
**Informe Estadístico
Turismo
2014**

AUTORIDADES

GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DE SALTA

Dr. Juan Manuel Urtubey

MINISTRO DE CULTURA Y TURISMO DE SALTA

Dr. Mariano Ovejero

SECRETARIO DE TURISMO

Lic. Fernando García Soria

EQUIPO DE TRABAJO

Subsecretaria de Desarrollo Turístico

Lic. Ana Cornejo

Dirección General de Planificación

Lic. Jose Piu

Programa de Estadísticas

Lic. Nelson Copa

Analia Bogino

Personal del Área de Información Turística

INDICE

| APARTADO | Pag. |
|--|-------------|
| RESUMEN EJECUTIVO | 4 |
| CAPITULO 1 – Oferta turística en la Provincia de Salta | 5 |
| 1.1 Alojamientos y plazas | 5 |
| 1.2 Agencias de viajes | 9 |
| 1.3 Prestadores de turismo alternativo | 10 |
| 1.4 Transporte aéreo | 11 |
| 1.5 Visitantes a museos | 11 |
| CAPITULO 2 – Demanda turística en la Provincia de Salta | 12 |
| 2.1 Tasa Neta de Ocupación | 12 |
| 2.2 Pernocte promedio | 14 |
| 2.3 Pernoctaciones | 15 |
| 2.4 Arribos turísticos | 16 |
| CAPITULO 3 – Fines de semana largo | 17 |
| 4.1 Arribos turísticos | 17 |
| 4.2 Pernoctaciones | 18 |
| CAPITULO 4 – Gasto turístico e impacto económico | 18 |
| CAPITULO 5 – Perfil del turista – General de la Provincia | 20 |
| 5.1 Origen de los turistas | 20 |
| 5.2 Edades | 21 |
| 5.3 Grupo de viaje y percepción de la Provincia | 22 |
| CAPITULO 6 – Perfil del turista – Por localidades | 23 |
| 6.1 Salta capital | 23 |
| <u>VALLES CALCHAQUIES</u> | |
| 6.2 Cafayate | 26 |
| 6.3 Cachi | 29 |
| <u>PUNA</u> | |
| 6.4 San Antonio de los Cobres | 31 |
| <u>VALLE DE LERMA</u> | |
| 6.5 Coronel Moldes | 34 |
| <u>Sur Histórico</u> | |
| 5.6 Rosario de la Frontera | 36 |
| CAPITULO 7 – Metodología y conceptos | 39 |
| 7.1 Relevamiento hotelero diario | 39 |
| 7.2 Encuesta al turista en la vía pública | 40 |
| 7.3 Definiciones | 42 |

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo es una actividad de gran relevancia para el desarrollo económico de nuestra región, siendo generadora no solo de ingresos, sino también de empleo. En este sentido, las estadísticas están confiriendo un nuevo reconocimiento a la industria turística, y permiten estimar los impactos directos e indirectos de la actividad.

La recolección de datos cuantitativos y cualitativos de esta industria, sirve para evaluar políticas, fijar prioridades, y medir el impacto social y económico que tendrá la aplicación de determinadas políticas o inversiones turísticas.

Al mismo tiempo, colabora con el monitoreo de efectos de programas y así orientar decisiones y establecer rápidamente una visión estratégica siendo sumamente útiles a la hora de planificar inversiones privadas y proyectar tendencias.

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar información que permita definir las principales características del comportamiento turístico durante el año 2.014 a los efectos de evidenciar el creciente desarrollo turístico en distintas localidades de la Provincia de Salta.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Estudiar el comportamiento de una serie de variables que permitan describir las características fundamentales de la actividad hotelera de la Provincia, alcanzando indicadores de oferta y demanda.
2. Estimar el número de arribos en la Provincia, aproximación a su comportamiento turístico y conocer el gasto turístico de los visitantes.
3. Complementar el análisis de la oferta, enfocándose en la recolección de información secundaria relacionadas a la actividad: Aeropuerto, Teleférico, Terminal de Ómnibus, Museos y Parques Nacionales.
4. Conocer el perfil del turista que visita la Provincia.

El presente material es un trabajo de recopilación de la información recogida y procesada durante el año 2.014.

CAPITULO 1.

OFERTA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA

1.1. Alojamiento y plazas

En el año 2.014 la oferta hotelera contó con un total de 19.563 plazas distribuidas en 504 establecimientos hoteleros y parahoteleros de toda la Provincia de Salta, estando el 59% de las plazas concentradas en la capital provincial.

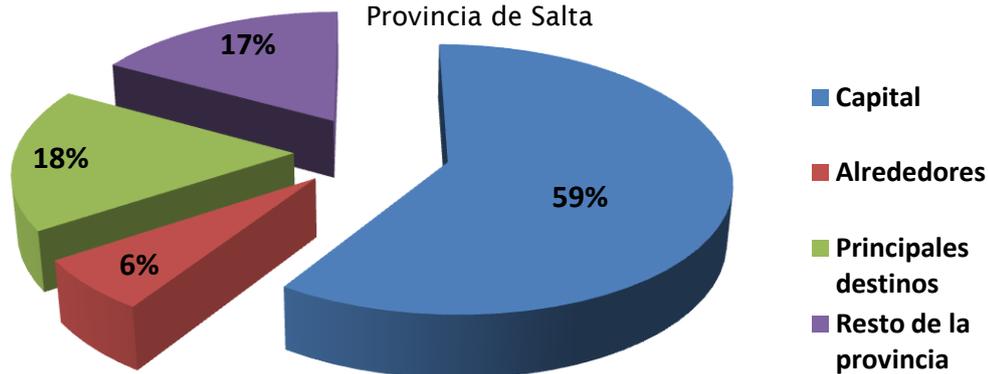
Los gráficos 1, 2 y 3 muestran la distribución de las plazas dentro de la provincia destacándose no solo el incremento del total de plazas respecto del año 2.006 sino también la mayor participación de las localidades del interior en el total de oferta hotelera provincial, pasando del 34% al 41%, concentrándose en el año 2014 más del 60% del total de plazas del interior en los valles Calchaquíes y el valle de Lerma.

Cuadro Nº1: Cantidad de plazas hoteleras y para hoteleras en la Provincia de Salta

| Localidad | 2014 | 2013 | Variación |
|---------------------------------|--------|--------|-----------|
| Ciudad de Salta | 11.588 | 11.752 | -1% |
| 5* | 624 | 624 | 0% |
| 4* | 1.344 | 1.344 | 0% |
| 3* | 2.030 | 1.948 | 4% |
| 2* | 1.317 | 1.317 | 0% |
| 1* | 1.124 | 1.124 | 0% |
| AP | 692 | 714 | -3% |
| RA | 1.571 | 1.687 | -7% |
| RB | 2.170 | 2.336 | -7% |
| S/C | 491 | 433 | 13% |
| GR | 225 | 225 | 0% |
| Alrededores | 1.249 | 1.241 | 1% |
| Principales Destinos | 3.413 | 3.397 | 0% |
| Resto de la Provincia | 3.313 | 3.346 | -1% |
| Total de plazas en la Provincia | 19.563 | 19.736 | -1% |

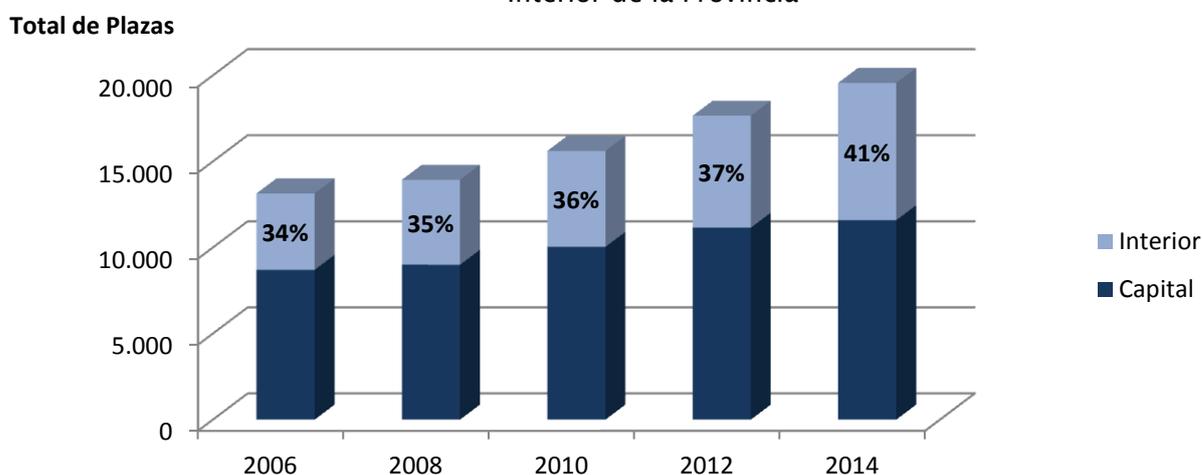
Fuente: Registro Hotelero. Dirección de Calidad. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta.

Gráfico N°1: Distribución de plazas hoteleras y para hoteleras dentro de la Provincia de Salta



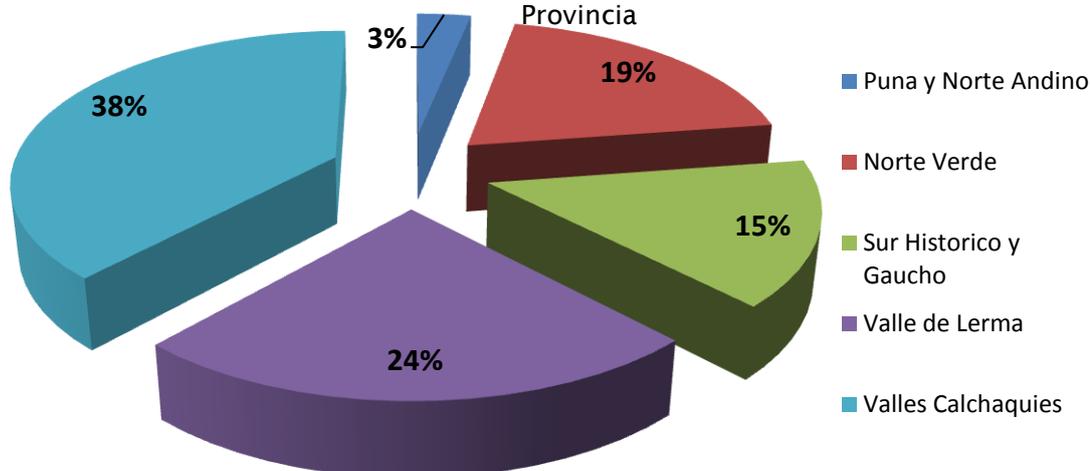
Fuente: Elaboración propia con información provista por la Dirección de Calidad. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta

Gráfico N° 2: Evolución de cantidad de plazas hoteleras. Capital e Interior de la Provincia



Fuente: Elaboración propia con información provista por la Dirección de Calidad. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta

Gráfico N° 3: Distribución de plazas por regiones del interior de la Provincia



Fuente: Elaboración propia con información provista por la Dirección de Calidad. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta

La Provincia de Salta contó en el año 2.014 con un total de 504 establecimientos hoteleros y parahoteleros registrados concentrándose el 55% del total en el interior de la provincia, porcentaje que se viene incrementando de manera continua desde el año 2.007.

Cuadro N°2: Establecimientos por tipo de alojamiento. Provincia de Salta, según localidad

| | Total general (1+2) | Total Hotel (1) | Total Parahotel (2) | Parahotel | | | | |
|--------------------------------------|---------------------|-----------------|---------------------|-----------|---------------|----------|---------------|-------------|
| | | | | Cabaña | Casa de Campo | Hostería | Hotel Gremial | Residencial |
| Capital | | | | | | | | |
| Capital | 227 | 107 | 120 | 0 | 0 | 0 | 2 | 118 |
| Región La Puna y Norte Andino | | | | | | | | |
| Iruya | 5 | 0 | 5 | 0 | 0 | 3 | 0 | 2 |
| San Antonio de los Cobres | 4 | 1 | 3 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 |
| Tolar Grande | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Región Norte Verde | | | | | | | | |
| Colonia Sta. Rosa | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Embarcación | 4 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| Los Toldos | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Orán | 13 | 9 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| Salvador Mazza | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Tartagal | 12 | 9 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| Región Sur Histórico y Gaucho | | | | | | | | |
| El Bordo | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Gral. Güemes | 7 | 4 | 3 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 |
| Joaquín V. González | 3 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Las Lajitas | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Metán | 6 | 4 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| Rosario de la Frontera | 11 | 5 | 6 | 2 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| Región Valle de Lerma | | | | | | | | |
| Campo Quijano | 7 | 0 | 7 | 6 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Cerrillos | 6 | 0 | 6 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 |
| Coronel Moldes | 12 | 1 | 11 | 4 | 0 | 7 | 0 | 0 |
| Chicoana | 4 | 1 | 3 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| El Carril | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| La Caldera | 4 | 0 | 4 | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 |

| | | | | | | | | |
|----------------------------------|------------|------------|------------|-----------|----------|-----------|----------|------------|
| La Calderilla | 2 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| La Silleta | 4 | 0 | 4 | 0 | 1 | 2 | 0 | 1 |
| Rosario de Lerma | 3 | 1 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| San Agustín | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| San Luis | 5 | 1 | 4 | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| Ampascachi | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Vª San Lorenzo | 33 | 5 | 28 | 15 | 1 | 11 | 0 | 1 |
| Vaqueros | 11 | 0 | 11 | 9 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| Región Valles Calchaquíes | | | | | | | | |
| Angastaco | 4 | 0 | 4 | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| Cachi | 17 | 3 | 14 | 2 | 0 | 6 | 0 | 6 |
| Cafayate | 68 | 22 | 46 | 6 | 1 | 11 | 1 | 27 |
| La Poma | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Molinos | 4 | 1 | 3 | 0 | 0 | 2 | 0 | 1 |
| Payogasta | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| San Carlos | 7 | 0 | 7 | 0 | 0 | 4 | 0 | 3 |
| Seclantás | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 |
| Talapampa | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Tolombón | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Total general | 504 | 186 | 318 | 58 | 4 | 76 | 3 | 177 |

(1) Alojamiento: Hoteles de 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas, Apart hoteles, Sin categorizar

(2) Alojamiento Parahotelero: Hoteles gremiales, Residenciales, Hosterías, Cabañas, Casas de campo

* Incluye alojamientos habilitados y en trámite de habilitación, en base a la información recabada por el Departamento de Fiscalización dependiente del Ministerio de Cultura y Turismo

1.2. Agencias de Viajes

La Provincia de Salta, durante el año 2014, mantuvo la misma cantidad y distribución de Agencias de Viajes (AV) contando con un total de 157 registradas, concentrándose principalmente en capital (88%). Esta información se puede observar en el siguiente cuadro descriptivo.

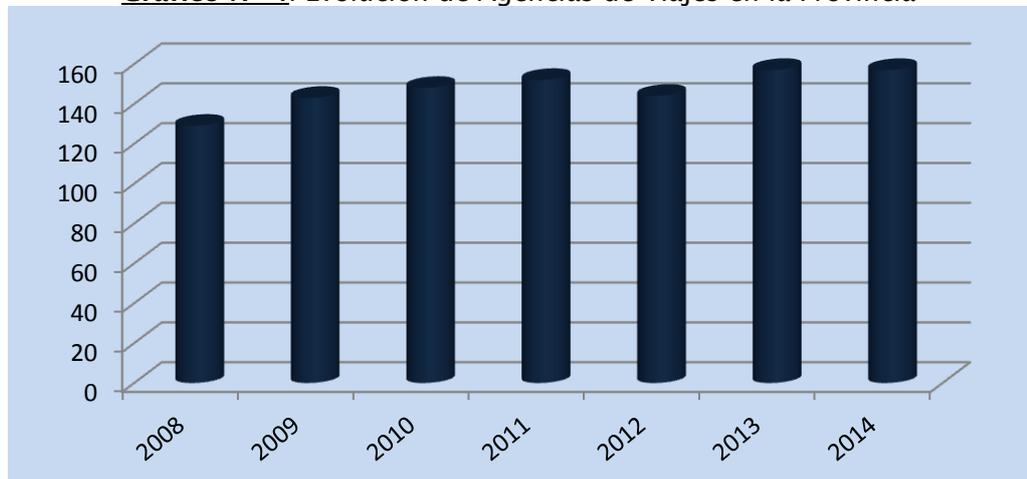
Cuadro N°3: Cantidad de agencias de viajes por localidad

| Localidad | Cantidad |
|----------------------------------|------------|
| Cachi | 1 |
| EVT | 1 |
| Cafayate | 4 |
| EVT | 4 |
| Capital | 138 |
| AT | 7 |
| EVT | 129 |
| ESPL | 2 |
| Cerrillos | 1 |
| EVT | 1 |
| El Jardín | 1 |
| EVT | 1 |
| Metán | 1 |
| EVT | 1 |
| Orán | 3 |
| EVT | 3 |
| San Antonio de los Cobres | 1 |
| EVT | 1 |
| Tartagal | 1 |
| EVT | 1 |
| V^a San Lorenzo | 4 |
| EVT | 4 |
| Vaqueros | 2 |
| EVT | 2 |
| Total de Agencias 2014 | 157 |

AT: Agencia de Turismo; EVT: Empresa de Viajes y Turismo; ESFL: Empresas sin Fines de Lucro.

Fuente: Base de Fiscalización - Ministerio de Cultura y Turismo

Gráfico N° 4: Evolución de Agencias de Viajes en la Provincia



1.3. Prestadores de Turismo Alternativo

El **Turismo de Alternativo** implica viajes cuya motivación principal es la práctica de actividades turístico-recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales. Implica la exploración de paisajes, donde el viajero puede esperar lo inesperado. Es una modalidad de turismo en constante aumento ya que los turistas buscan vacaciones inusuales, diferentes de las típicas vacaciones, donde la experiencia es lo importante. El marco normativo Provincial a esta actividad, reconoce como actividades de Turismo Alternativo (Turismo Activo o de Aventura) a las siguientes: Cabalgatas, Cicloturismo, Montañismo, Senderismo, Travesía (trekking) Todoterreno, Canotaje, Navegación lacustre, Observación de aves, Travesías, Fotográficas, Kite Buggy, Escalada, Rappel, Tirolesa, Campoy, Espeleología, Campamentismo, Caza y Pesca.

Cuadro N°4: Cantidad de prestadores de Turismo Alternativo por región

| | TOTAL |
|--------------------|-------|
| Capital | 24 |
| Alrededores | 3 |
| Valle de Lerma | 6 |
| Valles Calchaquíes | 2 |
| Zona Sur | 2 |
| | 37 |

Cuadro N°5: Cantidad de prestadores de Turismo Alternativo por servicios brindados

| Actividad | TOTAL |
|---|-------|
| Cabalgata | 12 |
| Montañismo (senderismo, trekking, alta montaña) | 21 |
| Escalada | 2 |
| Espeleología | 1 |
| Travesía 4x4 | 10 |
| Rafting | 3 |
| Rappel | 3 |
| Tirolesa | 3 |
| Campamentismo | 4 |
| Tobogan de Agua | 1 |
| Motos de Agua | 1 |
| Mountain Bike | 5 |
| Safaris Fotográficos | 2 |
| Motos | 2 |
| Cuatriciclos | 4 |
| Observación de Aves | 2 |

Fuente: Base de Fiscalización - Ministerio de Cultura y Turismo

1.4. Transporte Aéreo

Cuadro N°6: Transporte Aéreo

| | 2013 | 2014 | Variación |
|--------------------|---------|---------|------------|
| Total de Pasajeros | 706.485 | 749.567 | 6% |
| Frecuencia mensual | 76 | 84 | 11% |

Fuente: Aeropuertos Argentina 2000

1.5. Visitantes a Museos

La Provincia de Salta en el año 2.014 contó con 11 Museos provinciales que recibieron un total de 359.145 visitantes, un 5% más que en el año 2.013. El Museo de Arqueología de Alta Montaña (MAAM) fue el museo con más visitas representando el 48% del total de visitas. Además se puede apreciar que el Museo de Bellas Artes "Quinquela Martín" de Rosario de la Frontera fue quien incrementó en mayor proporción la cantidad de visitas, por segundo año consecutivo, recibiendo un 61% más que el año anterior (un 265% más que año 2.012).

Cuadro N° 7: Cantidad de Visitantes a Museos de la Provincia

| Museo | 2013 | 2014 | Variación % Anual |
|-------------------------|----------------|----------------|-------------------|
| MAAM Salta | 149.496 | 173.322 | 16% |
| MAC Salta | 38.949 | 26.436 | -32% |
| MAS Salta | 16.802 | 15.171 | -10% |
| MBA Salta | 12.485 | 8.620 | -31% |
| MCAR Salta | 9.520 | 12.112 | 27% |
| MAPPD Cachi | 22.545 | 27.176 | 21% |
| MCN Vespucio | 5.257 | 4.914 | -7% |
| MBAQM R° Front | 3.265 | 5.255 | 61% |
| MVV Cafayate | 45.041 | 51.089 | 13% |
| MVR La Cruz | 5.543 | 4.862 | -12% |
| MyS Sta. Rosa de Tastil | 32.073 | 30.188 | -6% |
| Total | 340.976 | 359.145 | 5% |

Fuente: Dirección General de Patrimonio Cultural

MAAM-Museo de Arq. de Alta Montaña / MAC-Museo de Arte Contemporáneo / MAS-Museo de Antrop.de Salta / MBA-Museo de Bellas Artes de Salta / MCAR-Museo Casa Arias Rengel / MAPPD-Museo Arq- Pío Díaz-Cachi / MCNPB-Museo de Cs. Nat. Parodi Bustos- Vespucio / MBAQM-Museo Bellas Artes Quinquela Martín-R° Frontera / MVV-Museo de La Vid y el Vino-Cafayate / MVR-Museo de la Vida Rural-Finca La Cruz

CAPITULO 2.

DEMANDA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA

2.1. Tasa Neta de Ocupación

Cuadro N°8: Tasa Neta de Ocupación anual, por región.

| | 2013 | 2014 |
|------------------------------------|------------|------------|
| Capital | 53% | 55% |
| Alrededores | 26% | 28% |
| Principales destinos | 39% | 42% |
| Resto de la Provincia | 28% | 32% |
| TNO Provincial | 46% | 48% |
| TNO Provincial - Turística* | 49% | 50% |

(*) Turística incluye Capital, Alrededores y Principales Destinos

Cuadro N°9: Tasa Neta de Ocupación por mes

| | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Prom Anual |
|--------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Capital | 57% | 48% | 47% | 55% | 54% | 47% | 72% | 60% | 64% | 67% | 56% | 33% | 55% |
| 5* | N/D |
| 4* | 62% | 56% | 55% | 62% | 57% | 50% | 72% | 63% | 69% | 72% | 68% | 39% | 61% |
| 3* | 50% | 41% | 44% | 53% | 56% | 50% | 77% | 69% | 70% | 74% | 58% | 26% | 56% |
| 2* | 49% | 36% | 37% | 45% | 42% | 33% | 67% | 52% | 59% | 53% | 45% | 21% | 45% |
| 1* | 79% | 69% | 67% | 69% | 67% | 56% | 83% | 71% | 70% | 73% | 72% | 52% | 69% |
| Ap | 71% | 62% | 54% | 71% | 67% | 58% | 89% | 71% | 77% | 80% | 70% | 50% | 68% |
| RA | 53% | 44% | 42% | 48% | 36% | 31% | 54% | 39% | 38% | 41% | 39% | 29% | 41% |
| RB | 73% | 54% | 49% | 49% | 48% | 38% | 62% | 49% | 49% | 54% | 48% | 39% | 51% |
| S/C | 79% | 56% | 77% | 77% | 66% | 48% | 87% | 76% | 76% | 90% | 79% | 53% | 72% |
| GR | 26% | 57% | 43% | 44% | 50% | 39% | 67% | 52% | 57% | 64% | 53% | 37% | 49% |
| Alrededores | 57% | 31% | 23% | 23% | 14% | 8% | 42% | 23% | 32% | 39% | 24% | 17% | 28% |
| Pples Dest. | 55% | 38% | 44% | 39% | 32% | 24% | 55% | 40% | 42% | 51% | 52% | 30% | 42% |
| Cafayate | 58% | 49% | 47% | 40% | 33% | 23% | 59% | 43% | 45% | 52% | 54% | 33% | 45% |
| Cachi | 69% | 47% | 51% | 47% | 33% | 24% | 59% | 41% | 37% | 53% | 52% | 34% | 46% |
| Ros. Front | 25% | 21% | 20% | 21% | 27% | 29% | 39% | 32% | 32% | 41% | 34% | 23% | 29% |
| S.A.C. | 48% | 35% | 52% | 49% | 31% | 27% | 47% | 41% | 44% | 55% | 66% | 37% | 44% |
| Moldes | 63% | 44% | 28% | 28% | 16% | 13% | 28% | 13% | 21% | 27% | 32% | 26% | 28% |
| Resto | 24% | 24% | 30% | 29% | 35% | 36% | 36% | 33% | 35% | 36% | 38% | 28% | 32% |
| TNO | 52% | 43% | 44% | 47% | 46% | 39% | 63% | 51% | 55% | 59% | 51% | 30% | 48% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

Ap: Apart-hotel; RA: Residencial "A"; RB: Residencial "B"; S/C: Incluye a los hoteles Boutiques y aquellos establecimientos cuya categoría aun se encuentra en trámite; GR: Hoteles Gremiales.

N/D: No se puede informar el Dato. (por Ley 17.622)

Cuadro N°10: Tasa Neta de Ocupación de Capital según categoría

| CATEGORÍA | 2013 | 2014 |
|--------------------|------------|------------|
| 4* | 59% | 61% |
| 3* | 51% | 56% |
| 2* | 43% | 45% |
| 1* | 71% | 69% |
| Ap | 63% | 68% |
| RA | 46% | 41% |
| RB | 51% | 51% |
| S/C | 71% | 72% |
| GR | 48% | 49% |
| TNO Capital | 53% | 55% |

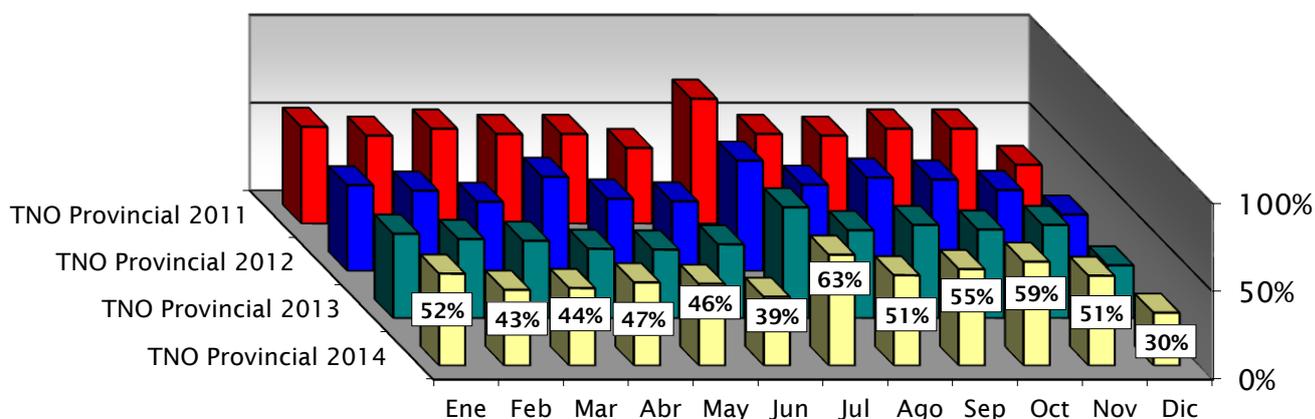
Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

Cuadro N°11: Tasa Neta de Ocupación por regiones y localidades

| LOCALIDAD | 2013 | 2014 |
|--|------------|------------|
| Alrededores (San Lorenzo, Vaqueros, La Caldera, San Luis, La Silleta) | 26% | 28% |
| Principales Destinos | 39% | 42% |
| Cafayate | 40% | 45% |
| Cachi | 43% | 46% |
| Ros. De la Frontera | 31% | 29% |
| San Antonio de los Cobres | 37% | 44% |
| Coronel Moldes | 48% | 28% |
| Resto de la provincia | 28% | 32% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

Gráfico N° 5: Tasa de Ocupación provincial por año



2.2. Pernocte Promedio

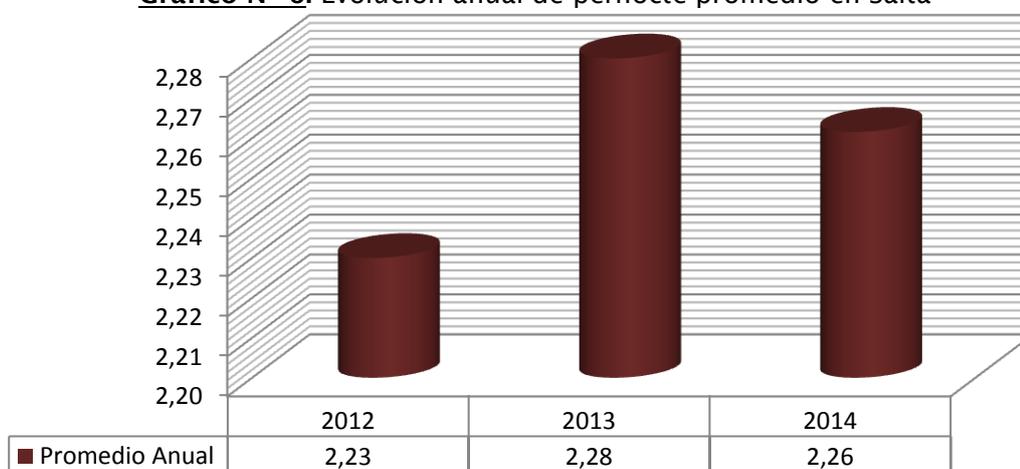
El pernocte es la cantidad promedio de noches que cada viajero permanece alojado en un establecimiento hotelero o parahotelero, fuera de su lugar de residencia habitual, en el lugar visitado. Se estima a partir de la información suministrada por los hoteles en relación a ingresos y egresos de pasajeros.

Cuadro N°12: Pernocte promedio por mes

| | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Anual |
|--------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| Capital | 2,66 | 2,45 | 2,48 | 2,44 | 2,41 | 2,51 | 2,77 | 2,61 | 2,56 | 2,54 | 2,47 | 2,25 | 2,51 |
| 5* | N/D |
| 4* | 2,95 | 2,85 | 2,63 | 2,65 | 2,60 | 2,64 | 3,39 | 2,64 | 2,77 | 2,66 | 2,55 | 2,40 | 2,73 |
| 3* | 3,72 | 2,61 | 4,09 | 3,53 | 2,87 | 3,42 | 3,35 | 4,4 | 3,33 | 3,68 | 3,21 | 2,60 | 3,40 |
| 2* | 2,11 | 2,14 | 2,03 | 2,23 | 2,18 | 2,17 | 2,73 | 2,42 | 2,54 | 2,39 | 2,12 | 1,98 | 2,25 |
| 1* | 2,17 | 2,14 | 2,15 | 2,04 | 2,17 | 2,13 | 2,22 | 2,03 | 2,18 | 2,1 | 1,94 | 1,78 | 2,09 |
| AP | 3,16 | 3,25 | 2,68 | 3,04 | 2,81 | 3,01 | 3,3 | 3,08 | 3,27 | 3,28 | 3,37 | 3,52 | 3,15 |
| RA | 1,85 | 1,86 | 1,8 | 1,79 | 1,92 | 1,83 | 2,03 | 1,87 | 1,9 | 1,91 | 1,85 | 1,76 | 1,86 |
| RB | 2,13 | 2,23 | 2,08 | 2,23 | 2,07 | 2,19 | 2,3 | 2 | 2,26 | 2,07 | 2,09 | 1,87 | 2,13 |
| GR | 2,52 | 2,02 | 2,22 | 2,19 | 2,39 | 2,47 | 2,66 | 2,42 | 2,47 | 2,32 | 2,10 | 2,13 | 2,33 |
| S/C | 2,70 | 2,27 | 2 | 2,06 | 2,17 | 2,12 | 2,44 | 2,45 | 2,19 | 2,41 | 2,21 | 2,00 | 2,25 |
| Alrededores | 3,44 | 3,06 | 2,35 | 2,14 | 2,37 | 1,85 | 2,96 | 2,04 | 1,74 | 2,26 | 2,07 | 1,67 | 2,33 |
| Principales destinos | 1,50 | 1,58 | 1,44 | 1,25 | 1,21 | 1,32 | 1,27 | 1,22 | 1,22 | 1,29 | 1,32 | 1,35 | 1,33 |
| Cafayate | 1,53 | 1,74 | 1,50 | 1,28 | 1,22 | 1,3 | 1,24 | 1,19 | 1,23 | 1,28 | 1,36 | 1,43 | 1,36 |
| Cachi | 1,67 | 1,42 | 1,54 | 1,25 | 1,14 | 1,3 | 1,22 | 1,27 | 1,20 | 1,13 | 1,12 | 1,33 | 1,30 |
| Rosario de la Frontera | 1,29 | 1,27 | 1,23 | 1,22 | 1,34 | 1,5 | 1,40 | 1,44 | 1,36 | 1,68 | 1,47 | 1,21 | 1,37 |
| Coronel Moldes | 2,54 | 1,85 | 1,82 | 1,64 | 1,51 | 1,8 | 1,98 | 1,43 | 1,26 | 1,45 | 1,77 | 1,48 | 1,71 |
| San Antonio de los Cobres | 1,03 | 1,03 | 1,02 | 1,01 | 1,00 | 1,0 | 1,22 | 1,01 | 1,05 | 1,05 | 1,02 | 1,01 | 1,04 |
| Resto de la provincia | 2,22 | 2,22 | 2,17 | 2,29 | 2,04 | 2,41 | 2,46 | 2,11 | 2,12 | 2,48 | 2,92 | 2,33 | 2,32 |
| Pernocte Promedio en la Pcia. | 2,43 | 2,29 | 2,24 | 2,19 | 2,14 | 2,25 | 2,47 | 2,25 | 2,20 | 2,30 | 2,32 | 2,07 | 2,26 |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

Gráfico N° 6: Evolución anual de pernocte promedio en Salta



Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

2.3. Pernoctaciones

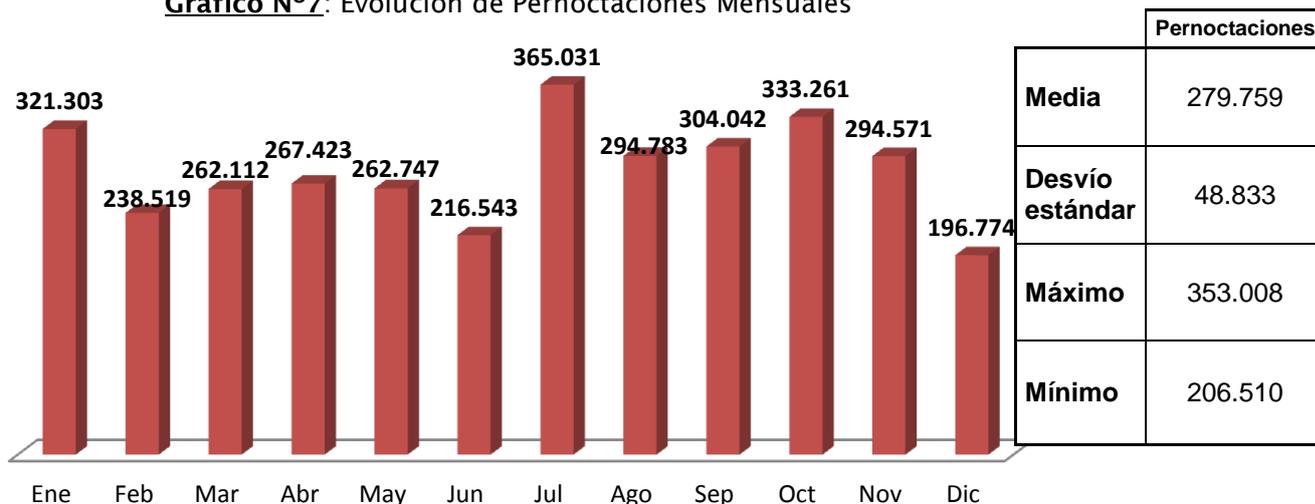
Corresponde a la cantidad de noches camas que los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros y parahoteleros habilitados por el Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia. Obviamente que, al tener mayor participación en el total de plazas provinciales, la ciudad de Salta aporta la mayor proporción de turistas que pernoctan en la Provincia, pero aun así se puede destacar que en los principales destinos la cantidad de pernoctaciones crecieron en mayor medida (20%) pasando de 381.823 pernoctaciones en 2.012 a 456.247 en 2.013.

Cuadro N°13: Cantidad de pernoctaciones por región

| | 2013 | 2014 | Variación |
|--------------------------------|------------------|------------------|-------------|
| Capital | 2.275.486 | 2.331.409 | 2,5% |
| Alrededores | 118.627 | 119.017 | 0,3% |
| Principales destinos | 458.790 | 514.284 | 12,1% |
| Resto de la provincia | 330.187 | 392.397 | 18,8% |
| Total de pernoctaciones | 3.183.090 | 3.357.107 | 5,5% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario.

Gráfico N°7: Evolución de Pernoctaciones Mensuales



Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

El Gráfico N°7 representa el comportamiento mensual que tuvo el total de las pernoctaciones en la provincia de Salta en el año 2014, en el cual se observa claramente picos por encima del valor promedio mensual (279.759 pernoctaciones) en los meses de Enero, Julio, Septiembre, Octubre y Noviembre. Si se definiera como temporada alta a aquellos meses donde la cantidad de pernoctes sea superior en al menos 1,5 desvío estándar a la media mensual y como temporada baja a aquellos meses cuya cantidad de pernoctes sea inferior en al menos 1,5 desvío estándar al promedio mensual sólo el mes de Julio y Diciembre son considerado como temporada alta y baja respectivamente, mostrando una desestacionalización marcada en los últimos años.

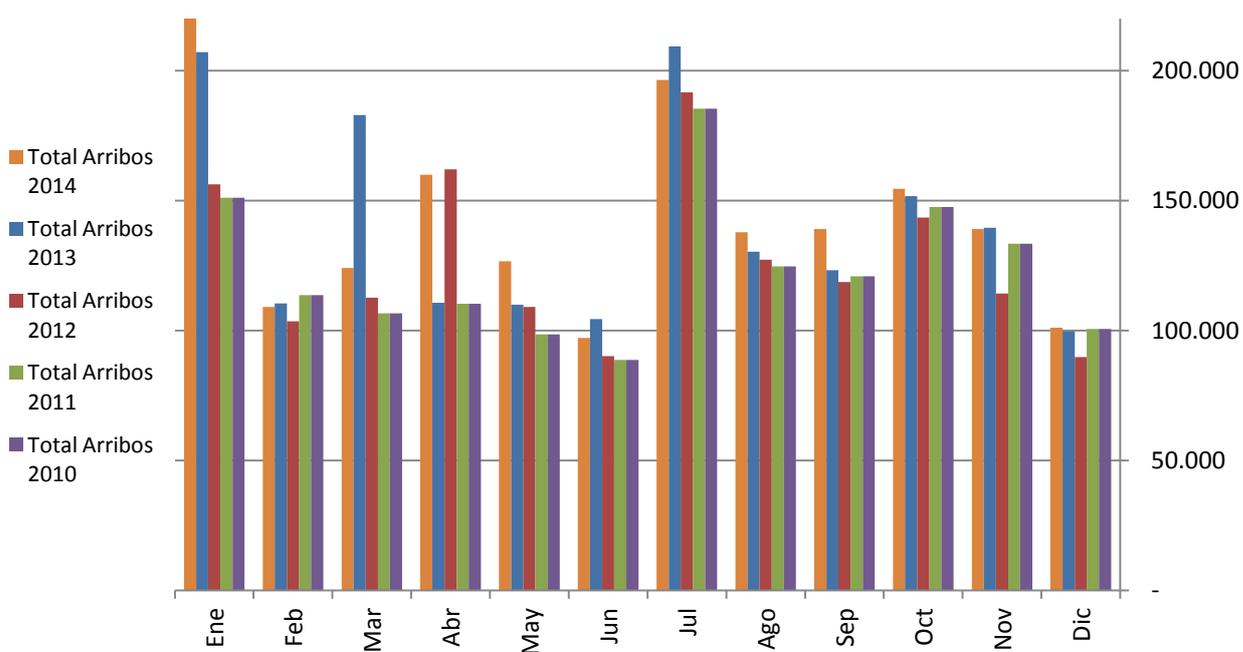
2.4. Arribos turísticos

Cuadro N°14: Cantidad de arribos turísticos

| Localidad | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ciudad de Salta | 957.917 | 927.931 | 897.318 | 915.254 |
| Alrededores | 50.572 | 47.141 | 49.203 | 54.770 |
| Principales Destinos | 381.362 | 335.082 | 271.563 | 250.235 |
| Cafayate | 264.644 | 209.890 | 148.874 | 142.416 |
| Cachi | 55.482 | 53.382 | 43.949 | 36.544 |
| Rosario de la Frontera | 30.015 | 32.594 | 36.703 | 43.457 |
| Coronel Moldes | 18.436 | 27.884 | 37.401 | 23.844 |
| San Antonio de los Cobres | 11.283 | 11.333 | 4.636 | 4.443 |
| Resto de la Provincia* | 170.204 | 168.270 | 175.143 | 161.590 |
| Subtotal | 1.560.055 | 1.478.117 | 1.393.227 | 1.381.850 |
| Estimación de la cantidad de turistas que se hospedaron en casas de familiares, camping y otros | 146.647 | 200.906 | 125.291 | 125.232 |
| Cantidad Total de arribos | 1.706.703 | 1.679.023 | 1.518.517 | 1.507.082 |

*A partir del año 2.013 la localidad Iruya se incorpora a la región Resto de la Provincia, razón por la cual, se verán modificaciones en los totales de dicha región y en Principales destinos pero no en el total acumulado para los años anteriores.

Gráfico N°8: Comparación de Arribos entre los años 2.010 y 2.014



CAPITULO 3.

FINES DE SEMANA LARGO

En los últimos años, los fines de semanas largo empezaron a representar un importante factor desestacionalizador de la actividad turística. El ordenamiento de estas fechas colabora a las economías regionales, es este caso a la Provincia de Salta, a contar con un flujo constante de turistas durante todo el año otorgando previsibilidad al trabajo del sector.

Para el año 2.014 se aprobaron 17 días feriados nacionales de los cuales 16 son obligatorios los cuales según calendario o con la implementación por Decreto de feriados puentes y el traslado de algunas fechas, se contabilizaron nueve fines de semana largo, dos en Marzo (Carnaval y Día Nacional de la Memoria por la Verdad y Justicia), uno en Abril correspondiente a Semana Santa, en Mayo se decretó feriado puente turístico para el día del trabajador, uno en el mes de Junio por el paso a la inmortalidad del Gral. Manuel Belgrano. De los últimos cuatro fines de semana largo, tres se debieron por traslado por Decreto para la conmemoración del paso a la inmortalidad del Gral. José de San Martín, Día del Respeto por la Diversidad Cultural y Día de la Soberanía Nacional correspondientes a los meses de Agosto, Octubre y Noviembre respectivamente, durante el mes de Diciembre hubo un fin de semana largo correspondiente de la Inmaculada concepción de María. A este cumulo de fines de semana largo que surgen de feriados nacionales en la provincia se le agrega un fin de semana largo en Septiembre por la festividad del Milagro.

A continuación se expone un resumen de los arribos turísticos y pernoctaciones que se dieron por los fines de semana largo antes mencionados con sus respectivas participaciones sobre el total de arribos y pernoctaciones mensuales.

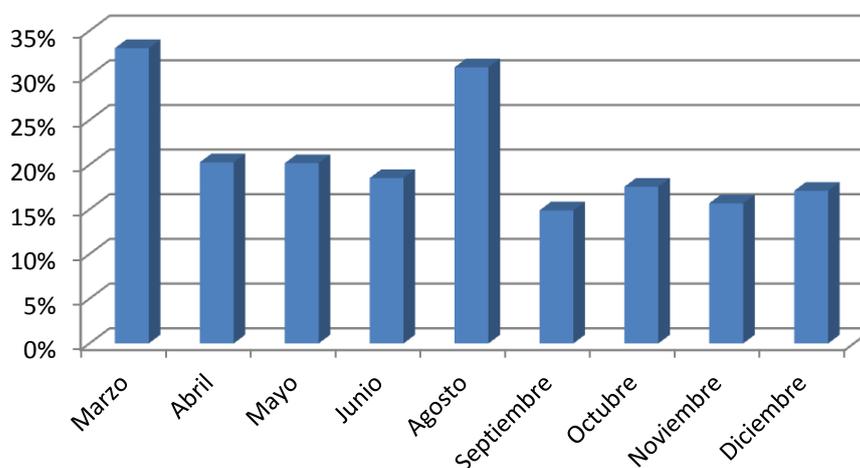
3.1 Arribos turísticos

Cuadro N°15: Cantidad de arribos turísticos por mes correspondiente a fines de semana largo

| | Mar | Abr | May | Jun | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
|-----------------------------------|---------|---------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| Total de Arribos | 124.077 | 159.912 | 126.670 | 97.087 | 137.756 | 139.071 | 154.477 | 139.060 | 101.022 | 1.706.703 |
| Arribos por fines de semana largo | 41.028 | 32.428 | 25.561 | 17.973 | 42.593 | 20.717 | 27.096 | 21.833 | 17.269 | 246.498 |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

Gráfico N°9: Participación de los arribos durante los fines de semana largo respecto al total de arribos por mes



Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

El conjunto de fines de semanas largos aportan 246.498 arribos turísticos a la provincia, lo que representa un 14% del total de arribos del año 2.014. Se puede observar que los fines de semana largo de Marzo y Agosto explicaron más del 30% del total de arribos de sus respectivos meses, con la salvedad que durante el mes de marzo se contabilizaron dos fines de semanas largos.

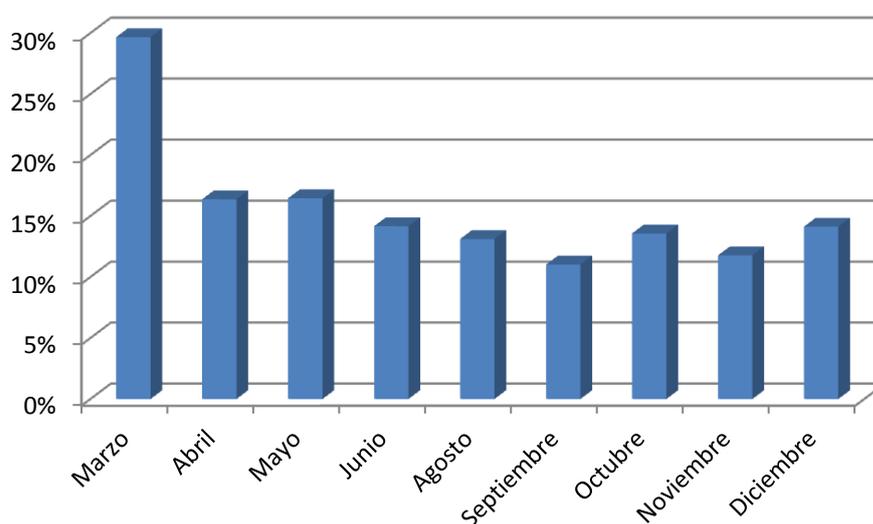
3.2 Pernoctaciones

Cuadro N°16: Cantidad de pernoctaciones por mes correspondiente a fines de semana largo

| | Mar | Abr | May | Jun | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| Total de Pernoctaciones | 262.112 | 267.423 | 262.747 | 214.730 | 294.783 | 304.042 | 333.261 | 294.571 | 196.774 | 3.355.294 |
| Pernoctaciones por fines de semana largo | 77.770 | 43.791 | 43.252 | 30.424 | 38.660 | 33.516 | 45.237 | 34.695 | 27.806 | 375.152 |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

Gráfico N°10: Participación de las pernoctaciones durante los fines de semana largo respecto al total de pernoctaciones por mes



Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

Los fines de semana largo explican el 11% del total de pernoctaciones que ocurrieron durante el año 2014. A diferencia de los arribos turísticos, resalta el mes de Marzo muy por encima de la media puesto que cuenta con dos fines de semana largo mientras que el resto solo uno.

CAPITULO 4.

GASTO TURISTICO E IMPACTO ECONOMICO

El gasto promedio diario turístico (GPDT) comprende todo gasto de consumo de bienes y servicios efectuado por un turista o por cuenta de un turista durante su estadía en el lugar visitado. Excluye el valor del transporte de arribo y salida de la provincia, pero incluye el valor del transporte dentro de la misma. Se considera Julio como mes de referencia

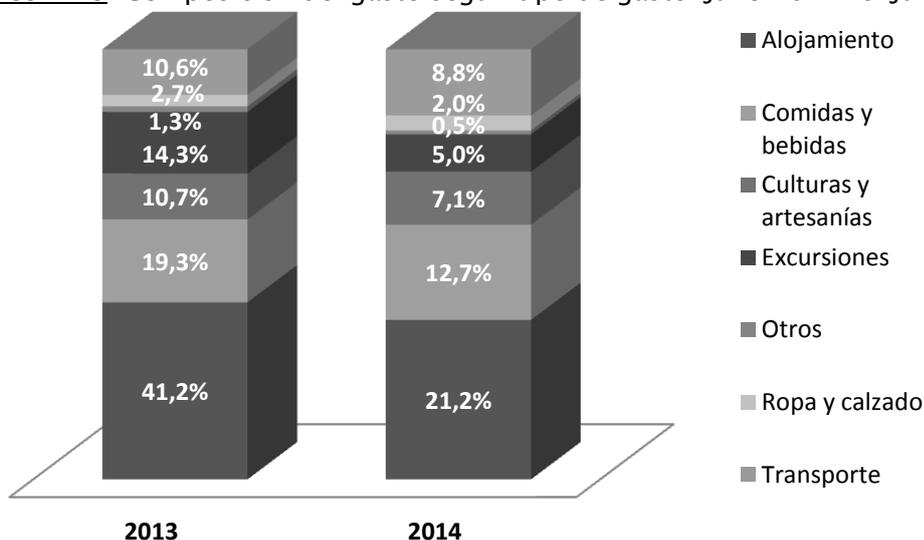
Cuadro N°17: Gasto promedio diario por turista

| | jul-14 | jul-13 | jul-12 | jul-11 |
|---------------------------------------|---------|------------|------------|-----------|
| Gasto promedio diario general en \$ | \$ 822 | \$ 572 | \$ 483 | \$ 405 |
| Gasto promedio diario general en U\$D | USD 100 | USD 104,06 | USD 111,26 | USD 98,06 |

La siguiente tabla muestra el GPDT de Julio de 2014 por localidad y su composición:

| Localidad | Gasto diario x Turista | Alojamiento | Comidas y bebidas | Culturas y artesanías | Excursiones | Otros | Ropa y calzado | Transporte |
|---------------------------|------------------------|-------------|-------------------|-----------------------|-------------|-------|----------------|------------|
| Salta | \$ 810,32 | 39% | 22% | 11% | 10% | 1% | 3% | 14% |
| San Lorenzo | \$ 839,02 | 30% | 18% | 18% | 14% | 1% | 4% | 14% |
| Cafayate | \$ 747,35 | 30% | 26% | 19% | 6% | 0% | 2% | 18% |
| Cachi | \$ 775,22 | 32% | 22% | 12% | 15% | 2% | 1% | 16% |
| R° de la Frontera | \$ 854,74 | 50% | 21% | 0% | 0% | 0% | 0% | 29% |
| San Antonio de los Cobres | \$ 971,25 | 19% | 13% | 11% | 40% | 0% | 0% | 17% |
| Oran | \$ 931,06 | 22% | 13% | 5% | 0% | 25% | 9% | 26% |
| Metán | \$ 558,11 | 25% | 18% | 1% | 3% | 13% | 2% | 38% |
| Cnel. Moldes | \$ 868,68 | 29% | 22% | 14% | 11% | 1% | 2% | 21% |

Gráfico N° 9: Composición del gasto según tipo de gasto. Julio 2014 vs. Julio 2013



CAPITULO 5.

PERFIL DEL TURISTA – GENERAL DE LA PROVINCIA

Para poder elaborar el perfil del turista que visita la Provincia de Salta, el Ministerio de Cultura y Turismo realiza el Relevamiento en la Vía Pública tres veces al año durante las temporadas de Verano (mes de Enero), Semana Santa e Invierno (mes de Julio) del cual se desprende la siguiente información cualitativa.

5.1. Origen de los turistas

Cuadro N°16: Origen del turista por temporada

| | Verano | Semana Santa | Invierno |
|-------------|--------|--------------|----------|
| Nacionales | 89% | 83% | 91% |
| Extranjeros | 11% | 17% | 9% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública.

Cuadro N°17: Origen del turista por mes

| | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic | Total |
|-------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Nacionales | 80% | 81% | 80% | 81% | 89% | 87% | 90% | 88% | 91% | 91% | 81% | 80% | 85% |
| Extranjeros | 20% | 19% | 20% | 19% | 11% | 13% | 10% | 12% | 9% | 9% | 19% | 20% | 15% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

Cuadro N°18: Proporción de turistas nacionales según principales provincia emisoras de turistas a la Provincia de Salta

| Provincias | Verano | Semana Santa | Invierno | 2014 | 2013 |
|------------------------|--------|--------------|----------|-------|-------|
| Buenos Aires y Capital | 39% | 27% | 28% | 32,1% | 36,0% |
| Salta | 19% | 14% | 7% | 12,8% | 6,0% |
| Tucumán | 16% | 13% | 7% | 11,5% | 10,1% |
| Córdoba | 5% | 10% | 16% | 10,5% | 12,8% |
| Santa Fe | 5% | 9% | 15% | 9,9% | 8,7% |
| Jujuy | 4% | 6% | 2% | 3,7% | 3,3% |
| Entre Ríos | 1% | 3% | 4% | 2,7% | 2,2% |
| Mendoza | 1% | 2% | 4% | 2,4% | 3,8% |
| Catamarca | 2% | 2% | 2% | 1,9% | 1,9% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública.

Cuadro N°19: Proporción de turistas extranjeros según país de origen

| Países | Verano | Semana Santa | Invierno | 2014 | 2013 |
|----------------|------------|--------------|-----------|------------|-----------|
| Bolivia | 31% | 8% | 18% | 19,5% | 22,2% |
| Uruguay | 2% | 32% | 9% | 14,0% | 2,9% |
| Chile | 15% | 6% | 12% | 10,9% | 9,3% |
| Francia | 7% | 9% | 10% | 8,8% | 10,5% |
| España | 4% | 9% | 9% | 7,2% | 3,7% |
| Brasil | 7% | 5% | 8% | 6,6% | 6,3% |
| Paraguay | 4% | 4% | 4% | 4,2% | 4,5% |
| EEUU | 2% | 3% | 8% | 3,9% | 5,6% |
| Alemania | 3% | 3% | 4% | 3,3% | 4,8% |
| Inglaterra | 2% | 3% | 2% | 2,6% | 4,0% |
| General | 11% | 17% | 9% | 15% | 9% |

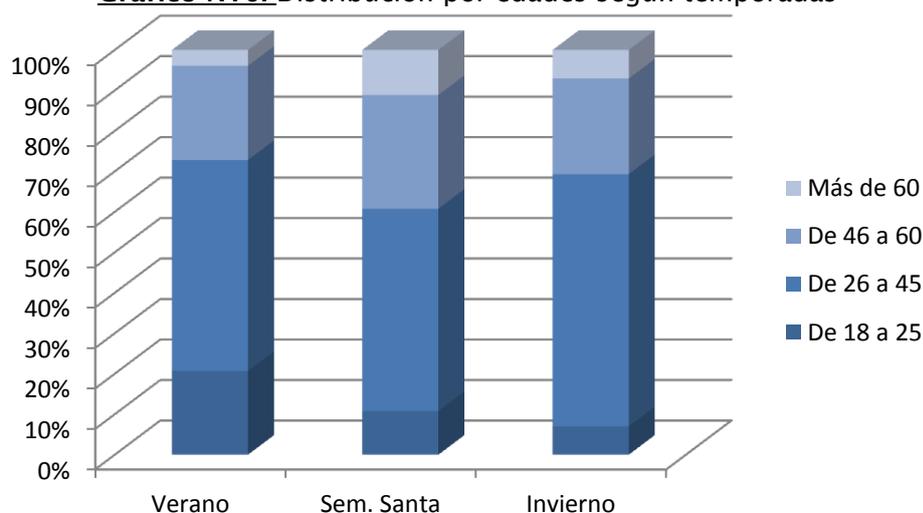
Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública.

5.2. Edades

Cuadro N°20: Distribución por edades según temporada

| Edad | Verano | Sem. Santa | Invierno | 2014 | 2013 |
|------------|--------|------------|----------|-------|-------|
| De 18 a 25 | 21% | 11% | 7% | 13,0% | 12,1% |
| De 26 a 45 | 52% | 50% | 62% | 55,8% | 54,9% |
| De 46 a 60 | 23% | 28% | 24% | 24,5% | 27,3% |
| Más de 60 | 4% | 11% | 7% | 6,7% | 5,7% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública.

Grafico N10: Distribución por edades según temporadas

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

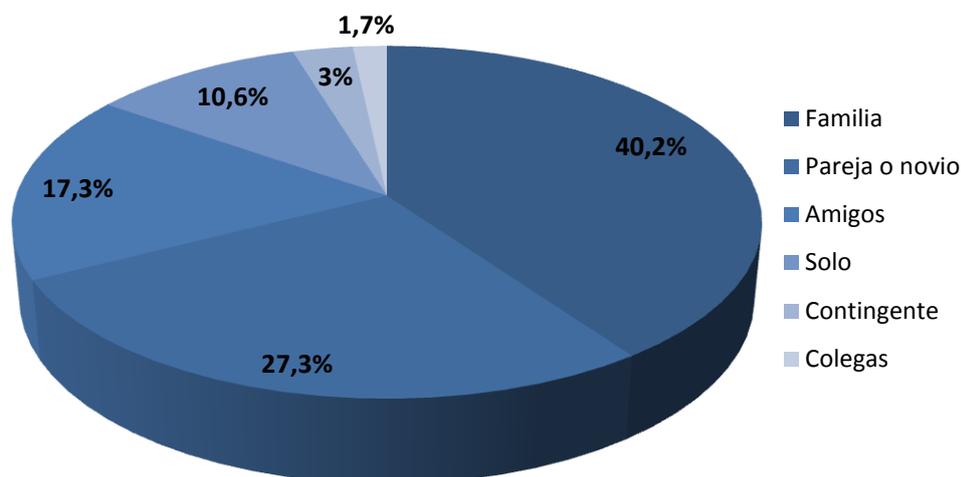
5.3. Grupo de Viaje y percepción de la Provincia

Cuadro N°21: Composición del grupo de viaje según temporada

| Acompañante | Verano | Sem. Santa | Invierno | 2014 | 2013 |
|----------------|--------|------------|----------|-------|-------|
| Familia | 37,4% | 27,4% | 49,4% | 40,2% | 48,7% |
| Pareja o novio | 27,9% | 31,8% | 24,3% | 27,3% | 23,0% |
| Amigos | 21,5% | 16,5% | 13,8% | 17,3% | 14,5% |
| Solo | 9,8% | 16,9% | 8,1% | 10,6% | 9,7% |
| Contingente | 1,9% | 4,7% | 3,2% | 3,0% | 3,7% |
| Colegas | 1,5% | 2,8% | 1,3% | 1,7% | 0,4% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública.

Gráfico N°11: Composición del grupo de viaje. Año 2014



Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°22: Lo mejor de Salta*

| | Verano | Semana Santa | Invierno | General |
|---|--------|--------------|----------|---------|
| Relacionados a la naturaleza | 81% | 76,7% | 70,4% | 75,5% |
| Relacionados al patrimonio arquitectónico y cultural | 27% | 27,1% | 30,5% | 42,7% |
| Relacionados a la tranquilidad, amabilidad & hospitalidad | 36% | 38,6% | 41,9% | 39,1% |
| Oferta turística | 10% | 14,1% | 11,1% | 11,4% |
| Lugares turísticos y/o religiosos | 9% | 6,7% | 10,0% | 9,2% |
| Relacionado a la Cultura y los Museos | 5,1% | 7,2% | 10,6% | 7,9% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública
*Respuesta múltiple

CAPITULO 6.

PERFIL DEL TURISTA – POR LOCALIDADES

Las siguientes características de los turistas que pernoctan en localidades de la Provincia, son resultados de las encuestas realizadas en la vía pública durante el 2.014, en las siguientes localidades con sus respectivas proporciones:

| | Verano | Semana Santa | Julio | Total Año |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Salta | 878 | 535 | 976 | 2.389 |
| Cafayate | 278 | 96 | 243 | 617 |
| Cachi | 86 | 48 | 93 | 227 |
| Coronel Moldes | 46 | 24 | 55 | 125 |
| Metán | 38 | 25 | 40 | 103 |
| Orán | 0 | 11 | 30 | 41 |
| Rosario de la Frontera | 44 | 29 | 50 | 123 |
| San Antonio de los Cobres | 38 | 24 | 37 | 99 |
| San Lorenzo | 96 | 44 | 106 | 246 |
| Total | 1.504 | 836 | 1.630 | 3.970 |

6.1. SALTA CAPITAL

Cuadro N°23: Proporción de turistas nacionales según provincia de origen en Salta Capital

| Provincia | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|-----------------|--------|--------------|-------|---------|
| Buenos Aires | 19,1% | 26,4% | 22,1% | 22% |
| Capital Federal | 29,7% | 7,8% | 6,5% | 15% |
| Santa Fe | 6,1% | 10,0% | 17,6% | 12% |
| Córdoba | 6,2% | 11,5% | 16,7% | 12% |
| Tucumán | 11,2% | 10,0% | 4,4% | 8% |
| Salta | 8,6% | 4,7% | 2,5% | 5% |
| Jujuy | 4,2% | 6,4% | 1,8% | 4% |
| Mendoza | 0,4% | 2,2% | 5,3% | 3% |
| Entre Ríos | 1,1% | 3,7% | 3,6% | 3% |
| Misiones | 1,2% | 1,7% | 2,5% | 2% |
| Catamarca | 1,9% | 2,2% | 1,6% | 2% |
| Corrientes | 1,3% | 1,7% | 2,3% | 2% |
| Resto del País | 9,1% | 11,7% | 13,4% | 11% |

Cuadro N°24: Composición del grupo de viaje según temporada en Salta Capital

| Grupo | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|----------------|--------|--------------|-------|---------|
| Familia | 34,5% | 23,2% | 52,6% | 39% |
| Pareja o novio | 29,3% | 35,9% | 24,6% | 29% |
| Amigos | 21,8% | 16,8% | 13,2% | 17% |
| Solo | 11,6% | 17,0% | 7,0% | 11% |
| Contingente | 1,5% | 5,1% | 1,8% | 2% |
| Colegas | 1% | 2% | 1% | 1% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°25: Motivo principal de viaje

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|-------|--------------|
| Ocio, esparcimiento o recreación | 84,7% | 78,3% | 88,0% | 84,6% |
| Visitas a familiares o amigos | 6,0% | 10,5% | 6,6% | 7,2% |
| Trabajos, negocios, motivos profesionales | 4,0% | 4,5% | 2,9% | 3,6% |
| Salud | 1,8% | 2,1% | 0,6% | 1,4% |
| Motivos religiosos | 0,2% | 1,5% | 0,2% | 0,5% |
| Participación en eventos | 0,3% | 1,3% | 0,1% | 0,5% |
| Estudio | 0,1% | 0,8% | 0,6% | 0,5% |
| Otros | 2,7% | 1,1% | 1,0% | 1,7% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°26: Actividades realizadas

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|-------|------------|
| Transitar por la localidad | 87,8% | 86,6% | 91,4% | 89% |
| Paseos en teleférico | 54,6% | 65,8% | 66,8% | 62% |
| Culturales | | | | |
| Peñas folclóricas | 49,8% | 42,6% | 60,5% | 53% |
| Visitas a museos o Iglesias | 41,3% | 40,2% | 46,7% | 43% |
| Ferias o exposición de artesanías | 19,5% | 6,2% | 8,2% | 12% |
| Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural | 9,1% | 14,6% | 0,2% | 6% |
| Turismo de aventura | | | | |
| Trekking | 4,0% | 0,8% | 0,9% | 2% |
| Cabalgata | 1,2% | 0,0% | 0,5% | 1% |
| Otra actividad de turismo alternativo | 6,3% | 1,2% | 0,0% | 3% |
| Experiencia en turismo rural | 2,2% | 1,0% | 0,3% | 1% |
| Asistir a un evento deportivo | 3,0% | 0,9% | 0,4% | 1% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°27: Medio de transporte empleado para llegar al destino

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|--------------------------|--------|--------------|-------|------------|
| Automóvil particular | 37,6% | 36,0% | 56,6% | 45% |
| Ómnibus de línea regular | 38,6% | 34,7% | 20,9% | 31% |
| Transporte aéreo | 19,7% | 22,0% | 19,6% | 20% |
| Ómnibus alquilado | 1,3% | 4,9% | 1,6% | 2% |
| Automóvil alquilado | 1,1% | 1,3% | 0,4% | 1% |
| Otros | 1,7% | 1,1% | 0,9% | 1% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°28: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|----|--------|--------------|-------|------------|
| Si | 49,5% | 37,6% | 39,6% | 43% |
| No | 50,5% | 62,4% | 60,4% | 57% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°29: Porcentaje de turistas según percepción sobre Lo mejor de la Localidad*

| Lo mejor | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|-------|------------|
| Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima | 74,0% | 70,2% | 67,0% | 68% |
| Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad | 36,0% | 44,7% | 43,3% | 41% |
| Infraestructura y particularidades de la ciudad | 31,5% | 32,0% | 37,9% | 36% |
| Cultura/ museos | 8,4% | 8,9% | 11,7% | 11% |
| Ofertas turísticas, eventos | 11,8% | 9,2% | 8,7% | 11% |
| Entretenimiento | 6,3% | 3,5% | 3,9% | 6% |
| Lugares Turísticos y/o religiosos | 7,5% | 5,4% | 5,9% | 5% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°30: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

| Lo que Cambiaría | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|-------|------------|
| Limpieza | 30,6% | 46,9% | 54,1% | 41% |
| Infraestructura y mantenimiento | 29,3% | 27,0% | 44,9% | 33% |
| Tránsito | 17,6% | 34,6% | 30,4% | 25% |
| Nada | 46,8% | 1,8% | | 24% |
| Calidad de servicios /calidad de atención | 16,2% | 29,0% | 11,1% | 18% |
| Información Turística | 21,5% | 20,6% | 10,2% | 18% |
| Precios | 11,4% | 16,6% | 17,7% | 14% |
| Oferta turística | 8,1% | 17,4% | 16,1% | 13% |
| Señalizar | 12,1% | 5,6% | 8,2% | 9% |
| Rutas y caminos | 2,7% | | 1,7% | 2% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

| Gasto | Verano | Semana Santa | Julio |
|-------|-----------|--------------|-----------|
| GDPT | \$ 480,55 | \$ 670,28 | \$ 810,32 |

VALLES CALCHAQUIES

6.2. Cafayate

Cuadro N°31: Proporción de turistas nacionales según provincia de origen en Cafayate

| Provincia | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---------------------|--------|--------------|-------|---------|
| Tucumán | 34,8% | 30,7% | 13,5% | 26% |
| Salta | 30,4% | 26,1% | 6,1% | 20% |
| Buenos Aires | 8,9% | 5,7% | 29,1% | 16% |
| Capital Federal | 12,6% | 6,8% | 2,6% | 8% |
| Santa Fe | 3,3% | 10,2% | 12,2% | 8% |
| Córdoba | 1,1% | 3,4% | 16,5% | 8% |
| Catamarca | 1,9% | 2,3% | 3,9% | 3% |
| Jujuy | 3,3% | 3,4% | 1,7% | 3% |
| Mendoza | 0,4% | 2,3% | 2,6% | 2% |
| Santiago del Estero | 0,4% | 2,3% | 1,7% | 1% |
| Chaco | 1,1% | 1,1% | 0,4% | 1% |
| Entre Ríos | 0,1% | 2,3% | 1,3% | 1% |
| Otras Provincias | 1,8% | 3,4% | 8,3% | 5% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°32: Composición del grupo de viaje según temporada en Cafayate

| Grupo | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|----------------|--------|--------------|-------|---------|
| Familia | 45,7% | 32,3% | 49,2% | 45% |
| Pareja o novio | 25,5% | 32,3% | 26,5% | 27% |
| Amigos | 21,2% | 18,8% | 16,1% | 19% |
| Solo | 6,8% | 8,3% | 4,1% | 6% |
| Contingente | 0,4% | 6,3% | 2,9% | 2% |
| Colegas | 0,4% | 2,1% | 1,2% | 1% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°33: Motivo principal de viaje

| Motivo | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|--------|---------|
| Ocio, esparcimiento o recreación | 91,73% | 83,33% | 89,26% | 89,5% |
| Visitas a familiares o amigos | 2,16% | 12,50% | 5,79% | 5,2% |
| Trabajos, negocios, motivos profesionales | 3,60% | 4,17% | 4,55% | 4,1% |
| Participación en eventos | 1,80% | | 0,41% | 1,0% |
| Salud | 0,72% | | | 0,3% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°34: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en Cafayate

| Actividades | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|--------|------------|
| Transitar por el pueblo | 65,11% | 88,54% | 62,81% | 68% |
| Experiencias vinculadas al mundo del vino | 9,35% | 7,29% | 13,64% | 11% |
| Turismo rural | 3,24% | | 0,41% | 2% |
| Culturales | | | | |
| Ferias o exposición de artesanías | 0,36% | 1,04% | 0,41% | 1% |
| Visitas a museos o Iglesias | 2,52% | 1,10% | 5,37% | 3% |
| Peñas folclóricas | 0,72% | | 5,79% | 3% |
| Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural | 0,72% | | | 1% |
| Turismo de aventura | | | | |
| Trekking | 3,60% | | 1,65% | 2% |
| Cabalgata | 0,72% | | | 1% |
| Otra actividad de turismo alternativo | | | 0,45% | 1% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°35: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

| Medio de transporte | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|--------------------------|--------|--------------|-------|------------|
| Automóvil particular | 52,5% | 52,1% | 64,9% | 57% |
| Ómnibus de línea regular | 38,1% | 33,3% | 23,6% | 32% |
| Transporte aéreo | 4,7% | 9,4% | 9,1% | 7% |
| Ómnibus alquilado | 0,4% | 2,1% | 1,2% | 1% |
| Automóvil alquilado | 1,4% | | 1,2% | 1% |
| Otro | 2,9% | 3,1% | | 2% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°36: Porcentaje de turistas según cuantas veces visitó la localidad

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|-----------------------|--------|--------------|-------|------------|
| 2 o 3 veces en 5 años | 40,9% | 24,1% | 15,4% | 31% |
| 1 vez en 5 años | 21,6% | 14,8% | 25,3% | 22% |
| 4 o 5 veces en 5 años | 21,0% | 40,7% | 6,6% | 20% |
| Hasta 2 veces por año | 6,6% | 5,6% | 1,1% | 5% |
| 4 o más veces por año | 1,7% | 3,7% | 8,8% | 4% |
| Hasta 3 veces por año | | 5,1% | 3,3% | 3% |
| Ninguna vez | 8,3% | 6,0% | 39,6% | 16% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°37: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|--------|------------|
| Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima | 89,75% | 86,25% | 91,25% | 90% |
| Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad | 75,92% | 65,13% | 66,84% | 70% |
| Ofertas turísticas, eventos | 6,78% | 20,11% | 14,54% | 12% |
| Casco histórico / arquitectura / edificios | 13,98% | 4,21% | 6,01% | 10% |
| Lugares Turísticos | 2,05% | 9,01% | 12,81% | 8% |
| Cultura/ museos | | 4,50% | 5,14% | 3% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°38: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en Cafayate

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|--------|------------|
| Información Turística | 28,32% | 33,51% | 13,56% | 29% |
| Infraestructura y mantenimiento | 17,80% | 25,53% | 28,81% | 25% |
| Calidad de servicios /calidad de atención | 29,78% | 12,77% | 5,08% | 25% |
| Oferta turística | 27,06% | 8,51% | 15,25% | 24% |
| Precios | 16,71% | 6,38% | 15,25% | 20% |
| Tránsito | 1,82% | 33,51% | 3,39% | 7% |
| Señalizar | 2,91% | 12,77% | 10,17% | 5% |
| Limpieza | 9,62% | 31,38% | 5,08% | 5% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

| Gasto | Verano | Semana Santa | Julio |
|-------|-----------|--------------|-----------|
| GDPT | \$ 370,05 | \$ 544,87 | \$ 747,35 |

6.3. Cachi:

Cuadro N°39: Composición del grupo de viaje según temporada en Cachi

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|----------------|--------|--------------|--------|---------|
| Familia | 27,91% | 37,50% | 34,41% | 33% |
| Pareja o novio | 22,09% | 31,25% | 25,81% | 26% |
| Amigos | 36,05% | 10,42% | 16,13% | 22% |
| Contingente | | 6,25% | 21,51% | 10% |
| Solo | 9,30% | 12,5 | 1,08% | 7% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°40: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en Cachi

| | Verano | Semana Salta | Julio | General |
|---|--------|--------------|---------|---------|
| Caminar por el pueblo | 99,86% | 107,99% | 100,00% | 105% |
| Turismo rural | 12,30% | | | 6% |
| Experiencias vinculadas al mundo del vino | 3,79% | 66,32% | 20,87% | 19% |
| Culturales | | | | |
| Peñas folclóricas | 13,77% | 53,82% | 36,15% | 29% |
| Visitas a museos o Iglesias | 43,97% | | 64,28% | 42% |
| Ferias o exposición de artesanías | 31,34% | | 52,84% | 32% |
| Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural | 50,50% | | | 24% |
| Turismo de aventura | | | | |
| Trekking | 6,74% | | | 3% |
| Cabalgata | 4,56% | | | 2% |
| Otra actividad de turismo alternativo | | 8,10% | | 5% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados según 3 opciones de respuesta.

Cuadro N°41: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|--------------------------|--------|--------------|--------|---------|
| Automóvil particular | 56,98% | 56,25% | 37,63% | 49% |
| Ómnibus de línea regular | 25,58% | 22,92% | 20,43% | 23% |
| Transporte aéreo | 12,79% | 16,67% | 15,05% | 15% |
| Ómnibus alquilado | | 4,16% | 24,73% | 11% |
| Automóvil alquilado | 1,16% | | 2,16% | 1% |
| Otro | 3,49% | | | 1% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°42: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|-----------------------|--------|--------------|--------|---------|
| 2 o 3 veces en 5 años | 27,27% | 48,70% | 14,81% | 30% |
| 1 vez en 5 años | 15,91% | 19,84% | 20,12% | 19% |
| 4 o 5 veces en 5 años | 20,45% | 8,17% | 1,87% | 12% |
| Hasta 3 veces por año | 2,27% | 8,70% | 7,41% | 5% |
| Hasta 2 veces por año | 4,55% | 1,29% | 0,23% | 3% |
| 4 o más veces por año | | 4,35% | | 1% |
| Ninguna vez | 29,55% | 8,95% | 55,56% | 30% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°43: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

| Lo mejor | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|--------|---------|
| Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima | 80,89% | 82,09% | 82,64% | 91,3% |
| Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad | 54,10% | 37,27% | 65,88% | 51,5% |
| Casco histórico / arquitectura / edificios | 61,40% | 38,64% | 22,69% | 42,9% |
| Cultura/ museos | 1,20% | 4,00% | 16,10% | 6,2% |
| Ofertas turísticas, eventos | | | 4,40% | 1,8% |
| Lugares Turísticos | 1,20% | 3,86% | | 1,8% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública
*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°44: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|---------|---------|
| Infraestructura y mantenimiento | 35,17% | 11,76% | 129,63% | 43% |
| Oferta turística | 37,52% | 32,35% | 29,63% | 40% |
| Calidad de servicios /calidad de atención | 32,20% | 17,65% | | 29% |
| Nada | 35,85% | 0,00% | | 22% |
| Señalizar | 18,77% | 14,71% | 7,41% | 18% |
| Limpieza | 7,61% | 55,88% | 7,41% | 13% |
| Información Turística | 5,88% | 52,94% | 18,52% | 12% |
| Precios | 12,32% | 0,00% | 7,41% | 10% |
| Rutas y caminos | 6,44% | 5,88% | | 6% |
| Servicios de transporte | 8,24% | 2,94% | | 5% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública
*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

| Gasto | Verano | Semana Santa | Julio |
|-------|-----------|--------------|-----------|
| GDPT | \$ 253,63 | \$ 579,10 | \$ 775,22 |

PUNA

6.4. San Antonio de los Cobres

Cuadro N°45: Composición del grupo de viaje según temporada en San Antonio de los Cobres

| Grupo | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|----------------|--------|--------------|--------|---------|
| Amigos | 37,84% | 37,50% | 24,32% | 33% |
| Familia | 29,59% | 25,00% | 35,14% | 30% |
| Pareja o novio | 21,62% | 33,33% | 32,43% | 29% |
| Solo | 8,11% | | 2,70% | 4% |
| Contingente | 3,06% | 4,17% | 5,41% | 3% |
| Colegas | 5,41% | | | 2% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°46: Motivo principal de viaje

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|----------------------------------|--------|--------------|--------|---------|
| Ocio, esparcimiento o recreación | 21,05% | 95,83% | 97,30% | 68% |
| Dakar | 60,53% | | | 23% |
| Visitas a familiares o amigos | 5,26% | 4,17% | | 3% |
| Participación en eventos | 5,26% | | 2,70% | 3% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°47: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en la Localidad

| Actividades | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|-----------------------------------|--------|--------------|---------|---------|
| Culturales | | | | |
| Peñas folclóricas | | 61,90% | 95,00% | 51% |
| Visitas a museos o Iglesias | | 62,78% | 12,10% | 49% |
| Ferias o exposición de artesanías | | | 66,67% | 14% |
| Turismo de aventura | 15,20% | | 2,01% | 5% |
| DAKAR | 87,57% | | | 26% |
| Caminar por el pueblo | 54,73% | 100,00% | 100,00% | 80% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°48: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|--------------------------|--------|--------------|--------|---------|
| Automóvil particular | 71,05% | 33,33% | 27,02% | 45% |
| Ómnibus alquilado | | 12,50% | 56,76% | 24% |
| Ómnibus de línea regular | 7,89% | 29,17% | 16,22% | 16% |
| Transporte aéreo | 5,26% | 20,83% | | 7% |
| Automóvil alquilado | 2,63% | 4,17% | | 2% |
| Otros | 13,17% | | | 5% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°49: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|-----------------------|--------|--------------|--------|---------|
| Ninguna vez | 50,00% | 16,67% | 52,01% | 40,0% |
| 1 vez en 5 años | 25,00% | 50,00% | 27,14% | 33,3% |
| 4 o más veces por año | 12,50% | 33,33% | 11,17% | 20,0% |
| 2 o 3 veces en 5 años | 12,50% | | 9,68% | 6,7% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°50: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

| Lo mejor | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|--------|---------|
| Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima | 91,04% | 93,05% | 85,16% | 90,4% |
| Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad | 14,10% | 41,66% | 36,58% | 34,2% |
| Ofertas turísticas, eventos | 19,24% | 26,39% | 33,50% | 27,1% |
| Casco histórico / arquitectura / edificios | 4,02% | 34,72% | 26,15% | 24,7% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°51: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

| Lo que Cambiaría | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|-------|------------|
| Nada | 57,9% | | | 39% |
| Información Turística | 71,9% | 8,3% | | 39% |
| Limpieza | | 83,3% | 10,1% | 24% |
| Calidad de servicios /calidad de atención | 36,0% | | 33,3% | 22% |
| Señalizar | 15,8% | 25,0% | 13,8% | 16% |
| Oferta turística | 2,6% | | 33,4% | 5% |
| Rutas y caminos | 5,3% | | | 4% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

| Gasto | Verano | Semana Santa | Julio |
|-------|----------|--------------|----------|
| GPDT | \$ 503,9 | \$ 941,1 | \$ 971,3 |

VALLE DE LERMA

6.5. Coronel Moldes

Cuadro N°52: Composición del grupo de viaje según temporada en la Localidad

| Grupo | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|----------------|--------|--------------|--------|---------|
| Familia | 52,17% | 50,00% | 52,73% | 52,0% |
| Pareja o novio | 28,26% | 20,83% | 23,64% | 24,8% |
| Amigos | 15,22% | 16,67% | 12,73% | 14,4% |
| Solo | 2,17% | 8,33% | 7,27% | 5,6% |
| Colegas | 2,17% | | 3,64% | 2,4% |
| Contingente | | 4,17% | | 0,8% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°53: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en Coronel Moldes

| Actividades | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---------------------------------------|--------|--------------|--------|---------|
| Caminar por el pueblo | 71,43% | 85,88% | 58,18% | 68,9% |
| Visitar Dique Cabra Corral | 4,76% | 5,03% | 18,19% | 10,1% |
| Culturales | | | | |
| Peñas folclóricas | | | 3,64% | 1,7% |
| Turismo de aventura | | | | |
| Trekking | 4,76% | | 10,91% | 6,7% |
| Cabalgata | 2,38% | | | 0,8% |
| Otra actividad de turismo alternativo | 11,90% | 9,09% | | 5,9% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública
*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°54: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

| Medio de transporte | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|--------------------------|--------|--------------|--------|---------|
| Automóvil particular | 67,39% | 70,83% | 67,27% | 68,0% |
| Ómnibus de línea regular | 17,39% | 4,17% | 21,82% | 16,8% |
| Transporte aéreo | 15,22% | 20,83% | 9,09% | 13,6% |
| Automóvil alquilado | | 4,17% | | 0,8% |
| Otros | | | 1,82% | 0,8% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°55: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|-----------------------|--------|--------------|--------|--------------|
| 1 vez en 5 años | 21,74% | 27,27% | 61,90% | 38,2% |
| 2 o 3 veces en 5 años | 21,74% | 36,36% | 9,52% | 20,0% |
| 4 o más veces por año | 13,04% | 11,48% | 4,76% | 12,7% |
| 4 o 5 veces en 5 años | 8,70% | 9,09% | | 5,5% |
| Hasta 3 veces por año | | | 4,77% | 1,8% |
| Ninguna vez | 34,78% | 15,80% | 19,05% | 21,8% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°56: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

| Lo mejor | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|--------|--------------|
| Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima | 42,22% | 57,32% | 94,44% | 70,4% |
| Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad | 49,50% | 76,01% | 42,60% | 51,4% |
| Lugares Turísticos | 53,94% | 66,67% | 38,89% | 48,2% |
| Ofertas turísticas, eventos | 20,40% | | 12,96% | 13,1% |
| Casco histórico / arquitectura / edificios | 31,71% | | | 10,3% |
| Cultura/ museos | | | 5,56% | 2,9% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°57: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|--------|--------------|
| Oferta turística | 61,36% | 40,47% | 90,77% | 66,3% |
| Señalizar | 81,82% | 14,29% | 14,97% | 45,7% |
| Información Turística | 9,09% | 61,90% | 14,83% | 26,2% |
| Limpieza | 2,27% | 47,62% | 15,53% | 19,4% |
| Infraestructura | 9,09% | 21,43% | | 9,6% |
| Tránsito | 4,55% | | 20,00% | 6,9% |
| Calidad de servicios /calidad de atención | 4,55% | 7,14% | 8,57% | 5,5% |
| Precios | 2,27% | 7,14% | 6,67% | 4,1% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

| Gasto | Verano | Semana Santa | Julio |
|-------|--------|--------------|--------|
| GPDT | \$ 565 | \$ 658 | \$ 869 |

SUR HISTORICO

6.6. Rosario de la Frontera

Cuadro N°58: Composición del grupo de viaje según temporada en la Localidad

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|----------------|--------|--------------|-------|---------|
| Familia | 25,6% | 75,9% | 60,0% | 52% |
| Pareja o novio | 23,3% | 10,3% | 18,0% | 18% |
| Amigos | 14,0% | 6,9% | 18,0% | 14% |
| Solo | 18,6% | 6,9% | | 8% |
| Contingente | 18,6% | | | 7% |
| Colegas | | | 4,0% | 2% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°59: Motivo principal de viaje

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|-------|---------|
| Ocio, esparcimiento o recreación | 45,5% | 82,8% | 42,4% | 53% |
| Salud | 11,4% | 10,4% | 26,0% | 17% |
| Por entretenimiento | | 3,9% | 28,2% | 11% |
| Trabajos, negocios, motivos profesionales | 22,7% | | | 8% |
| Visitas a familiares o amigos | 18,2% | | 2,7% | 7% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°60: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en Rosario de la Frontera

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|--|--------|--------------|-------|---------|
| Caminar por el pueblo o ciudad | 38,6% | 89,7% | 16,7% | 41% |
| Experiencias con aguas termales | | | 34,1% | 14% |
| Actividades profesionales | 15,9% | 6,9% | | 7% |
| Practicar algún deporte | 15,9% | | 1,2% | 6% |
| Turismo aventura | | | | |
| Cabalgata | | 3,5% | | 1% |
| Otra actividad de turismo alternativo | 2,3% | | 3,9% | 2% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°61: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|--------------------------|--------|--------------|-------|------------|
| Automóvil particular | 63,6% | 85,7% | 74,2% | 74% |
| Ómnibus de línea regular | 13,6% | 10,7% | 20,0% | 16% |
| Ómnibus alquilado | 18,2% | | | 7% |
| Transporte aéreo | 4,6% | | 1,9% | 2% |
| Otro | | 3,6% | 3,9% | 2% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°62: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|-----------------------|--------|--------------|--------|------------|
| 4 o más veces por año | 58,01% | 38,81% | 60,64% | 55% |
| 1 vez en 5 años | 7,50% | 17,74% | 14,02% | 13% |
| 4 o 5 veces en 5 años | 15,03% | 25,93% | 2,89% | 12% |
| 2 o 3 veces en 5 años | 5,18% | 3,70% | 3,71% | 5% |
| Hasta 2 veces por año | | 3,86% | | 1% |
| Ninguna vez | 14,28% | 9,96% | 18,74% | 15% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

Cuadro N°63: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

| Lo mejor | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|---|--------|--------------|--------|--------------|
| Lugares Turísticos | 83,75% | 12,11% | 99,65% | 71,2% |
| Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima | 62,68% | 79,12% | 58,34% | 65,1% |
| Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad | 36,60% | 27,74% | 41,97% | 37,9% |
| Ofertas turísticas, eventos | 2,63% | 85,19% | | 21,1% |
| Casco histórico / arquitectura / edificios | 18,18% | 3,70% | | 0,9% |
| Cultura/ museos | | | | |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°64: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

| | Verano | Semana Santa | Julio | General |
|--|--------|--------------|--------|---------|
| Oferta turística | 41,22% | 4,35% | 66,67% | 57,29% |
| Infraestructura | 33,11% | 39,13% | 2,78% | 38,54% |
| Señalizar | 28,72% | | 16,67% | 25,00% |
| Rutas y caminos | 17,91% | 34,78% | 2,78% | 23,96% |
| Información Turística | 17,91% | 17,39% | 5,56% | 20,83% |
| Limpieza | 15,20% | | | 13,54% |
| Calidad de servicios / Calidad de atención | 8,11% | 4,35% | | 4,17% |
| Tránsito | 5,41% | | | 2,08% |

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública
 *Respuesta múltiple: % en base a encuestados

| Gasto | Verano | Semana Santa | Julio |
|-------|--------|--------------|--------|
| GPDT | \$ 689 | \$ 1.019 | \$ 855 |

CAPITULO 7.

METODOLOGÍA Y CONCEPTOS

7.1 Relevamiento Hotelero Diario

Metodología:

Dirigida a:

Establecimientos hoteleros y para-hoteleros.

Objetivo:

Medir el impacto del turismo nacional e internacional sobre la actividad de los establecimientos hoteleros y para-hoteleros, para elaborar indicadores que permitan medir, desde la óptica de la oferta y la evolución de la actividad, así como la oferta y utilización de la infraestructura; y, desde la demanda, el ingreso de viajeros (argentinos o extranjeros), su origen y permanencia.

Principales variables investigadas:

Categoría del establecimiento, habitaciones o unidades y plazas disponibles, entrada de viajeros según lugar de residencia habitual, habitaciones o unidades y plazas ocupadas.

Cobertura:

El operativo se inició en el año 1998 en 3 localidades y durante el 2003 se realizó en 6 localidades que permitieron cubrir las diferentes regiones turísticas del país. En el 2006, la muestra se amplió a 15 localidades. En la tabla siguiente se muestran las localidades muestreadas:

- Alrededores: La Caldera, La Calderilla, La Silleta, San Lorenzo, San Luis, Vaqueros.
- Principales Destinos: Cafayate, Cachi, Rosario de la Frontera, San Antonio de los Cobres, Coronel Moldes.
- Resto de la Provincia: Tartagal, Oran y Metán

Diseño muestral:

Marco de muestreo

Los marcos muestrales, a partir de donde se construyen los diseños muestrales, son padrones de hoteles por localidad, recibidos del Área de Fiscalización. Para cada localidad (dominio muestral) se diseña una muestra estratificada, con selección simple al azar en cada estrato.

Los estratos se construyen teniendo en cuenta la categoría de cada uno de los hoteles del marco. El estrato compuesto por los hoteles de cuatro y cinco estrellas es de inclusión forzosa, es decir todos sus hoteles se incluyen en la muestra.

Tamaño de la muestra:

El tamaño de muestra en cada localidad se adjudica a través de una asignación óptima (utilizando el número de plazas) en cada uno de los estratos. Los hoteles en cada estrato sin inclusión forzosa, se seleccionan a través de un muestreo con probabilidad proporcional al tamaño.

Ajuste:

Para la EOH se optó por llevar a cabo un ajuste de los pesos iniciales a través de la técnica de "calibración por marginales fijos" siguiendo la metodología desarrollada por Deville y Särndal [1992].

Para realizar dicha calibración se tienen en cuenta como variables auxiliares los totales de hoteles y plazas en cada categoría. Estos se obtienen del Registro Anual de Establecimientos Hoteleros.

Para salvar posibles inconsistencias en los cuadros a publicar, los pesos calibrados son tratados por un algoritmo de redondeo para eliminar la componente decimal con los que salen del proceso iterativo sin destruir las concordancias alcanzadas.

Periodicidad de resultados

Mensual

Definiciones y conceptos utilizados en la encuesta

Establecimientos hoteleros: son aquellos categorizados como hoteles 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas y apart-hoteles.

Establecimientos para-hoteleros incluyen: hoteles sindicales, albergues, cabañas, bungalows, hospedajes, bed & breakfast, hosterías, residenciales, etc.

Habitación: se considera habitación a todo cuarto o espacio amoblado ofrecido por un hotel, hostería, hospedaje o residencial, por un cierto precio por noche. Se consideran unidades los departamentos, cabañas o bungalows equipados que un establecimiento ofrece, otorgándole además algunos de los servicios de la hotelería.

Habitaciones y unidades disponibles: las habitaciones o unidades disponibles en el mes se obtienen multiplicando las habitaciones o unidades disponibles por la cantidad de días que estuvo abierto el establecimiento en el mes. No se incluyen las habitaciones o unidades correspondientes a los establecimientos que cierran en forma temporaria durante el período analizado.

Habitaciones o unidades ocupadas: se refiere al total de habitaciones y/o unidades que hayan sido alquiladas/vendidas en el mes de referencia. Resulta de multiplicar el total de habitaciones ocupadas por la cantidad de noches en que fueron ocupadas las mismas.

Plazas disponibles: son el número total de camas fijas y supletorias. Una cama matrimonial se contabiliza como 2 plazas. Se obtienen multiplicando las plazas disponibles por la cantidad de días que estuvo abierto el establecimiento en el mes. No se incluyen las plazas correspondientes a los establecimientos que cierran en forma temporaria durante el período analizado.

Plazas ocupadas: Se refiere al total de noches que cada viajero permaneció en una habitación o unidad. Se obtiene de multiplicar la cantidad de viajeros por la cantidad de noches que cada uno de ellos se haya alojado en el establecimiento.

CALCULOS:

$$\text{Porcentaje de ocupacion}_{\text{habitacion}} = \frac{\text{unidades ocupadas}}{\text{unidades disponibles}} \times 100$$

$$\text{Porcentaje de ocupacion}_{\text{plazas}} = \frac{\text{plazas ocupadas}}{\text{plazas disponibles}} \times 100$$

Estadía promedio: promedio ponderado de las permanencias observadas en los establecimientos pertenecientes a la muestra, calculadas como Plazas ocupadas sobre el Cantidad de viajeros.

7.2 Encuesta al Turista en la Vía Pública

La encuesta se realiza con el fin de obtener la información del perfil del turista que visita la Provincia, el gasto diario promedio y otras variables relacionadas a la modalidad del viaje y las percepciones del destino. Se tiene registro de dicha encuesta desde el año 2003.

Características de la muestra:

1. *Elemento:* Turistas mayores de 18 años que hayan pernoctado en la localidad.
2. *Unidades de muestreo:* Puntos de concurrencia del turista.
3. *Tamaño de Muestra realizada:* 3.970 casos, dividido en tres operativos.
4. *Fecha de toma de muestra:* Enero, Semana Santa y Julio.

5. *Puntos de muestreo:*

- a. Salta Capital: Plaza 9 de Julio, Cabildo, Catedral, Museos, Iglesias, Convento, Calle Balcarce, Parque San Martín, Monumento a Güemes, Teleférico, Mercado Artesanal, Terminal, Aeropuerto y Camping.
- b. Otras localidades: Plazas, museos, paseos tradicionales, Camping, Hoteles, eventos ocasionales, etc.

Alcance: Salta Capital, San Lorenzo, Cafayate, Cachi, Coronel Moldes, Metán, Orán, Rosario de la Frontera, San Antonio de los Cobres.

6. *Alcance:*

| | Verano | Semana Santa | Julio | Total | % |
|---------------------------|---------------|---------------------|--------------|--------------|-------------|
| Salta | 878 | 535 | 976 | 2.389 | 60,18% |
| Cafayate | 278 | 96 | 243 | 617 | 15,54% |
| Cachi | 86 | 48 | 93 | 227 | 5,72% |
| Coronel Moldes | 46 | 24 | 55 | 125 | 3,15% |
| Metán | 38 | 25 | 40 | 103 | 2,59% |
| Rosario de la Frontera | 44 | 29 | 50 | 123 | 3,10% |
| Orán | 0 | 11 | 30 | 41 | 1,03% |
| San Antonio de los Cobres | 38 | 24 | 37 | 99 | 2,49% |
| San Lorenzo | 96 | 44 | 106 | 246 | 6,20% |
| Total | 1.504 | 836 | 1.629 | 3.970 | 100% |

| | Frecuencia | % |
|--------------|-------------------|-------------|
| Femenino | 1.891 | 47,63% |
| Masculino | 2.079 | 52,37% |
| Total | 3.970 | 100% |

| | Frecuencia | % |
|--------------|-------------------|---------------|
| Argentino | 3.513 | 88,5% |
| Extranjero | 457 | 11,5% |
| Total | 3.970 | 100,0% |

7.3 Definiciones

Metodología

Dirigida a:

Los arribos turísticos que pernoctan al menos una noche en la Provincia. Las encuestas se realizan en la Vía Pública, en Centros Turísticos y en diversos hoteles, en base a las actividades realizadas y el gasto económico del día inmediato anterior. Se tiene registro de las encuestas desde el 2003.

Objetivo:

Medir el flujo y el gasto de los viajeros no residentes –mientras permanecen en la Provincia.

Principales variables investigadas:

- Identificación de la residencia, tamaño del grupo de viaje, duración de la estadía (especificando sitios visitados y tipo de alojamiento utilizado), modalidad de organización del viaje o utilización de paquetes turísticos, monto gastado por el grupo de viaje.

Cobertura:

La Encuesta de Turismo Internacional se desarrolló en 2011 en los siguientes sitios:

Periodicidad de resultados:

Trimestral.

Definiciones y conceptos utilizados

Viajero internacional: toda persona que se desplaza fuera de su país de residencia habitual, cualquiera sea el motivo del viaje y utilizando cualquier medio de transporte, incluso a pie.

Visitante internacional: Es toda persona que viaja a un país diferente de aquel donde tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, por un período no superior a los doce meses consecutivos y cuyo motivo principal de la visita no es el ejercicio de una actividad remunerada en el país visitado. Turista internacional: todo viajero internacional que pasa al menos una noche en el lugar visitado.

Excursionista internacional o visitante del día: es aquel viajero internacional que no pernocta en el lugar visitado.

País de residencia habitual: es aquel en el cual una persona permanece la mayor parte del año o, en caso de permanecer un período menor, aquel país al cual la persona tiene previsto regresar para residir en los siguientes doce meses.

Turismo emisor: movimiento de viajeros residentes en Argentina hacia el exterior.

Turismo receptor: movimiento de viajeros no residentes en Argentina desde el exterior hacia nuestro país.

Grupo del viaje: visitantes que se desplazan juntos durante la totalidad o parte del viaje y pagan la mayoría de sus gastos de viaje con cargo a su presupuesto común. Normalmente se compone de individuos pertenecientes a una sola familia. La determinación de utilizar este concepto para las características del viaje y el gasto total obedece a esta situación.

Motivo principal del viaje: motivo que determina la realización del viaje. Se habla de motivo principal porque es frecuente encontrar situaciones en las que se combinan más de un motivo: ocio y negocios, visita a familiares y estudio, etc. La clasificación utilizada en esta encuesta comprende:

- Vacaciones y ocio: recorrido de lugares de interés, compras, asistencia a acontecimientos deportivos y culturales, deportes activos no profesionales, actividades en contacto con la naturaleza, cruceros, juegos de azar, luna de miel.

- Negocios, congresos, etc.: asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones, misiones oficiales, actividades deportivas profesionales, instalaciones de máquinas o equipos, inspecciones, compras y ventas por cuenta de la empresa a la cual se representa.

- Visita a familiares o amigos: se incluyen también aquí las visitas efectuadas para cuidar enfermos o asistir a exequias de familiares o amigos.

Otros: incluye tratamientos de salud, viajes de estudios, participación en acontecimientos religiosos, así como trabajo remunerado en el lugar de destino.

Tipo de alojamiento utilizado. Se lo divide en dos grandes grupos:

Establecimientos de alojamiento turístico colectivo:

- Categorías 4 y 5 estrellas, que comprende los hoteles, apart hoteles, hoteles de playa, clubes residenciales y establecimientos similares con servicios incluidos en estas categorías.

- Categorías 1, 2 y 3 estrellas, que incluye hoteles, pensiones, casa de huéspedes, albergues, residencias para turistas y alojamientos similares con servicios hoteleros incluidos en estas categorías.

Alojamiento turístico privado y otros:

- Casa particular, propia, de familiares o amigos. Incluye las casas y departamentos considerados como vivienda secundaria del hogar propietario. Este tipo de alojamiento comprende también viviendas con régimen de "tiempo compartido".

- Alquiler de casa y otros que comprende el alquiler de casas, departamentos o "tiempo compartido" y otros tipos de alojamiento no incluidos precedentemente.

Forma de organización o modalidad del viaje:

- Con paquete turístico: cuando el viajero contrata en una agencia de viajes al menos dos servicios que se pagan en forma conjunta. Por este motivo este tipo de visitante puede informar el gasto total del paquete pero no su desagregación en alojamiento, comidas, traslados y excursiones.

- Por cuenta propia: cuando el viajero adquiere los servicios en forma directa contactando, ya sea personalmente o por otro medio (teléfono, internet), a la compañía aérea, al hotel, etc., o bien contratando servicios a través de una agencia de viajes, sin que éstos conformen un paquete turístico.

- Por cuenta de terceros: cuando el viaje es organizado por la empresa en la cual trabaja el viajero o por terceras personas. En estos casos, el visitante usualmente conoce las características del viaje aunque no siempre conoce el monto gastado.