
**Informe Estadístico
Turismo
2.016**

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. Estanislao Villanueva

EQUIPO DE TRABAJO

Subsecretaria de Desarrollo Turístico

Lic. Ana Cornejo

Dirección General de Planificación

Lic. Jose Piu

Programa de Estadísticas

Cristina Chávez

Lic. Fernando Toro

Analia Bogino

Personal del Área de Información Turística

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, como así también para 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 para 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 2.016 a 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, a fin de estimar una aproximación del comportamiento y gasto turístico de los visitantes.
3. Complementar el análisis de la oferta ampliando el marco de referencia 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 recolectada y procesada durante el año 2.016.

CAPITULO 1

OFERTA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA

1.1. Alojamiento y plazas

En el año 2.016 la oferta hotelera contó con un total de 2.024 plazas distribuidas en 518 establecimientos hoteleros y parahoteleros de toda la Provincia de Salta, ubicándose el 62% de las plazas en la Ciudad de Salta.

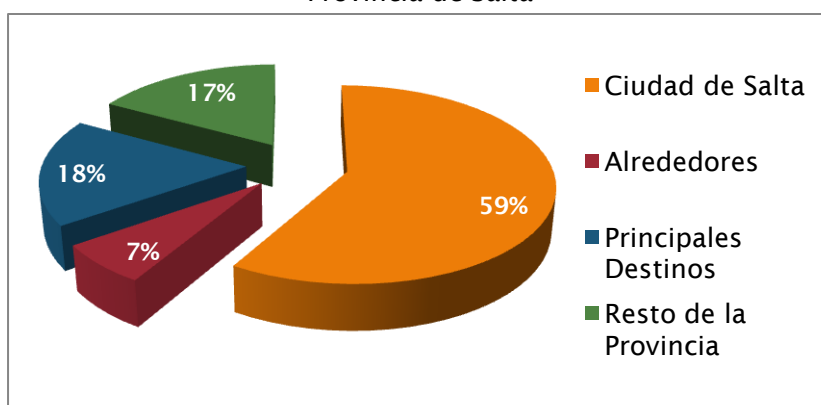
Los gráficos 1, 2 y 3 muestran la distribución de las plazas dentro de la provincia destacándose el incremento del total de plazas respecto del año 2.012, como así también la mayor participación de las localidades del interior en el total de oferta hotelera provincial, pasando del 33% al 38%.

Cuadro N°1: Cantidad de plazas hoteleras y para hoteleros en la Provincia de Salta

Localidad	2.016
Ciudad de Salta	11.743
5*	630
4*	1.345
3*	1.936
2*	1.540
1*	1.214
AP	777
RA	1.554
RB	2.157
S/C	365
GR	225
Alrededores	1.332
Principales Destinos	3.540
Resto de la Provincia	3.409
Total de Plazas en la Provincia	20.024

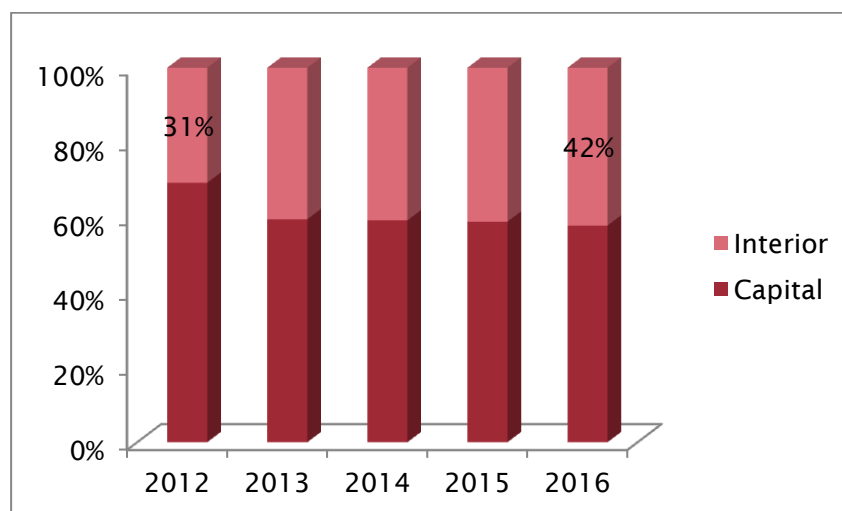
Fuente: Registro Hotelero. Dirección de Calidad. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta.

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



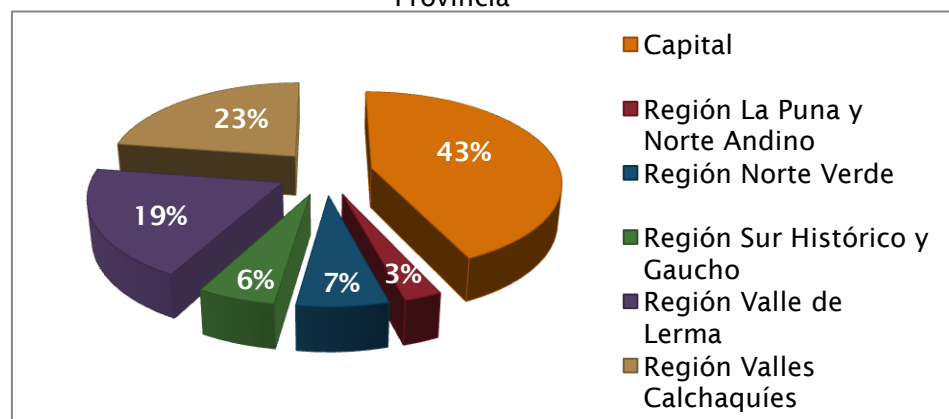
Fuente: Elaboración propia con información provista por la Dirección de Calidad. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta

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 albergó en el año 2.016 un total de 518 establecimientos hoteleros y parahoteleros registrados, de los cuales, el 42% se concentró en el interior de la provincia, porcentaje que se viene incrementando de manera continua en los últimos años.

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	223	105	118	0	0	0	2	116
Región La Puna y Norte Andino								
Iruya	5	0	5	0	0	3	0	2
San Antonio de los Cobres	7	1	6	0	0	4	0	2
Tolar Grande	2	1	1	0	0	1	0	0
Región Norte Verde								
Colonia Santa 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	13	10	3	0	0	0	0	3
Región Sur Histórico y Gaucho								
El Bordo	2	1	1	0	0	1	0	0
Gral. Güemes	6	4	2	0	0	0	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	10	5	5	2	0	1	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	0	0	0	0	0	0	0	0
Guachipas	1	0	1	0	0	1	0	0
La Caldera	5	0	5	4	0	1	0	0
La Calderilla	3	0	3	3	0	0	0	0
La Silleta	5	0	5	1	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	7	1	6	4	0	2	0	0
Ampascachi	1	0	1	0	0	1	0	0
Vª San Lorenzo	36	6	30	17	1	11	0	1
Vaqueros	10	0	10	8	0	2	0	0
Región Valles Calchaquíes								
Angastaco	4	0	4	2	0	2	0	0
Cachi	18	4	14	2	0	6	0	6
Cafayate	75	29	46	6	1	12	1	26
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	1	2	0	0	2	0	0
Talapampa	1	0	1	1	0	0	0	0
Tolombón	2	1	1	0	0	1	0	0
Total general	518	196	322	64	4	75	3	176

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

1.2. Agencias de Viajes

En el mismo período, la Provincia de Salta, contó con 161 Agencias de Viajes (AV) registradas, encontrándose las mismas principalmente en Salta Capital (86%). Esta información se puede observar en el siguiente cuadro descriptivo.

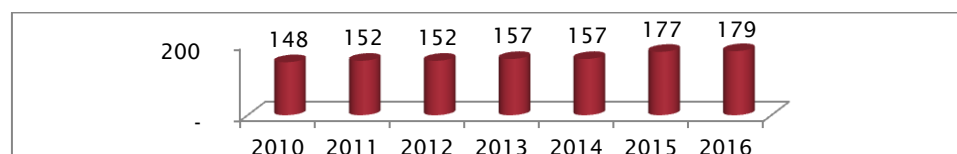
Cuadro N°3: Cantidad de agencias de viajes por localidad.

Localidad	Cantidad
Cachi	2
EVT	2
Cafayate	5
EVT	5
Capital	154
AT	8
EVT	143
AP	1
ESPL	2
Cerrillos	1
EVT	1
El Jardín	1
EVT	1
El Tala	1
EVT	1
La Caldera	1
EVT	1
Orán	3
EVT	3
Rosario de la Frontera	1
EVT	1
San Antonio de los Cobres	1
EVT	1
Tartagal	1
EVT	1
V^a San Lorenzo	5
EVT	5
Coronel Moldes	1
EVT	1
Vaqueros	2
EVT	2
Total de Agencias 2016	179

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



Fuente: Base de Fiscalización - Ministerio de Cultura y Turismo.

1.3. Prestadores de Turismo Alternativo

El Turismo Alternativo comprende viajes cuya motivación principal es la práctica de actividades turístico-recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales. Es una modalidad de turismo en constante crecimiento; una propuesta atractiva para turistas que buscan vivencias inusuales, donde la experiencia es lo más importante.

El marco normativo Provincial, considera como Turismo Alternativo, las siguientes actividades: Cabalgatas, Cicloturismo, Montañismo, Senderismo, Travesía (trekking), Todoterreno, Canotaje, Navegación lacustre, Observación de aves, Travesías, Fotográficas, Kite Buggy, Escalada, Rappel, Tirolesa, Canopy, Espeleología, Campamentismo, Caza y Pesca.

Cuadro N°4: Cantidad de Prestadores de Turismo Alternativo por región.

	TOTAL
Capital	24
Alrededores	4
Valle de Lerma	6
Valles Calchaquíes	2
Zona Sur	2
	38

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

Actividad	TOTAL
Cabalgata	12
Montañismo (senderismo, trekking, alta montaña)	21
Escalada	1
Espeleología	1
Travesía 4x4	11
Rafting	3
Rappel	3
Tirolesa	3
Campamentismo	3
Tobogán de Agua	1
Motos de Agua	1
Mountain Bike	6
Safaris Fotográficos	1
Motos	3
Cuatriciclos	1
Observación de Aves	2
Turismo Cultural, educativo, científico	2
Parapente	1

Fuente: Base de Fiscalización - Ministerio de Cultura y Turismo.

CAPITULO 2

DEMANDA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA

La demanda turística refiere al conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. De acuerdo a la OMT (Organización Mundial del Turismo), económicamente, se define como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento, dado un precio determinado.

2.1. Tasa Neta de Ocupación

Cuadro N°6: Tasa Neta de Ocupación Anual, por región.

	2.016
Capital	55%
Alrededores	31%
Principales destinos	41%
Resto de la Provincia	35%
TNO Provincial	48%
TNO Provincial Turística*	50%

(*) Turística incluye Capital, Alrededores y Principales Destinos.

Cuadro N°7: Tasa Neta de Ocupación Mensual.

	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Prom. Anual
Capital	59%	57%	47%	55%	54%	47%	77%	56%	66%	56%	51%	35%	55%
5*	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
4*	58%	56%	51%	57%	57%	49%	79%	58%	65%	60%	58%	35%	57%
3*	62%	60%	52%	60%	56%	53%	81%	67%	78%	62%	57%	30%	60%
2*	56%	49%	34%	43%	42%	36%	75%	48%	58%	44%	42%	25%	46%
1*	79%	68%	66%	68%	67%	60%	87%	69%	74%	67%	67%	53%	69%
Ap	73%	68%	59%	69%	67%	50%	90%	66%	74%	53%	62%	47%	65%
RA	57%	45%	35%	39%	36%	27%	59%	36%	44%	47%	40%	43%	42%
RB	68%	61%	48%	51%	48%	39%	71%	43%	50%	43%	45%	39%	50%
BQ	73%	73%	69%	75%	66%	39%	81%	61%	73%	66%	77%	60%	68%
GR	59%	58%	23%	53%	50%	50%	72%	50%	63%	47%	48%	38%	51%
Alrededores	59%	44%	21%	23%	14%	10%	71%	27%	35%	31%	19%	20%	31%
Pples. Dest.	62%	48%	37%	36%	32%	24%	61%	36%	40%	41%	42%	35%	41%
Cafayate	64%	51%	39%	36%	33%	23%	64%	37%	43%	43%	45%	37%	43%
Cachi	70%	52%	44%	40%	33%	19%	62%	36%	31%	33%	41%	30%	41%
Ros. Frontera	33%	28%	19%	24%	27%	38%	52%	33%	42%	35%	28%	21%	32%
S.A.C.	84%	64%	19%	21%	16%	10%	36%	21%	32%	24%	29%	37%	33%
Moldes	65%	41%	41%	49%	31%	21%	52%	40%	31%	46%	56%	45%	43%
Resto	29%	31%	38%	36%	35%	37%	43%	45%	35%	33%	30%	27%	35%
TNO	55%	51%	42%	46%	45%	39%	68%	49%	56%	49%	44%	32%	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”; BQ: Incluye a los hoteles Boutiques y aquellos establecimientos cuya categoría aun se encuentra en trámite; GR: Hoteles Gremiales.

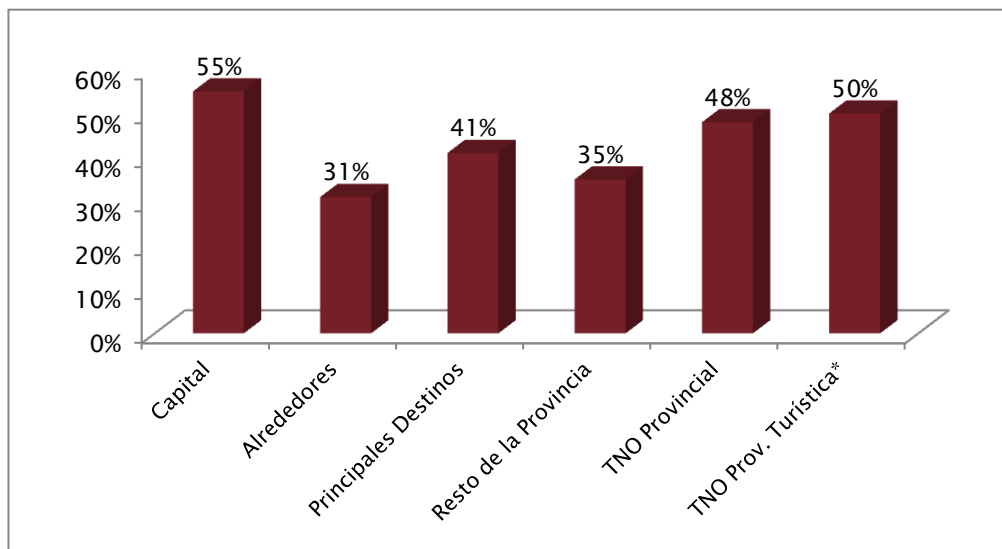
N/D: No se puede informar el Dato. (por Ley 17.622)

Cuadro N°8: Tasa Neta de Ocupación de Capital según categoría.

CATEGORÍA	2.016
4*	57%
3*	60%
2*	46%
1*	69%
Ap.	65%
RA	42%
RB	50%
BQ	68%
GR	51%
TNO Capital	55%

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

Gráfico N°5: Tasa Neta de Ocupación por regiones y localidades



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

2.2. Pernocte Promedio

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

Cuadro N°9: Pernocte Promedio por mes.

	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Anual
Capital	2,61	2,44	2,56	2,40	2,50	2,62	2,95	2,68	2,68	2,53	2,35	2,24	2,55
5*	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
4*	2,74	2,52	2,40	2,32	2,26	2,30	2,95	2,49	2,68	2,43	2,90	2,31	2,53
3*	3,26	3,36	3,08	2,86	3,38	3,31	3,76	4,34	3,63	3,30	2,20	2,61	3,26
2*	2,45	2,27	2,42	2,14	2,42	2,56	2,84	2,27	2,48	2,57	2,00	2,69	2,43
1*	2,09	2,13	2,14	2,05	2,41	2,33	2,47	2,05	2,22	2,18	2,70	1,77	2,21
AP	4,24	3,42	4,48	3,73	3,50	4,01	3,48	3,34	3,60	3,55	2,30	3,33	3,58
RA	1,98	1,97	2,17	1,83	1,70	2,10	2,55	1,85	2,32	1,90	2,00	2,01	2,03
RB	2,10	2,02	2,13	2,18	2,08	2,52	2,78	3,45	2,16	2,14	2,80	1,75	2,34
GR	2,24	2,04	2,00	1,88	2,37	2,33	2,34	2,06	2,29	2,29	2,20	1,96	2,17
BQ	2,37	2,26	2,24	2,81	2,50	2,60	3,47	2,58	2,94	2,32	2,40	1,89	2,53
Alrededores	3,25	3,12	2,86	2,16	2,05	2,14	3,77	1,60	1,86	2,20	1,85	2,40	2,44
Principales destinos	1,48	1,54	1,43	1,32	1,30	1,29	1,30	1,27	1,25	1,30	1,28	1,38	1,35
Cafayate	1,56	1,60	1,39	1,36	1,35	1,29	1,30	1,24	1,29	1,24	1,33	1,39	1,36
Cachi	1,47	1,44	1,74	1,20	1,15	1,39	1,37	1,14	1,17	1,24	1,22	1,32	1,32
Rosario de la Frontera	1,30	1,24	1,18	1,18	1,20	1,31	1,24	1,40	1,36	1,33	1,18	1,16	1,26
Coronel Moldes	2,04	2,45	1,51	1,60	1,28	1,44	1,82	1,29	1,09	1,37	1,37	1,26	1,54
San Antonio de los Cobres	1,00	1,28	1,52	1,25	1,31	1,11	1,08	1,53	1,07	1,69	1,14	1,58	1,30
Resto de la provincia	1,88	2,01	2,22	2,68	2,66	2,89	2,67	2,32	2,60	3,30	3,51	2,04	2,57
Pernocte Promedio en la Pcia.	2,34	2,26	2,32	2,24	2,29	2,40	2,66	2,30	2,36	2,42	2,33	2,07	2,33

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

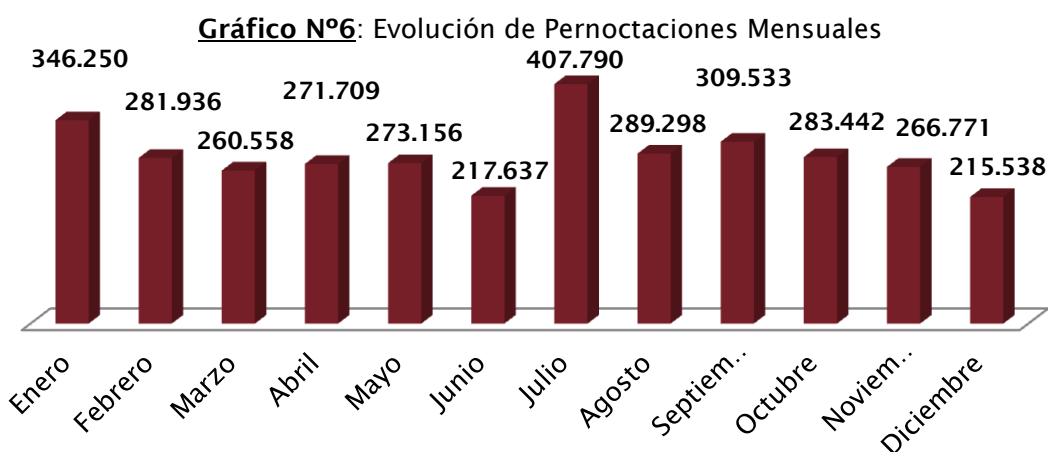
2.3. Pernoctaciones

Corresponde a la cantidad de noches cama en la que los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros y parahoteleros habilitados por el Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia. Cabe destacar que la ciudad de Salta al tener mayor participación en el total de plazas provinciales, aporta la mayor proporción de turistas que pernoctan en la Provincia.

Cuadro N°10: Cantidad de pernoctaciones por región.

2016	
Capital	2.309.531
Alrededores	124.040
Principales destinos	520.685
Resto de la provincia	418.599
Total de pernoctaciones	3.372.855

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



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

Media	285.364
Desvío estándar	52.196
Máximo	407.790
Mínimo	215.538

El Gráfico N°6 representa el comportamiento mensual que tuvo el total de las pernoctaciones en la provincia de Salta durante el año 2016. Es posible observar claramente picos por encima del valor promedio mensual (285.364 pernoctaciones) en los meses de Enero, Julio, Agosto y Septiembre.

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, el mes de Julio sería considerado temporada alta. En términos estadísticos, no existe una temporada baja, lo que muestra una desestacionalización marcada en los últimos años, presentando un comportamiento estable a lo largo del año.

2.4. Arribos turísticos

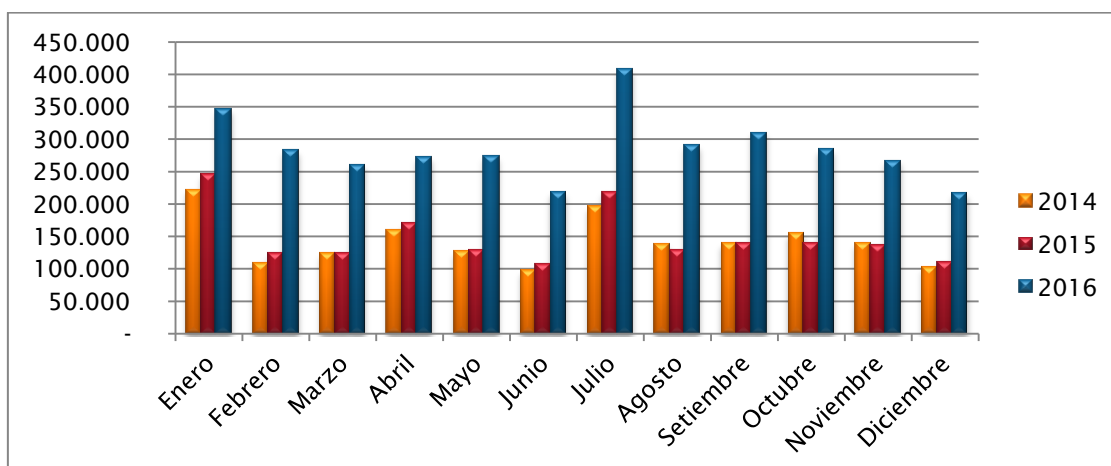
Los arribos turísticos hacen referencia a las llegadas de visitantes dentro del territorio económico de la provincia, incluyen tanto turistas como visitantes del día no residentes.

Cuadro N°11: Cantidad de arribos turísticos.

Localidad	2.016
Ciudad de Salta	924.951
Alrededores	49.124
Principales Destinos	385.732
Cafayate	265.337
Cachi	50.226
Rosario de la Frontera	30.729
Coronel Moldes	22.367
San Antonio de los Cobres	15.206
Resto de la Provincia*	165.304
Subtotal	1.519.705
Estimación de la cantidad de turistas que se hospedaron en casas de familiares, camping y otros	154.029
Cantidad Total de Arribos	1.673.734

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo.

Gráfico N°7: Comparación de Arribos entre los años 2.014, 2.015 y 2.016.



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

2.5. Registros Administrativos

Los Registros Administrativos (RA) representan información vital para complementar cualquier tipo de análisis de un sector productivo. Esta información surge de los procedimientos administrativos y/o operativos que desarrollan y utilizan las instituciones, públicas o privadas, como método de registro de las diferentes actividades (turísticas y/o no turísticas) realizadas. En este apartado se presentarán registros de la Subsecretaría de Patrimonio Cultural de la Provincia de Salta, Aeropuertos Argentina 2.000 y la Dirección Nacional de Migraciones.

2.5.1. Visitantes a Museos Provinciales

El año 2.016, los 11 museos provinciales fueron visitados por un total de 336.836 personas.

El Museo de Arqueología de Alta Montaña (MAAM) fue el más concurrido, representando el 47% del total de las visitas. En el interior de la provincia se destaca el Museo de la Vid y el Vino ubicado en Cafayate, contribuyendo con el 15% del total.

Cuadro N° 12: Cantidad de Visitantes a Museos de la Provincia.

Museo	2016
MAAM Salta	158.073
MAC Salta	21.313
MAS Salta	166
MBA Salta	13.730
MCAR Salta	11.971
MAPPD Cachi	28.298
MCN Vespuccio	7.332
MBAQM R° Frontera	3.013
MVV Cafayate	52.116
MVR La Cruz	4.456
MyS Sta. Rosa de Tastil	36.368
Total	336836

Fuente: Subsecretaría 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- Vespuccio / 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

2.5.2. Transporte Aéreo

En lo que respecta al flujo aéreo de pasajeros para la Provincia de Salta, se registró un total de 858.740 pasajeros durante el año 2.016, un 13% más en relación al año 2.015.

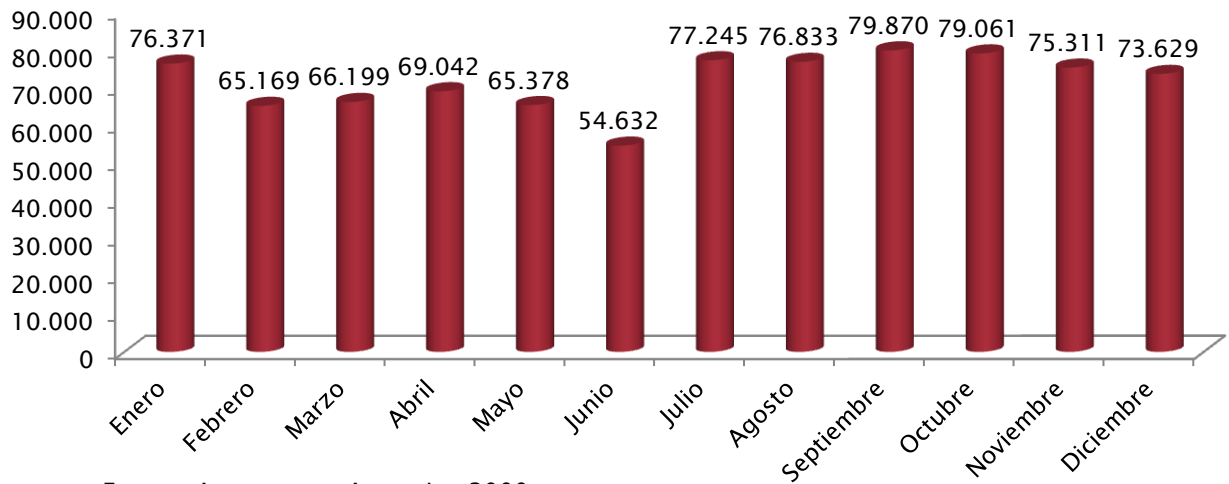
A continuación se puede observar la evolución anual durante los últimos cinco años, donde es posible apreciar un incremento del 30% en el total de pasajeros por dicho aeropuerto.

Cuadro N° 13: Transporte aéreo por Aeropuerto Martín Miguel de Güemes.

	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
Total de pasajeros	691.306	709.541	749.567	858.740	972.310

Fuente: Aeropuertos Argentina 2000.

Gráfico N°8: Transporte Aéreo, por mes.



Fuente: Aeropuertos Argentina 2000

2.5.3. Pasos Fronterizos

La Dirección Nacional de Migraciones es la encargada de llevar el registro del flujo de personas en los diferentes pasos fronterizos de la República Argentina. La Provincia de Salta cuenta con cuatro pasos fronterizos ubicados en tres localidades: San Antonio de los Cobres (paso de Sico), Salvador Mazza (paso Salvador Mazza - Yacuiba) y Aguas Blancas (paso por chalanas y paso terrestre).

Cuadro N° 14: Flujo de pasajeros no frecuentes por los cuatro pasos fronterizos provinciales. 2.016.

	Con Pernocte	Sin Pernocte	Total
Enero	56.699	38.965	95.664
Febrero	50.311	29.743	80.054
Marzo	32.988	32.893	65.881
Abril	27.911	37.127	65.038
Mayo	29.823	43.521	73.344
Junio	28.310	23.389	51.699
Julio	50.479	66.046	116.525
Agosto	41.923	48.159	90.082
Septiembre	23.127	33.228	56.355
Octubre	17.354	12.155	29.509
Noviembre	36.531	47.651	84.182
Diciembre	56.655	71.430	128.085
Total	452.111	484.307	936.418

Fuente: Aeropuertos Argentina 2000.

CAPITULO 3

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.

Cuadro N°15: Gasto Promedio Diario según procedencia de Turista - Semana Santa 2.016.

Gasto Promedio Diario en \$	
Argentino	\$ 1.042
Extranjero	\$ 1.285

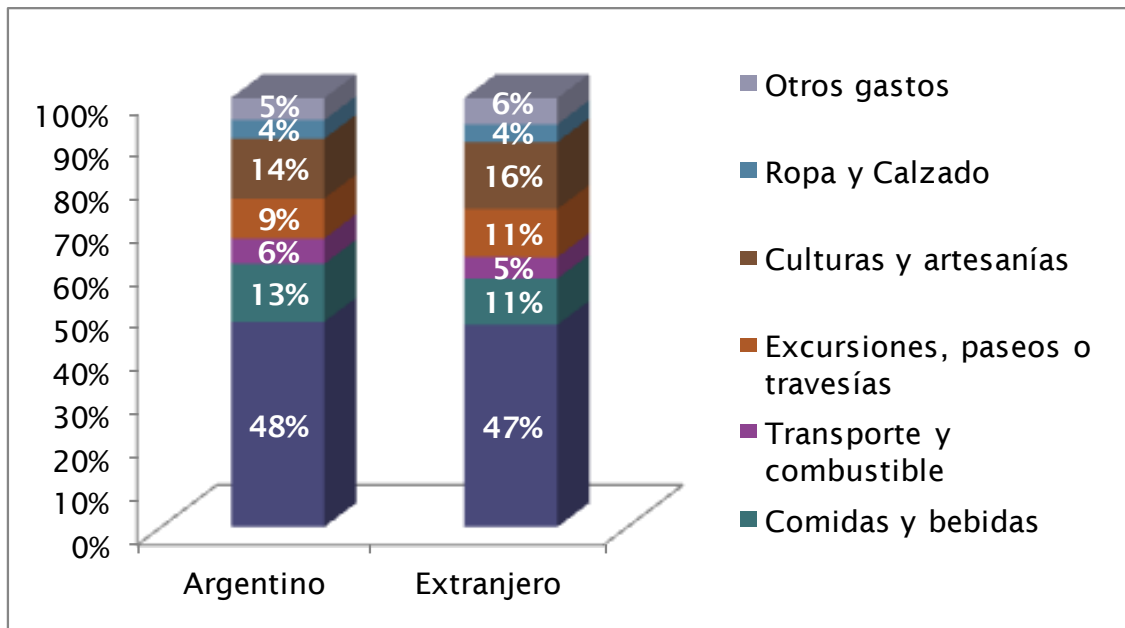
Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo - Área de Estadísticas en base a Encuesta en vía pública.

La siguiente tabla muestra el GPDT en temporada de Semana Santa 2.016 por localidad y su composición:

Localidad	Gasto Diario por Turista	Alojamiento	Comidas y bebidas	Artesanías	Excursiones, paseos o travesías	Otros	Ropa y calzado	Tickets eventos culturales y entradas a museos	Transporte y combustible en la Localidad
Coronel Moldes	\$ 1.631	13,57%	36,89%	5,78%	2,92%	5,98%	7,25%	20,03%	7,59%
San Lorenzo	\$ 1.272	13,26%	39,83%	14,43%	2,57%	6,89%	6,45%	6,41%	10,16%
Salta Capital	\$ 1.078	18,14%	31,30%	12,99%	7,99%	1,88%	11,14%	6,94%	9,62%
R° de la Frontera	\$ 1.067	44,00%	40,74%	6,70%	0,27%	4,80%	3,49%	0,00%	0,00%
Metán	\$ 904	13,63%	32,31%	13,04%	0,00%	4,32%	17,34%	6,28%	13,07%
S. A. de los Cobres	\$ 819	23,55%	28,35%	5,35%	33,93%	1,39%	0,00%	1,93%	5,49%
Cafayate	\$ 815	29,59%	29,30%	6,73%	7,93%	0,40%	6,59%	4,82%	14,63%
Cachi	\$ 670	24,19%	36,90%	5,01%	1,55%	1,13%	3,55%	17,71%	9,95%
Chicoana	\$ 520	30,19%	43,06%	3,00%	0,00%	1,21%	2,86%	4,37%	15,32%

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

Gráfico N° 9: Composición del gasto según procedencia del turismo y tipo de gasto. Semana Santa 2.016.



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

CAPITULO 4

PERFIL DEL TURISTA – GENERAL PROVINCIA

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

4.1. Origen de los turistas

Cuadro N°16: Origen del turista por temporada.

	Verano	Semana Santa
Nacionales	83%	82%
Extranjeros	17%	18%

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	86%	86%	82%	85%	90%	86%	94%	91%	93%	91%	82%	80%	87%
Extranjeros	14%	14%	18%	15%	10%	14%	6%	9%	7%	9%	19%	20%	13%

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

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

Provincia	Verano	Semana Santa	General
Buenos Aires	11,38%	15,32%	13,35%
Capital Federal	5,06%	4,62%	4,84%
Santa Fe	4,92%	7,51%	6,22%
Córdoba	9,13%	9,25%	9,19%
Tucumán	13,06%	23,70%	18,38%
Salta	31,46%	23,12%	27,29%
Jujuy	8,15%	6,94%	7,54%
Mendoza	1,83%	1,16%	1,49%
Entre Ríos	1,97%	0,87%	1,42%
Misiones	0,98%	0,58%	0,78%
Catamarca	1,12%	0,58%	0,85%
Corrientes	1,69%	0,58%	1,13%

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

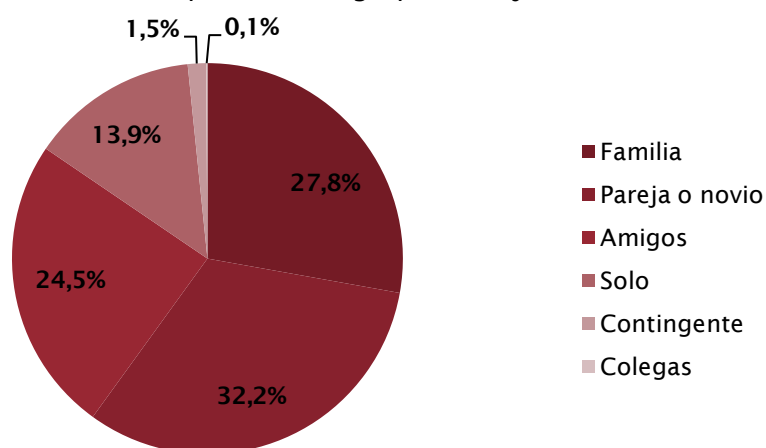
4.3. Tipo del Grupo del Viaje

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

Grupo	Verano	Semana Santa	General
Familia	13,9%	41,7%	27,8%
Pareja o novio	28,2%	36,1%	32,2%
Amigos	38,3%	10,7%	24,5%
Solo	17,1%	10,6%	13,9%
Contingente	2,2%	0,9%	1,5%
Colegas	0,2%	0,0%	0,1%

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 2.016.



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

Cuadro N°22: Lo mejor de Salta*.

Lo mejor de la Localidad	Verano	Semana Santa
Paisajes, Cerros	61,0%	75,8%
Naturaleza, Vegetación	11,4%	3,8%
Clima	3,9%	2,1%
Lugares históricos, arquitectura, edificios, iglesias	3,8%	2,1%
Museos	0,2%	0,0%
Cultura	1,2%	1,6%
Preservación de lugares turísticos (naturales, hist.)	0,8%	0,2%
Gastronomía	0,4%	0,9%
Oferta folclórica (peñas, eventos)	1,4%	1,4%
Vida nocturna	2,5%	0,2%
Hospitalidad, amabilidad de la gente	6,7%	4,9%
Tranquilidad	3,8%	5,2%

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

A continuación se detallan las características de los turistas que pernoctan en localidades de la Provincia como resultado de las encuestas realizadas en la vía pública durante el 2.016, en las siguientes proporciones:

	Verano	Semana Santa	Total Año
Salta	556	203	759
Cafayate	89	93	182
Cachi	52	52	104
Coronel Moldes	34	13	47
Metán	20	11	31
Orán	29	6	35
Rosario de la Frontera	23	18	41
San Antonio de los Cobres	40	11	51
San Lorenzo	40	9	49
Total	883	416	1299

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

Cuadro N°26: Actividades realizadas.

	Verano	Semana Santa	General
Transitar por la localidad	90,8%	73,2%	82,0%
Paseos en teleférico	29,2%	29,2%	29,2%
Culturales	85,4%	59,1%	72,2%
Peñas folclóricas	46,3%	36,7%	41,5%
Visitas a museos o Iglesias	45,2%	42,8%	44,0%
Ferias o exposición de artesanías	51,7%	43,3%	47,5%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	9,0%	16,0%	12,5%
Turismo de aventura	9,7%	8,2%	9,0%
Trekking	8,8%	8,7%	8,7%
Cabalgata	11,8%	11,3%	11,5%
Otra actividad de turismo alternativo	6,8%	1,4%	4,1%
Experiencia en turismo rural	2,2%	1,2%	1,7%
Asistir a un evento deportivo	2,4%	1,2%	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°28: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia.

	Verano	Semana Santa	General
Si	36,5%	29,9%	33,2%
No	63,5%	67,5%	65,5%

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

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

Lo que Cambiaría	Verano	Semana Santa	General
Limpieza	4,98%	1,9%	3,4%
Infraestructura y mantenimiento	2,1%	1,4%	1,7%
Tránsito	27,6%	33,9%	30,7%
Nada	29,7%	20,0%	24,8%
Calidad de servicios /calidad de atención	1,8%	2,8%	2,3%
Información Turística	8,2%	7,1%	7,6%
Precios	1,9%	3,8%	2,9%
Oferta turística	2,2%	3,5%	2,8%
Señalizar	1,5%	0,9%	1,2%
Rutas y caminos	16,8%	16,5%	16,6%

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	General
GDPT	\$ 976,77	\$ 1.086,80	\$ 1.031,79

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

CAPITULO 5

INFORMACION COMPLEMENTARIA

Museo de la Vid y el Vino

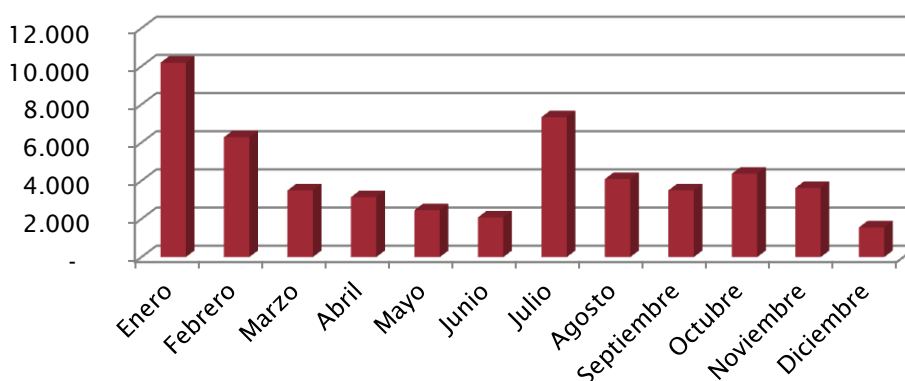
En el año 2.011 se inauguró en la ciudad de Cafayate el Museo de la Vid y el Vino, el cual ofrece una muestra dinámica e interactiva de la historia y características propias de la región Calchaquí y los vinos de Altura, con la clara intención de convertirse en un atractivo turístico de primer nivel y un centro cultural de excelencia.

Cuadro N°91: Visitas al Museo de la Vid y el Vino. Años 2.016.

	2.016
TOTAL DE VISITAS	52.116

Fuente: Museo de la Vid y el Vino – Dirección General.

Gráfico N° 12: Cantidad de visitantes al museo, año 2016 por mes.



Fuente: Museo de la Vid y el Vino – Dirección General.

Museo de Arqueología de Alta Montaña

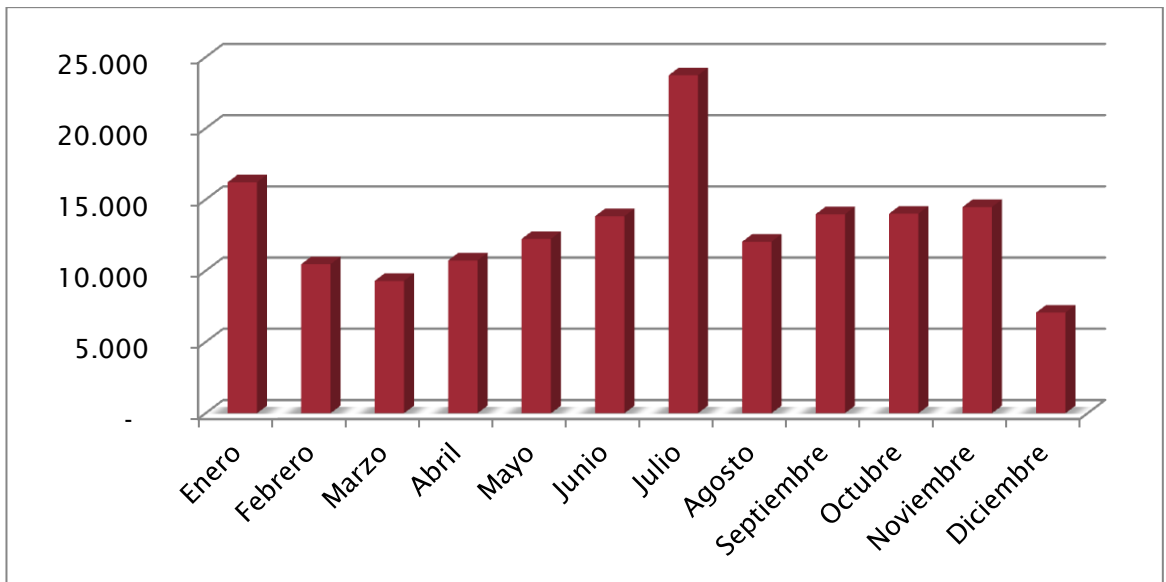
Mediante un moderno sistema de criopreservación en este establecimiento se intenta preservar y al mismo tiempo estudiar y difundir el hallazgo arqueológico denominado “Los Niños de Lullailaco”, reforzando la identidad de los pueblos andinos originarios.

Cuadro N°93: Visitas al Museo de Arqueología de Alta Montaña, Años 2.016.

	2.016
TOTAL DE VISITAS	158.073

Fuente: Museo de Arqueología de Alta Montaña.

Gráfico N° 13: Cantidad de Visitas al Museo, año 2016 por mes.



Fuente: Museo de Arqueología de Alta Montaña.

METODOLOGÍA Y CONCEPTOS

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 2.003 se realizó en 6 localidades que permitieron cubrir las diferentes regiones turísticas del país. En el 2.006, la muestra se amplió a 15 localidades. En la tabla siguiente se muestran las localidades muestreadas en la actualidad:

- 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 de la muestra, a partir de donde se construyen los diseños de la misma, 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.

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 2.003.

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 2.011 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.