



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA (EST)

Primer trimestre de 2011

Principales Resultados

- ♦ *La Encuesta de Satisfacción del Turista (EST) se efectuó a 356 turistas entre Enero y Marzo de 2011. De este total, el 94% dio su respuesta.*
- ♦ *El 94% de los turistas afirmó que volvería a elegir la Provincia de Tucumán como destino turístico, a partir de la experiencia que tuvo durante su estadía.*
- ♦ *La estadía promedio informada por los turistas en la Provincia fue de 2,96 noches.*

Perfil del turista y organización del viaje

- ♦ *El perfil de turista fue en buena medida de tipo calificado, puesto que el 46,1% era profesional/técnico o directivo/gerente/funcionario.*
- ♦ *La plaza hotelera tucumana enfrentó mayoritariamente dos tipos de demandas en el primer trimestre de 2011: una demanda relacionada a turistas por motivos de negocios o trabajo (71%) y otra demanda por vacaciones (16%).*
- ♦ *San Miguel de Tucumán en el primer trimestre de 2010 fue un destino para el turismo interno (98%). Dentro de los turistas argentinos, aquellos residentes de la región Buenos Aires-Córdoba-Santa Fe fueron los más numerosos (78,5%).*
- ♦ *La EST indica que el trabajo (77%), Internet (46%) y el "boca en boca familiar" (49%) fueron los medio de información más utilizados por los turistas. Uno de cada diez turistas contrató algún servicio en una agencia de viaje.*
- ♦ *San Javier y Tafí del Valle fueron los lugares más visitados dentro de la provincia, además de la ciudad de San Miguel.*

Satisfacción del turista

- ♦ *En cuanto a los factores que determinan la satisfacción del turista, los turistas dieron una mayor importancia al alojamiento, seguido luego por la gastronomía y el atractivo turístico.*
- ♦ *Los factores mejor puntuados en la provincia fueron: Atractivo turístico, Gastronomía, Hospitalidad y Alojamiento, mientras que el Transporte/Tráfico aparece como el más débil.*
- ♦ *El índice de satisfacción del turista arrojó en el primer trimestre un valor de 8,07, un nivel alentador siendo que el índice tiene un rango de 1 a 10.*
- ♦ *El índice de satisfacción de turistas que llegaron a San Miguel por motivos de negocios o trabajo fue inferior (7,91) al nivel de aquellos que arribaron por vacaciones (8,07). Por otra parte, los turistas argentinos mostraron un índice de satisfacción algo superior (8,08) al de los extranjeros (7,94).*

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA (EST)

Primer trimestre de 2011

La Encuesta de Satisfacción del Turista (EST) es un operativo mensual que tiene por objetivo capturar aspectos y comportamientos de los turistas que llegan a San Miguel de Tucumán para una toma de decisiones más ágil y acertada en materia turística, en el ámbito público y privado.

Esta encuesta, además, revista aún una mayor importancia desde que responde a los nuevos avances en estadísticas de turismo que se impulsan a nivel mundial. En rigor los datos que proporciona son necesarios para la elaboración de la cuenta satélite de turismo, instrumento estadístico-contable del sector turístico que la Organización Mundial de Turismo (OMT) recomienda a los países del mundo.

En particular la encuesta permite obtener información en cuatro ejes:

- Las características de los turistas
- La organización del viaje
- Los factores de satisfacción y el grado de satisfacción de los turistas
- El gasto promedio diario de los turistas

El procedimiento de muestreo fue aleatorio e incluyó visitas a hoteles y parahoteles de San Miguel de Tucumán distribuidas en diferentes días y horarios de la semana, de manera de controlar posibles sesgos de selección.

Resultados del primer trimestre de 2011

La Encuesta de Satisfacción del Turista (EST) se encuentra diseñada para producir resultados trimestrales. El operativo EST se inició en febrero de 2008 en lo que se denominó “Prueba Piloto EST”, cuyos resultados se pueden consultar en la página <http://estadistica.tucuman.gov.ar/>. A partir de abril de 2008, el operativo se ocupó en la recolección de datos con un procedimiento estandarizado.

El presente informe resume los principales resultados obtenidos de la en el primer trimestre de 2011. La Encuesta de Satisfacción del Turista (EST) se efectuó a 356 turistas¹ entre Enero y Marzo de 2011, de las cuales el 93,8% se obtuvo respuesta y el 74,0% de las encuestas fueron hechas por varones.

¹ Dado que a los visitantes de la muestra se los localiza en los hoteles y parahoteles, se están excluyendo explícitamente a los excursionistas, con lo que los visitantes capturados corresponden a turistas, siguiendo las definiciones de la Organización Mundial de Turismo (OMT).

Turista, según la OMT, es aquel visitante que pernocta por lo menos una noche en el lugar visitado, lo cual lo diferencia del excursionista. Visitante es una persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, ya sea dentro o fuera de su país de residencia, por una duración

Encuesta de Satisfacción del Turista (EST)	1º Trim 2011
Encuestas Realizadas	356
Encuestas Respondidas	334
Tasa de Respuesta	93,8%
Varones	265
Mujeres	91
Tasa de Regreso a Tucumán	94,3%

Fuente: Encuesta de Satisfacción del Turista (EST). Dirección de Estadística de la Provincia de Tucumán

Del conjunto de turistas que respondieron el 92,3% afirmó que volvería a elegir la Provincia de Tucumán como destino turístico, atendiendo la experiencia que tuvo durante su estadía. Por otra parte la estadía promedio informada por los turistas fue de 2,70 noches en la Provincia.

Caracterización del Turista

Ocupación

En cuanto a la ocupación de los turistas de la provincia la EST revela que un 45,5% ejercen una actividad profesional o técnica, mientras que le siguen en importancia aquellos que son empleados (26,9%). Los “directivos/gerentes/funcionarios” representan el 0,6% de los turistas. Los jubilados el 7,5% y las amas de casa participan solo un 0,9% y; mientras que los estudiantes en el 5,4% de los turistas. En suma se observa que el perfil de turista fue en buena medida de tipo calificado (profesionales y directivos suman el 46,1%).

Ocupación	Proporción
1- Directivo/Gerente/Funcionario	0,6%
2- Profesional o Técnico	45,5%
3- Empleado	26,9%
4- Estudiante	5,4%
5- Jubilado	7,5%
6- Ama de Casa	0,9%
7- No trabaja	0,0%
8- Otra Situación	13,2%
Total	100,0%

Fuente: Encuesta de Satisfacción del Turista (EST). Dirección de Estadística de la Provincia de Tucumán

menor de doce meses y cuya finalidad primordial no es la de ejercer actividad remunerada en el lugar visitado. Ver: ¿Qué es el TURISMO? Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). <http://www.indec.mecon.gov.ar/nuevaweb/cuadros/9/turismo.pdf>.

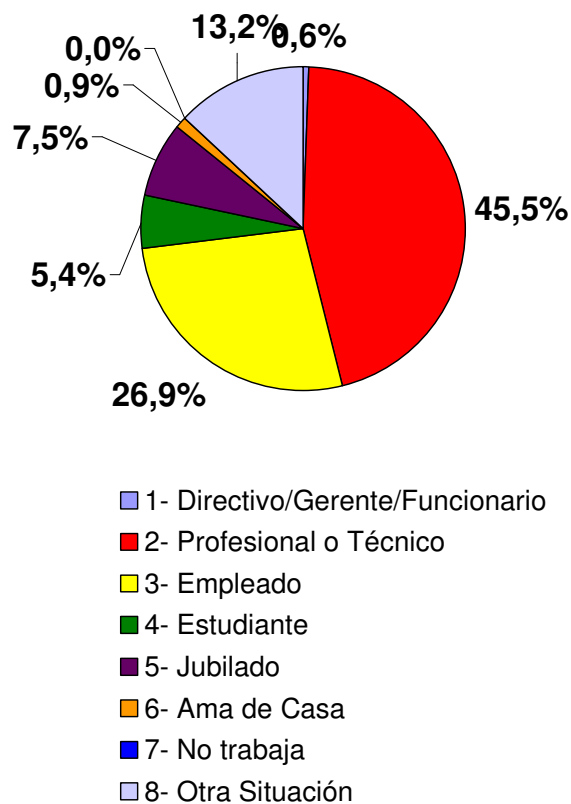
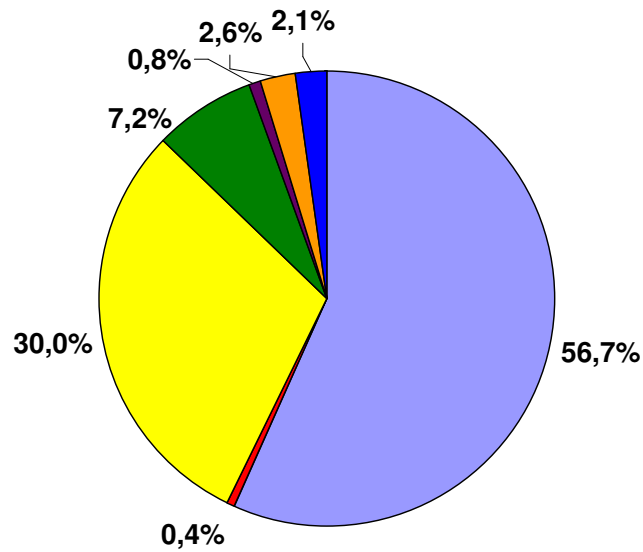


Gráfico 1: Ocupación de los Turistas

Motivos del viaje

La EST revela que el 56,7% de los visitantes que se hospedaron en hoteles o parahoteles en San Miguel de Tucumán arribaron por motivos de negocios o trabajo. Luego, sigue en importancia el motivo vacaciones (30,0%), visita a familiares o amigos (7,2%) y tratamientos de salud (2,6%). La asistencia a congresos o seminarios estudios y otros motivos fueron de 0,4% y 2,1%, respectivamente.



- 1- Negocios o Trabajo
- 2- Asistencia a Congreso o Seminario
- 3- Vacaciones
- 4- Visita a familiares o amigos
- 5- Estudios
- 6- Tratamiento de salud
- 7- Otro

Gráfico 2: Motivos del Viaje a San Miguel de Tucumán

Motivos del Viaje	Proporción
1- Negocios o Trabajo	56,7%
2- Asistencia a Congreso o Seminario	0,4%
3- Vacaciones	30,0%
4- Visita a familiares o amigos	7,2%
5- Estudios	0,8%
6- Tratamiento de salud	2,6%
7- Otro	2,1%
Total	100,0%

Fuente: Encuesta de Satisfacción del Turista (EST).
Dirección de Estadística de la Provincia de Tucumán

La procedencia de los turistas

Turismo interior y receptor²

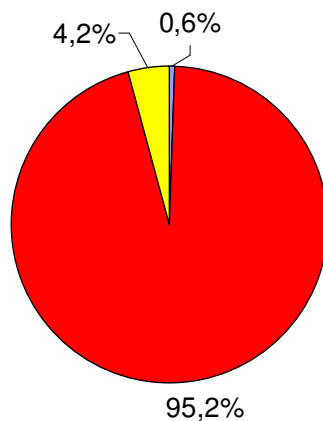
Respecto a la procedencia de los visitantes alojados en hoteles en San Miguel de Tucumán los resultados de la EST señalan una importante participación de turistas argentinos en el primer trimestre (95,2%), tucumanos 0,6% y no tucumanos 95,2%, mientras que los extranjeros representaron el 4,2%.

De este modo la plaza de San Miguel de Tucumán en el primer trimestre de 2011 fue un *destino para el turismo interno*, ya que fue visitada principalmente por compatriotas de otras provincias.

Lugar de residencia	Proporción
1- Prov. De Tucumán	0,6%
2- Otra Provincia	95,2%
3- Extranjero	4,2%
Total	100,0%

Fuente: Encuesta de Satisfacción del Turista (EST).
Dirección de Estadística de la Provincia de Tucumán

² Se considera turismo interno aquel que desarrollan los visitantes residentes del país en el territorio económico del país de referencia, mientras que el turismo receptor es aquel turismo de los visitantes no residentes en el territorio económico del país de referencia. Ver: Cuenta Satélite de Turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual. Comisión de las comunidades europeas (Eurostat). Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). Organización Mundial de Turismo (OMT) .Naciones Unidas (NU), División de Estadística. Luxemburgo, Madrid, Nueva York, París, 2001.



■ 1- Prov. De Tucumán

■ 2- Otra Provincia

■ 3- Extranjero

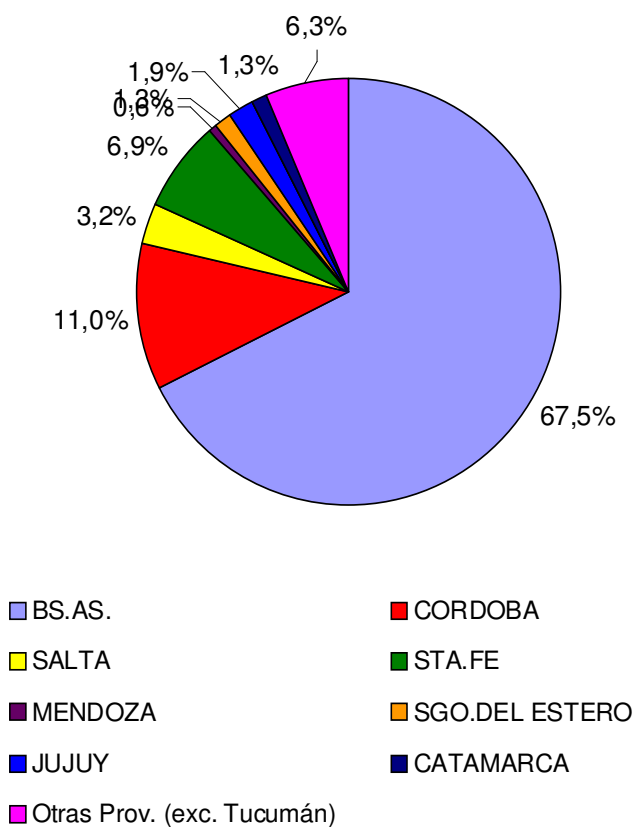
Turistas de provincias argentinas excepto Tucumán

En cuanto a la procedencia de los turistas de otras provincias la distribución porcentual de los mismos según su provincia de origen y región fue la siguiente:

Residencia en otra Provincia	Proporción
BS. AS.	67,5%
CORDOBA	11,0%
SALTA	3,2%
STA. FE	6,9%
MENDOZA	0,6%
SGO. DEL ESTERO	1,3%
JUJUY	1,9%
CATAMARCA	1,3%
Otras Prov. (exc. Tucumán)	6,3%
Total de Otras Provincias	100,0%

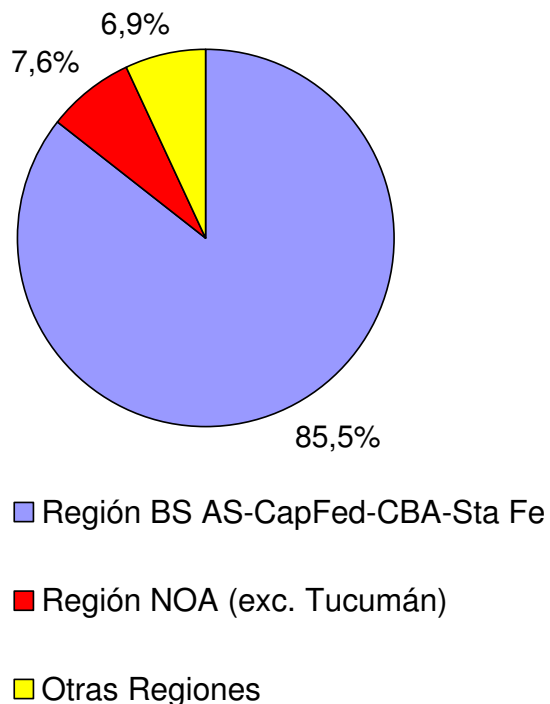
Residencia por Región Argentina	Proporción
Región BS AS-Cap Fed-CBA-Sta Fe	78,5%
Región NOA (exc. Tucumán)	13,2%
Otras Regiones	8,3%
Total de Otras Provincias	100,0%

Fuente: Encuesta de Satisfacción del Turista (EST).
Dirección de Estadística de la Provincia de Tucumán



Al analizar los datos que resultan de la EST se encuentra un perfil de turista con características marcadas, a saber, la mayoría proviene de las provincias de la región pampeana, particularmente de Buenos Aires. Le sigue en importancia la región NOA.

Los residentes de provincias de la región pampeana (Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe) representaron el 85,5% de los turistas argentinos no tucumanos,



mientras que aquellos residentes de la región NOA sin considerar Tucumán (Salta, Catamarca, Santiago del Estero y Jujuy) representaron el 7,6%. El resto de las provincias participó en un 6,9%.

Organización del viaje

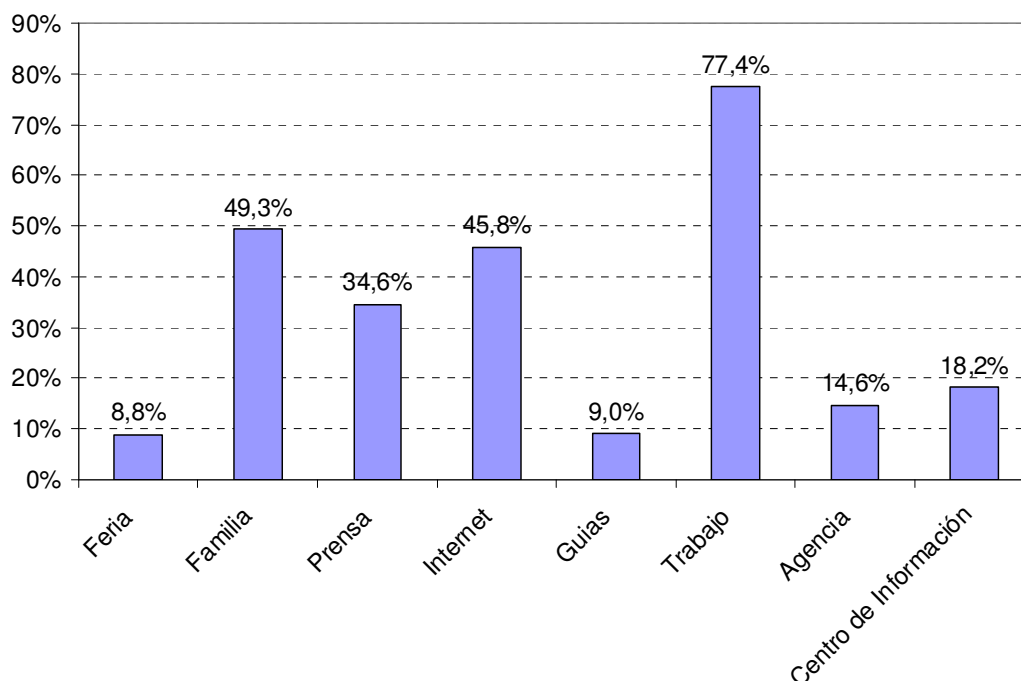
Obtención de la información para arribar a Tucumán

En cuanto a los medios para obtener la información que propició la llegada a la provincia, la información obtenida en el trabajo fue el recurso más utilizado (77,4%), seguido por familia (9,3%) y luego a través de la Internet (45,8%). Vale aclarar que estos medios no son excluyentes.

Así la EST indica que las páginas de Internet y el "*boca en boca*" han colaborado en la llegada de los turistas a la provincia, quedando en una posición muy rezagada las agencias, guías, ferias, o prensa.

Obtención de la Información	Proporción
Feria	8,8%
Familia	49,3%
Prensa	34,6%
Internet	45,8%
Guías	9,0%
Trabajo	77,4%
Agencia	14,6%
Centro de Información	18,2%

Fuente: Encuesta de Satisfacción del Turista (EST).
Dirección de Estadística de la Provincia de Tucumán



Servicios contratados en Agencias de Turismo

En cuanto a los servicios que los turistas de nuestra provincia contratan en agencias de turismo, el 98,4% de los turistas del Primer trimestre de 2.011 afirmó *no* haber contratado servicio alguno por medio de estas agencias, mientras que 10,4% contrató el pasaje, otro 10,4% el alojamiento, 10,5 % las excursiones y un 10,4% las comidas.

Contratación en Agencias de Turismo	Proporción
Pasaje	10,4%
Alojamiento	10,4%
Comidas	10,4%
Excursiones	10,5%
Otros Servicios	10,0%
Ningún Servicio	98,4%

Fuente: Encuesta de Satisfacción del Turista (EST).
Dirección de Estadística de la Provincia de Tucumán

Lugares de la Provincia Visitados

Por último, en cuanto a los lugares que los turistas visitaron dentro de la provincia en su viaje se encuentra que el 43% visitó San Javier, el 71% Tafí del Valle, el 55% Ruinas de Quilmes y el 50% Amaicha. Luego siguen en relevancia el Cadillal (33%), Raco (10%), Simoca (4%) y San Pedro de Colalao (5%).

Con los resultados afirmados se puede notar que de cada 10 turistas que arriban a la ciudad de San Miguel 5 visitan San Javier, 5 Tafí del Valle y 4 el Cadillal, 3 las Ruinas de Quilmes y Amaicha del Valle.

Lugares Visitados además de San Miguel	Proporción
San Javier	43%
Ruinas de Quilmes	55%
San Pedro de Colalao	5%
Tafí del Valle	71%
Raco	10%
Simoca	4%
Amaicha	50%
Cadillal	33%

Fuente: Encuesta de Satisfacción del Turista (EST).
Dirección de Estadística de la Provincia de Tucumán

Análisis de factores determinantes de la Satisfacción del Turista

La tabla siguiente muestra la distribución de la importancia promedio que el viajero asigna a cada factor determinante de la satisfacción del turista, al igual que la calificación promedio que le otorga a la provincia en un rango del 1 al 10; y por último, la proporción de turistas que se manifestaron completamente satisfechos³ en cuanto a cada factor.

Factores determinantes de la Satisfacción del Turista	Importancia	Calificación Media	Turistas Completamente Satisfechos
Turistas en general	%	(1 – 10)	%
Alojamiento	29,1%	7,92	75,8%
Gastronomía	22,8%	8,13	84,8%
Esparcimiento	8,0%	6,84	37,1%
Transporte	11,6%	6,68	35,1%
Hospitalidad	14,1%	8,54	91,3%
Atractivo Turístico	14,4%	8,54	92,7%

Fuente: Encuesta de Satisfacción del Turista (EST). Dirección de Estadística de la Provincia de Tucumán

De esta tabla se pueden hacer interesantes lecturas en cuanto a los factores determinantes de la satisfacción del turista que llega a San Miguel de Tucumán. En principio el turista que arribó en el primer trimestre de 2011 adjudicó la mayor **importancia**, dentro del conjunto de factores, al alojamiento y la gastronomía seguidos por el atractivo turístico y la hospitalidad. Por último quedaron esparcimiento y transporte-tráfico. [Ver gráfico 7]

En cuanto a la **calificación** –del 1 al 10- que mereció la provincia en estos ítems, según nuestro turista, en alojamiento se obtuvo la cuarta mejor calificación (7,92) y en atractivo turístico la primera (8,54). En cuanto a la segunda mejor calificación a la hospitalidad (8,56) y la tercera mejor la gastronomía (8,13). Por otra parte, los ítems de menor importancia bajo la mirada del turista que visitó Tucumán, transporte y esparcimiento, son los que obtuvieron las peores calificaciones. [Ver gráfico 8]

Este mismo orden de las calificaciones se verifica en la proporción de **turistas completamente satisfechos**, aquellos que calificaron con 8 o más a los factores mencionados. [Ver gráfico 9]

³ Se considera que un turista está completamente satisfecho en un factor, cuando lo califica en 8 o más.

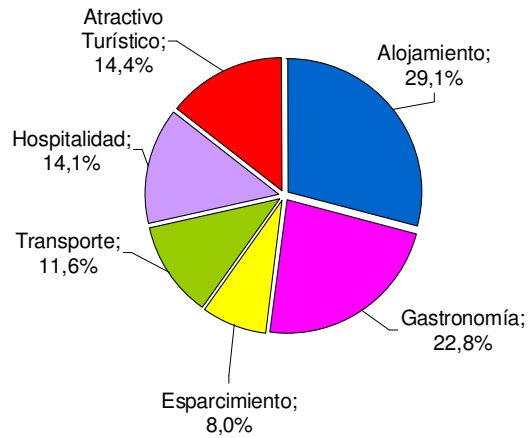


Gráfico 7: Importancia Relativa de los factores

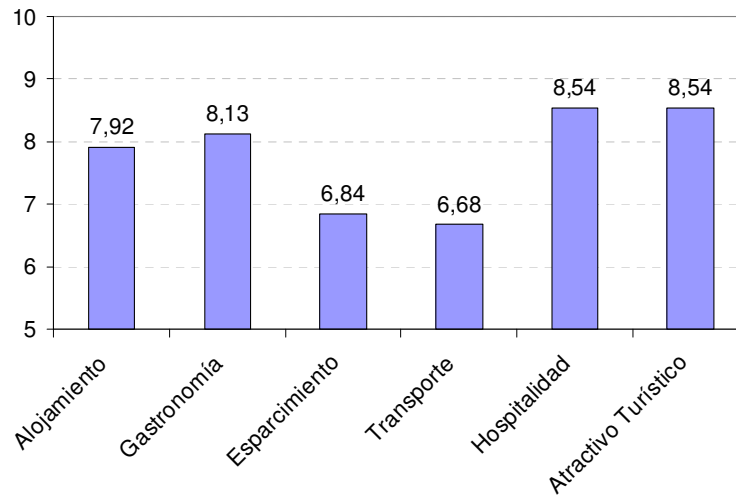


Gráfico 8: Calificación de los factores en la Provincia de Tucumán

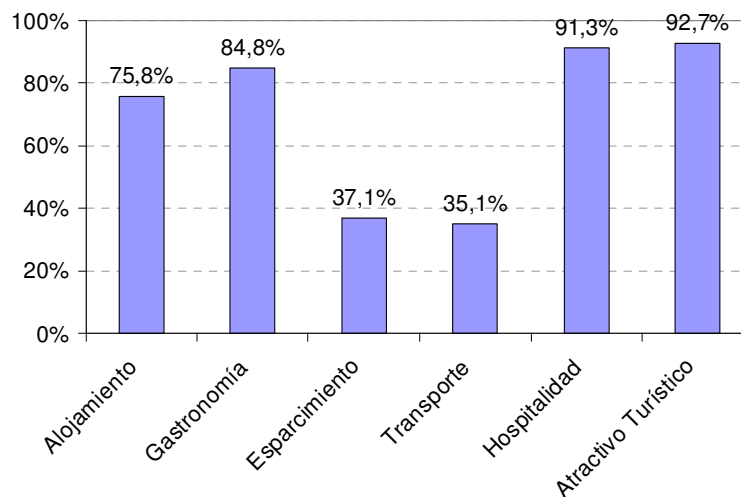


Gráfico 9: Porcentaje de Turistas Completamente Satisfechos en cada factor

Turistas por motivos de negocios o trabajo vs. turistas por vacaciones

Un análisis aún más rico se sigue de analizar los patrones de satisfacción de dos grupos importantes de turistas que llegan a San Miguel de Tucumán: aquellos que arriban por motivos de negocios y/o trabajo, y luego aquellos que lo hacen por vacaciones. Para ello se obtuvo las medias de sus respuestas, que luego se las sometió a tests pertinentes⁴ para evaluar su similitud o diferencia.

Evaluando las respuestas de estos dos grupos de interés, sometiéndolos a test para compararlos, se puede observar:

- 1) El patrón de **importancia** que cada grupo adjudica a cada factor no fue el mismo en todos los casos. [Ver cuadro siguiente]
 - a) Ambos grupos de turistas, aquellos que arriban por motivos de negocios o trabajo y los que lo hacen por motivos vacacionales, valoran de igual modo los factores esparcimiento, transporte y hospitalidad.
 - b) El turista que viene por motivos de negocios o trabajo da mayor importancia al alojamiento que aquel que viene por motivos vacacionales. Éste último, por su lado, da mayor valor al atractivo turístico que el primer grupo.
- 2) La **calificación** que otorga el grupo de los turistas por motivos de negocios o trabajo a los distintos servicios de la provincia fue semejante a la que dan los turistas por motivos vacacionales.
- 3) La proporción de **turistas completamente satisfechos** fue similar para gastronomía y atractivo turístico en ambos grupos. La calificación fue menor en alojamiento, esparcimiento y transporte en los que llegan por motivos de negocios o trabajo respecto al grupo que lo hace por vacaciones.

Importancia de los Factores %	Motivos del viaje		
	En general	Por negocios o trabajo	Por vacaciones
Alojamiento	29,1%	36,5%	21,1%
Gastronomía	22,8%	29,7%	15,9%
Esparcimiento	8,0%	4,0%	11,5%
Transporte	11,6%	12,5%	10,3%
Hospitalidad	14,1%	11,5%	17,3%
Atractivo Turístico	14,4%	5,9%	23,9%

⁴ Se realizaron tests de comparación de medias con un nivel de confianza de 95%.

Calificación Media (1 – 10) de los Factores	Motivos del viaje		
	En general	Por negocios o trabajo	Por vacaciones
Alojamiento	7,86	7,67	8,38
Gastronomía	8,56	8,52	8,50
Esporcimiento	7,25	6,98	7,86
Transporte	6,88	6,61	7,71
Hospitalidad	8,48	8,40	8,82
Atractivo Turístico	8,69	8,60	8,96

Turistas Completamente Satisfechos %	Motivos del viaje		
	En general	Por negocios o trabajo	Por vacaciones
Alojamiento	62,6%	57,7%	79,3%
Gastronomía	89,4%	87,9%	92,9%
Esporcimiento	44,9%	36,1%	64,5%
Transporte	42,3%	33,5%	65,1%
Hospitalidad	86,3%	84,8%	96,4%
Atractivo Turístico	92,7%	91,6%	98,2%

Fuente: Encuesta de Satisfacción del Turista (EST). Dirección de Estadística de la Provincia de Tucumán

Índice de satisfacción general y por grupos de interés

Uno de los aportes más interesantes de la EST en el estudio de la satisfacción del turista es el índice de satisfacción. Este indicador logra medir una variable subjetiva, como es la satisfacción, en términos de las propias expectativas del turista, volviéndola en una medida objetiva.

Del conjunto de factores determinantes de la satisfacción del turista, cada turista informa la importancia que a cada uno le adjudica y cómo califica a la provincia de Tucumán en tal factor. Como consecuencia se construye el índice de su satisfacción, cuyos ponderadores corresponden a las propias preferencias del turista. El índice asume valores de 1 a 10, 1 es el menor nivel de satisfacción posible y 10 el máximo alcanzable. 10 significa que el turista no podría alcanzar mayor satisfacción, en términos de sus propias preferencias.

Bajo este proceso de construcción, el índice de satisfacción de cada turista se vuelve comparable con el de otros visitantes, de manera que se puede tratar estadísticamente y obtener medidas resúmenes de la satisfacción del turista en la provincia tucumana.

Los resultados del primer trimestre de 2011 en materia de satisfacción son alentadores para la provincia. El nivel general llegó a un valor de 7,90. Pero este comportamiento no fue el mismo según se trate de distintos grupos de turistas.

Índice de Satisfacción (1 – 10)

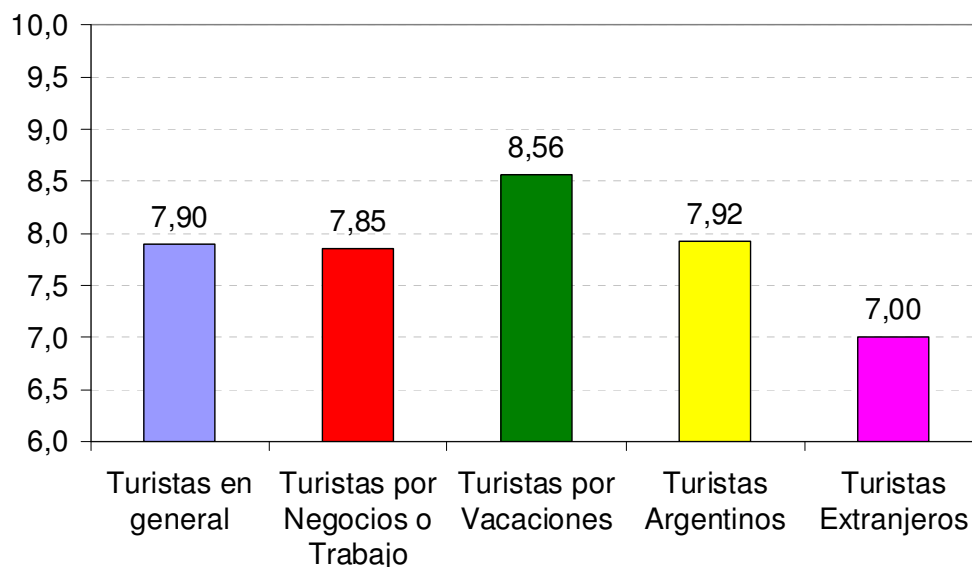


Gráfico 10: Índice de Satisfacción del turista general, por los principales motivos de viaje y

Aplicando tests de diferencia de medias (con 95% de nivel de confianza) se observa:

- ♦ El índice de satisfacción del grupo que llegó a San Miguel por motivos de negocios o trabajo fue inferior (7,85) al nivel de aquellos que llegan por vacaciones (8,56).
- ♦ Los turistas argentinos exhibieron un nivel de satisfacción mayor (7,92) que los extranjeros (7,00).

Índice de Satisfacción (1 – 10)	Nivel
Turistas en general	7,90
Turistas por Negocios o Trabajo	7,85
Turistas por Vacaciones	8,56
Turistas Argentinos	7,92
Turistas Extranjeros	7,00

**Fuente: Encuesta de Satisfacción del Turista (EST).
Dirección de Estadística de la Provincia de Tucumán**