistas argentinos son los principales clientes de los Hoteles de 5 Estrellas con un 51,52%; seguidos por los chilenos con un 32,90% y los del Resto del Mundo con un 15,58%.

Origen de los Turistas (Promedio 2009 - 2011)		
Residencia	Total	5 Estrellas
Argentina	72,71%	51,52%
Chile	14,30%	32,90%
Resto del Mundo	12,99%	15,58%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

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 5 Estrellas.

- Los turistas del resto del Mundo son un 15,58% de los clientes en los Hoteles de 5 Estrellas y un 12,99% en el total Provincial.
- Los clientes argentinos son alrededor de la mitad de los clientes de los Hoteles de 5 Estrellas y aproximadamente dos tercios del total Provincial.
- Los visitantes chilenos son alrededor de un tercio de los clientes de los Hoteles de 5 Estrellas y el 14,30% de Mendoza.



## 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.

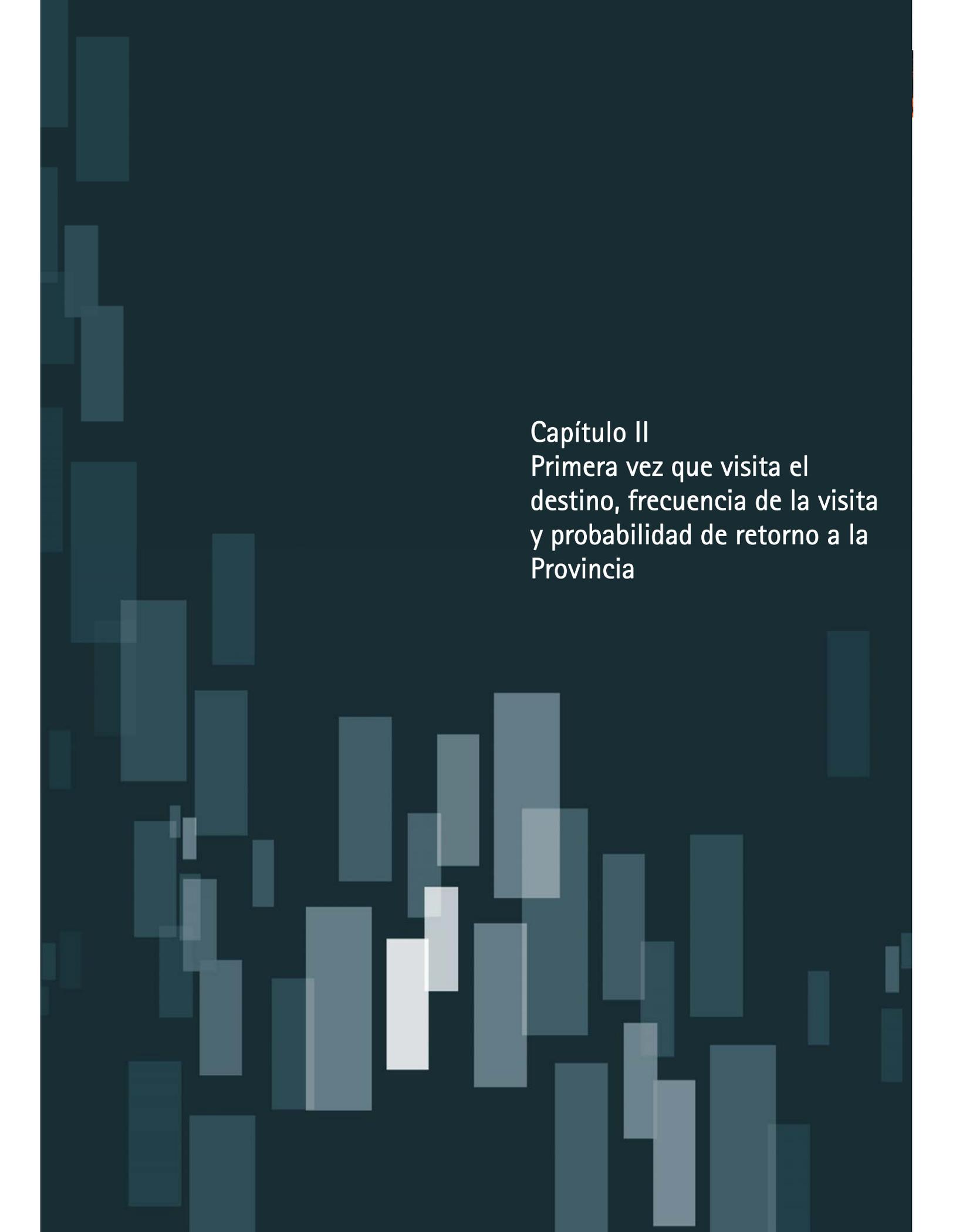


¿Con quién viaja? Periodo 2.009/2.011						
Residencia	Solo	Familia	Amigos	Grupo de Estudiantes	Grupo de trabajo	Otros
Argentina	10,56%	70,66%	12,85%	0,63%	1,29%	4,01%
Chile	5,96%	75,26%	14,81%	0,64%	1,14%	2,19%
Resto del Mundo	22,87%	42,98%	32,20%	0,76%	0,51%	0,68%
<b>Todos los orígenes</b>	<b>11,37%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

*Turistas alojados en Hoteles de 5 Estrellas:* el 67,1% viaja con su familia, el 12,55% solo y el 8,66% en grupo de trabajo. El 84,21% de los chilenos viaja en familia, el 16,67% de los del Resto del Mundo viaja solo y el 15,13% de los argentinos viaja en grupo de trabajo<sup>3</sup>.

¿Con quién viaja? Periodo 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 5 Estrellas						
Residencia	Solo	Familia	Amigos	Grupo de Estudiantes	Grupo de trabajo	Otros
Argentina	13,45%	57,14%	9,24%	0,00%	15,13%	5,04%
Chile	9,21%	84,21%	5,26%	0,00%	0,00%	1,32%
Resto del Mundo	16,67%	63,89%	11,11%	0,00%	5,56%	2,78%
<b>Todos los orígenes</b>	<b>12,55%</b>	<b>67,10%</b>	<b>8,23%</b>	<b>0,00%</b>	<b>8,66%</b>	<b>3,46%</b>

<sup>3</sup> A diferencia de lo que sucede con los clientes de otras categorías de Hoteles, en los de 5 Estrellas el argentino es un usuario corporativo importante.

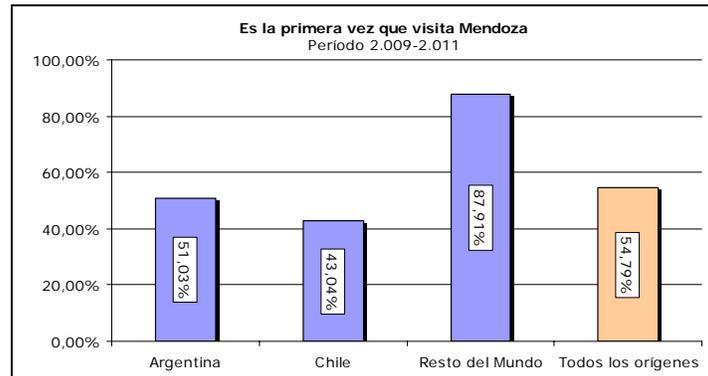


Capítulo II  
Primera vez que visita el  
destino, frecuencia de la visita  
y probabilidad de retorno a la  
Provincia

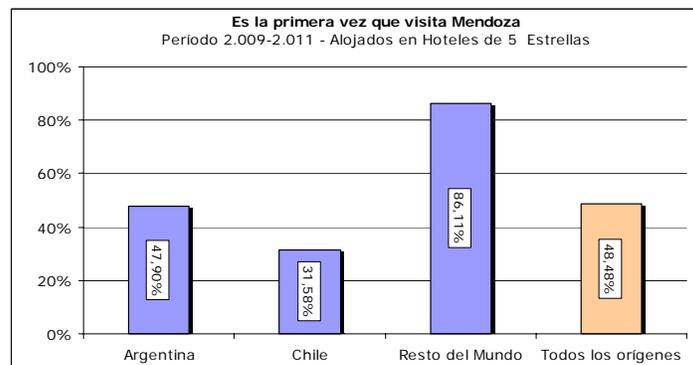


## ES LA PRIMERA VEZ QUE VISITA MENDOZA

Total de los turistas: 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.



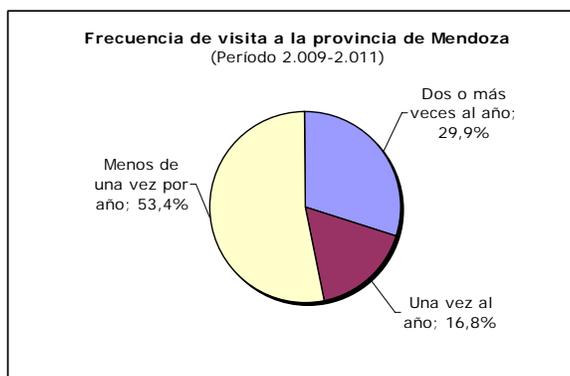
Turistas alojados en Hoteles de 5 Estrellas: un 48,48% de los clientes de los Hoteles de 5 Estrellas visitaban por primera vez la Provincia. En el grupo de los chilenos el 31,58% era primerizo, el 47,9% en el caso de los argentinos y un 86,11% en el caso de los visitantes del Resto del Mundo.



## 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.

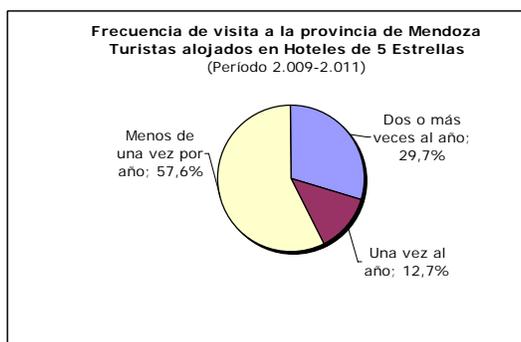
Total de los turistas: el 45,21% de los turistas que visitó Mendoza ya conocía la Provincia. De los cuales un 53,4% arriba menos de una vez al año al destino, un 16,8% una vez por año y un 29,9% dos o más veces al año.



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

P13-Frecuencia de visita Periodo 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%
<b>Todos los orígenes</b>	<b>53,36%</b>	<b>16,77%</b>	<b>12,51%</b>	<b>13,34%</b>	<b>2,19%</b>	<b>1,83%</b>

Turistas alojados en Hoteles de 5 Estrellas: el 51,52% de los turistas que se alojó en Hoteles de 5 estrellas ya conocía la Provincia. De ellos, un 57,6% arriba menos de una vez al año al destino, un 12,7% una vez por año y un 29,7% dos o más veces al año.



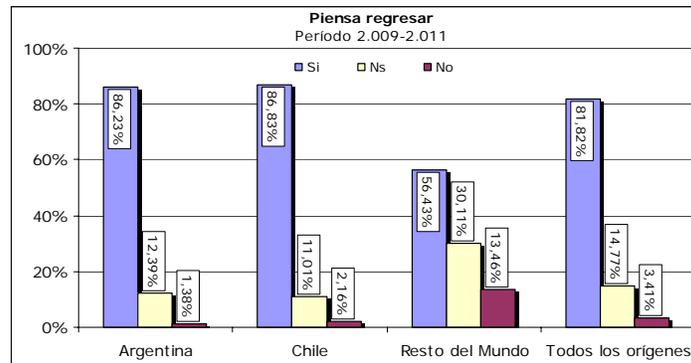
En el siguiente cuadro se muestra la frecuencia de visita y su asiduidad, discriminando por origen

P13-Frecuencia de visita Periodo 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 5 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	59,68%	9,68%	3,23%	16,13%	6,45%	4,84%
Chile	52,94%	17,65%	9,80%	19,61%	0,00%	0,00%
Resto del Mundo	80,00%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Todos los orígenes</b>	<b>57,63%</b>	<b>12,71%</b>	<b>6,78%</b>	<b>16,95%</b>	<b>3,39%</b>	<b>2,54%</b>

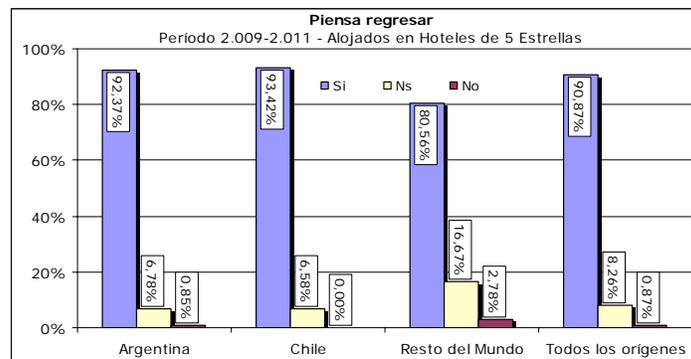


## PIENSA REGRESAR

*Total de los turistas:* un 81,82% de los turistas que visitan la Provincia piensan regresar al destino<sup>4</sup>, 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 Mundo<sup>5</sup>.



*Turistas alojados en Hoteles de 5 Estrellas:* un 90,87% los clientes de los Hoteles de 5 Estrellas piensan regresar al destino, un 8,26% lo duda y solo el 0,87% asegura que no volverá.



En el siguiente cuadro se presentan los resultados para los clientes de los Hoteles de 5 Estrellas, discriminando por origen.

Piensa regresar - 5 Estrellas			
Residencia	Si	No	Ns
Argentina	92,37%	0,85%	6,78%
Chile	93,42%	0,00%	6,58%
Resto del Mundo	80,56%	2,78%	16,67%
<b>Todos los orígenes</b>	<b>90,87%</b>	<b>0,87%</b>	<b>8,26%</b>

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> 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 VIAJE<sup>6</sup>

*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 familiares y/o amigos" 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 Periodo 2.009/2.011						
Residencia	Casas de Provincia o delegaciones oficiales	Internet	Agencias de Viaje	Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas	Recomendaciones de familiares y/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%
<b>Todos los orígenes</b>	<b>2,04%</b>	<b>52,13%</b>	<b>11,94%</b>	<b>7,37%</b>	<b>20,16%</b>	<b>6,36%</b>

*Turistas alojados en Hoteles de 5 Estrellas:* "Internet" fue el medio más consultado para obtener información por parte de los clientes de los Hoteles de 5 Estrellas, seguido por "Otros medios" y en tercer lugar por las "Agencias de Viaje". Un 24,07% de los turistas del Resto del Mundo consultó a las "Agencias de Viaje", un 24,24% de los argentinos usó como fuente de información a "Otros medios" y un 15,56% de los chilenos recibió "Recomendaciones a través de familiares y/o amigos".

Medios consultados para obtener información acerca del viaje Periodo 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 5 Estrellas						
Residencia	Casas de Provincia o delegaciones oficiales	Internet	Agencias de Viaje	Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas	Recomendaciones de familiares y/o amigos	Otros medios
Argentina	6,06%	47,73%	9,85%	2,27%	9,85%	24,24%
Chile	2,22%	60,00%	8,89%	5,56%	15,56%	7,78%
Resto del Mundo	1,85%	53,70%	24,07%	5,56%	11,11%	3,70%
<b>Todos los orígenes</b>	<b>3,99%</b>	<b>52,90%</b>	<b>12,32%</b>	<b>3,99%</b>	<b>11,96%</b>	<b>14,86%</b>

## CÓMO ORGANIZÓ SU VIAJE<sup>7</sup>

*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

<sup>6</sup> 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.

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



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 Viaje".

¿Cómo organizó su viaje? Periodo 2.009/2.011					
Residencia	Ud mismo	Por las personas a cargo del evento	Agencias de Viaje	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%
<b>Todos los orígenes</b>	<b>83,46%</b>	<b>0,79%</b>	<b>12,48%</b>	<b>3,26%</b>	<b>0,01%</b>

*Turistas alojados en Hoteles de 5 Estrellas:* el 13,89% de los argentinos delegó la organización a "Instituciones u obras sociales"; el 88,16% de los turistas de Chile organizó personalmente su viaje y el 32,35% de los visitantes del Resto del Mundo contrató "Agencias de Viaje".

¿Cómo organizó su viaje? Periodo 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 5 Estrellas					
Residencia	Ud mismo	Por las personas a cargo del evento	Agencias de Viaje	Institución u obra social	Otros
Argentina	66,67%	4,63%	14,81%	13,89%	0,00%
Chile	88,16%	1,32%	10,53%	0,00%	0,00%
Resto del Mundo	64,71%	2,94%	32,35%	0,00%	0,00%
<b>Todos los orígenes</b>	<b>73,85%</b>	<b>3,21%</b>	<b>16,06%</b>	<b>6,88%</b>	<b>0,00%</b>

## 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 Periodo 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%
<b>Todos los orígenes</b>	<b>34,70%</b>	<b>47,63%</b>	<b>17,29%</b>	<b>0,38%</b>

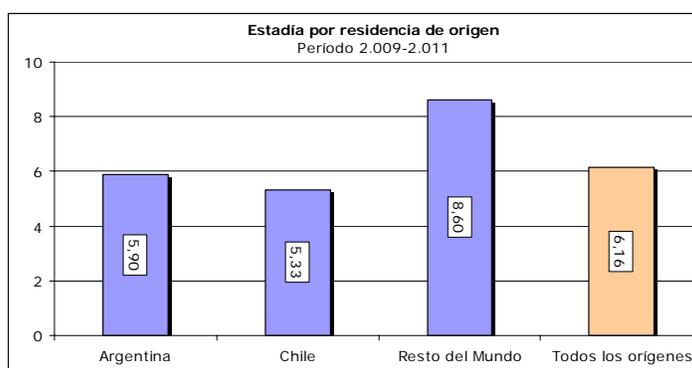
*Turistas alojados en Hoteles de 5 Estrellas:* el medio más utilizado es el "Avión" con un 61,04%, en el caso de los turistas del Resto del Mundo el valor asciende al 91,67%. El "Automóvil particular" fue utilizado por el 42,11% de los chilenos y el "Ómnibus o servicio similar" por el 15,97% de los argentinos.



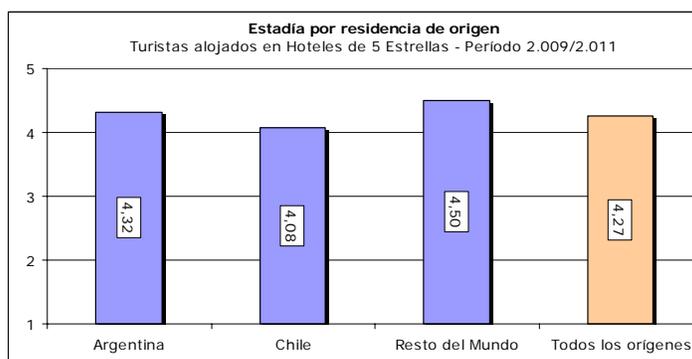
Transporte utilizado para el arribo Periodo 2.009/2.011 – Turistas alojados en Hoteles de 5 Estrellas				
Residencia	Automóvil particular	Omnibus o servicio similar	Avión	Otros
Argentina	22,69%	15,97%	61,34%	0,00%
Chile	42,11%	10,53%	46,05%	1,32%
Resto del Mundo	2,78%	5,56%	91,67%	0,00%
<b>Todos los orígenes</b>	<b>25,97%</b>	<b>12,55%</b>	<b>61,04%</b>	<b>0,43%</b>

## 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 5 Estrellas:* los clientes de los Hoteles de 5 Estrellas permanecieron en promedio 4,27 días en la Provincia. Por origen se observa que los del Resto del Mundo estuvieron 4,5 jornadas; los argentinos 4,32 y los chilenos 4,08.



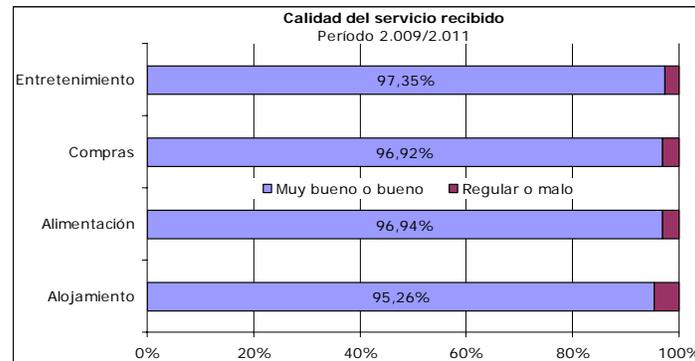


Capítulo IV  
Calidad y precios de los  
servicios

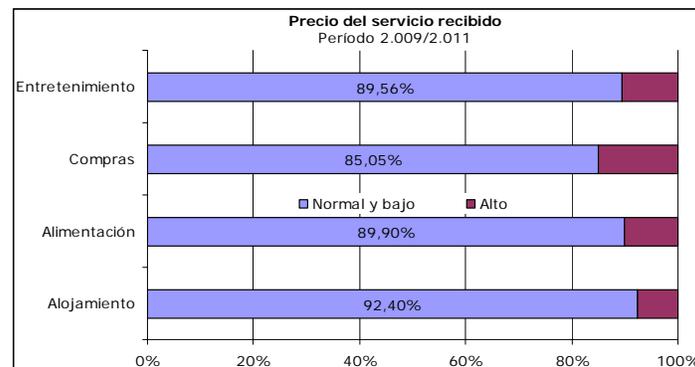


## CALIDAD Y PRECIOS DE LOS SERVICIOS

*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%
Entretenimiento	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

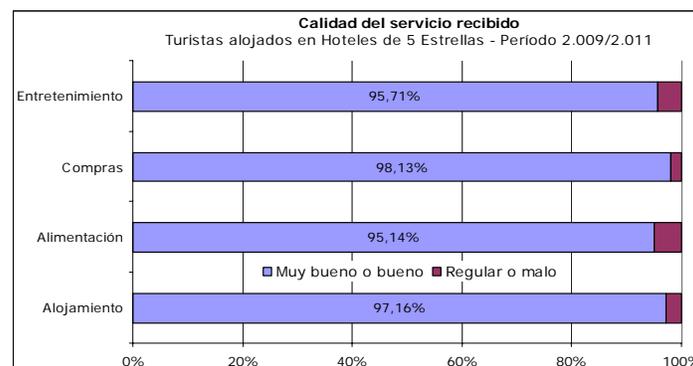


Servicio	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	22,56%	71,17%	5,28%	1,00%	8,34%	81,93%	9,73%
Alimentación	26,09%	70,73%	2,44%	0,74%	9,72%	78,83%	11,44%
Compras	26,10%	70,64%	2,72%	0,54%	17,08%	68,50%	14,42%
Entretenimiento	25,36%	71,81%	2,26%	0,57%	10,66%	74,10%	15,23%

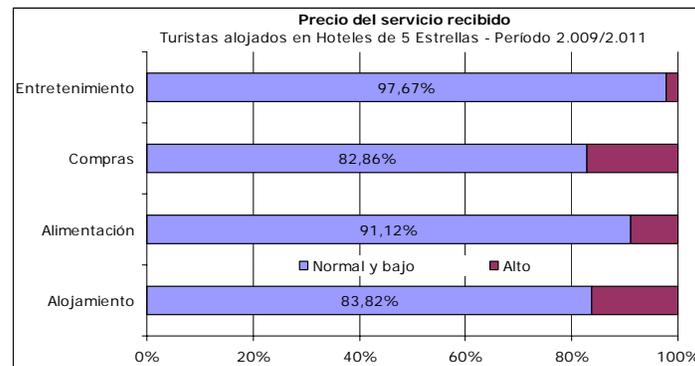
  

Servicio	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	27,46%	68,11%	3,68%	0,76%	7,21%	78,42%	14,37%
Alimentación	25,99%	70,82%	2,45%	0,73%	9,77%	76,01%	14,23%
Compras	26,00%	69,88%	3,68%	0,43%	14,24%	67,61%	18,15%
Entretenimiento	30,64%	67,20%	1,71%	0,46%	7,81%	71,88%	20,31%

Turistas alojados en Hoteles de 5 Estrellas: la valoración que hacen los turistas alojados en Hoteles de 5 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 97,16%.



En relación a los **precios** de los servicios de alimentación, compras y entretenimiento, como mínimo un 82% respondió que eran normales o bajos. Un 17% aproximadamente consideró que el precio del alojamiento y de las compras 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 64,49% de los argentinos lo considera muy bueno y un 17,81% expresó que el precio era alto; un 8,57% de los chilenos evaluó como bajo al precio y más de un 97% respondió que la calidad era como mínima buena; el 68,75% de los turistas del Resto del Mundo lo calificó como muy bueno al servicio y además a un 20% le pareció alta la tarifa.

¿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 5 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	62,56%	34,60%	2,37%	0,47%	16,18%	79,19%	4,62%
Alimentación	39,46%	55,68%	3,78%	1,08%	8,88%	85,80%	5,33%
Compras	33,64%	64,49%	1,87%	0,00%	17,14%	72,38%	10,48%
Entretención	38,57%	57,14%	2,86%	1,43%	2,33%	90,70%	6,98%
¿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 5 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	64,49%	33,64%	1,87%	0,00%	17,81%	80,82%	1,37%
Alimentación	36,26%	60,44%	2,20%	1,10%	12,99%	84,42%	2,60%
Compras	30,00%	70,00%	0,00%	0,00%	18,75%	72,92%	8,33%
Entretención	31,25%	65,63%	0,00%	3,13%	5,26%	94,74%	0,00%
¿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 5 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	56,94%	40,28%	2,78%	0,00%	12,86%	78,57%	8,57%
Alimentación	36,36%	57,58%	4,55%	1,52%	6,15%	84,62%	9,23%
Compras	28,95%	68,42%	2,63%	0,00%	15,79%	68,42%	15,79%
Entretención	41,67%	54,17%	4,17%	0,00%	0,00%	80,00%	20,00%
¿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 5 Estrellas							
Servicio	Calidad				Precio de los servicios		
	MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	68,75%	25,00%	3,13%	3,13%	20,00%	76,67%	3,33%
Alimentación	57,14%	35,71%	7,14%	0,00%	3,70%	92,59%	3,70%
Compras	52,63%	42,11%	5,26%	0,00%	15,79%	78,95%	5,26%
Entretención	50,00%	42,86%	7,14%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%

## 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.