



**PROGRAMA DE DESARROLLO TURÍSTICO
SUSTENTABLE DE LA PROVINCIA DE SALTA
(Préstamo BID 2835/OC-AR)**

**Consultoría para el Estudio del Mercado
Turístico Nacional para la Provincia de Salta**

INFORME DE MERCADOS ESTRATÉGICOS

Agosto de 2017

El presente informe tiene como objetivo realizar una caracterización de los diferentes mercados estratégicos de turistas residentes en la República Argentina que arriban cada año a la Provincia de Salta de acuerdo a la provincia de origen del turista.

Con este fin, se utilizará información que surge de las encuestas a turistas residentes en los grandes aglomerados urbanos que visitaron Salta, realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016, cuyo objetivo es medir la evolución de los viajes turísticos realizados por los hogares argentinos, sus características y computar aspectos socio-demográficos que permitan caracterizar a los turistas residentes.

En primer lugar se busca caracterizar a los turistas independientemente del motivo de su viaje, brindando información sobre estadía promedio, gasto, área de destino en Salta, realización de viajes multietápicos, época del año en que viajan, transporte y alojamiento utilizados, aspectos sociodemográficos de los turistas, entre otros. En segundo lugar, se brinda información específica para aquellos turistas que realizan sus viajes por motivo de ocio o esparcimiento: utilización de internet, tiempo de planificación, factores de elección y calificación de los distintos servicios utilizados, entre otros.

Por último, con el fin de ampliar la caracterización de los turistas residentes, se ofrece un apartado con información específica de los viajeros que se alojan en hoteles y parahoteles. Estos datos provienen de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) para los años 2012-2016. En este caso, se observará a quienes visitan los dos principales destinos de la provincia (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas), independientemente de su procedencia (gran aglomerado o resto de la provincia) brindando información sobre cantidad de pernoctes, cantidad de viajeros, estadía, ranking de mercados en relación a la cantidad de viajeros que emiten hacia Salta, entre otros.

MERCADOS ESTRATÉGICOS

Con el objetivo de presentar datos más robustos acerca de cada uno de estos mercados se ha dividido al turismo con destino en la Provincia de Salta en dieciséis mercados turísticos:

- Ciudad de Buenos Aires;
- Partidos del Gran Buenos Aires;
- Interior de la Provincia de Buenos Aires;
- Córdoba;
- Santa Fe;
- Chaco y Formosa;
- Entre Ríos;
- Corrientes y Misiones;
- Mendoza;
- San Juan y San Luis;

- Patagonia Norte (La Pampa, Río Negro y Neuquén);
- Patagonia Sur (Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego);
- Tucumán;
- Jujuy;
- Santiago del Estero;
- Catamarca y La Rioja.

Cabe destacar que, en los casos en que la muestra no es suficientemente robusta para poder brindar información por cada uno de estos mercados, la misma se presenta de forma agregada según regiones de origen definidas a continuación:

1. Litoral Oeste (compuesta por los mercados de Santa Fe+ Chaco y Formosa);
2. Mesopotamia (compuesta por los mercados de Entre Ríos + Corrientes y Misiones);
3. Cuyo (compuesta por los mercados de Mendoza + San Juan y San Luis);
4. Resto del Norte (compuesta por los mercados de Santiago del Estero + Catamarca y La Rioja);
5. Patagonia (compuesta por los mercados de Patagonia Norte y Patagonia Sur).

Esto sucede, por ejemplo, para indicar la época del año en que viajan los turistas, el tiempo de estadía promedio, la edad de los turistas, entre otros. Esto se encuentra específicamente destacado a lo largo del informe (utilizando una tipografía de color bordó), para que el lector encuentre fácilmente esta distinción.

ESTRUCTURA DEL INFORME

El informe se organiza en diecisiete secciones, una para el promedio nacional y una para cada ficha de mercado estratégico de Salta, es decir, una para cada uno de los mercados detallados en la sección anterior.

Asimismo, cada una de estas fichas cuenta con cinco subsecciones: la primera presenta el resumen de la información brindada para cada mercado estratégico; la segunda detalla la importancia del mercado en el volumen total de turistas que recibe la provincia de Salta (ranking); la tercera subsección presenta la caracterización del turismo medido según los datos de la EVyTH; la cuarta hace hincapié en los resultados de esta encuesta para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento; la quinta y última subsección de cada ficha detalla el perfil del turista que pernocta en hoteles y parahoteles según los resultados de la EOH.

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

Destino Principal: Tres de cada cuatro turistas residentes en los principales aglomerados del país que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital de la provincia (74%). Además, uno de cada siete turistas (14%) pernocta en al menos dos destinos durante su viaje.

Medio de Transporte y Alojamiento: Más de la mitad de los turistas del país viajan a Salta en automóvil (52%), cuatro de cada cinco lo hacen en ómnibus (40%) y una menor proporción lo hace en avión (9%). Los turistas se hospedan casi en su totalidad en viviendas de familiares o amigos (47%) y en hoteles o similares (43%); mientras que únicamente el 3% de los turistas se hospeda en viviendas alquiladas por temporada, y un 2% en segundas viviendas del hogar.

Motivo del viaje: Algo menos de la mitad de los turistas residentes que viajan a Salta lo hacen por motivo de Ocio o Esparcimiento (47%), en segundo lugar se encuentra la visita de familiares o amigos (44%).

Gasto: El gasto promedio de los turistas residentes en Salta es de algo más de cuatro mil pesos (en valores de diciembre de 2016), para una estadía media de 7,2 noches. De esta manera, el gasto promedio diario de los turistas nacionales que viajan a Salta resulta de \$595.

Perfil: El 53% de los turistas nacionales son mujeres, el 47% tiene entre 14 y 44 años y tres de cada cuatro turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: Un poco menos de un tercio de los turistas (30%) utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas.

Visita previa: El 53% de los turistas no había visitado previamente el destino.

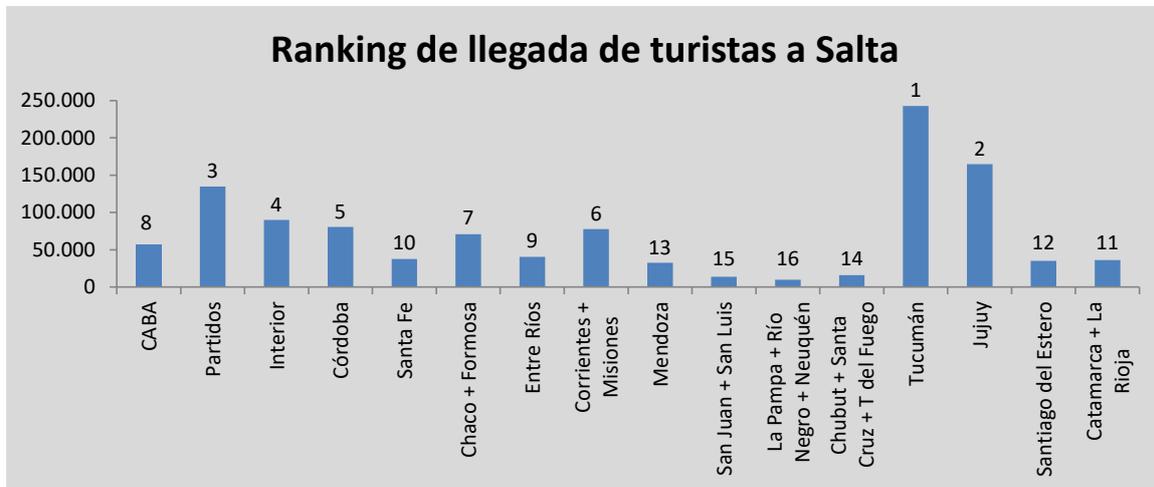
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 82% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales, el 54% lo elige por los atractivos históricos y culturales, un quinto lo elige por la cercanía o facilidad de acceso (21%), y una proporción similar, por motivos económicos (20%).

Organización del viaje: El 49% de los turistas nacionales organiza sus viajes a Salta con entre una semana y un mes de anticipación, mientras que el 33% los organiza con más de un mes de anticipación, y 18% con una antelación menor a una semana.

1.2

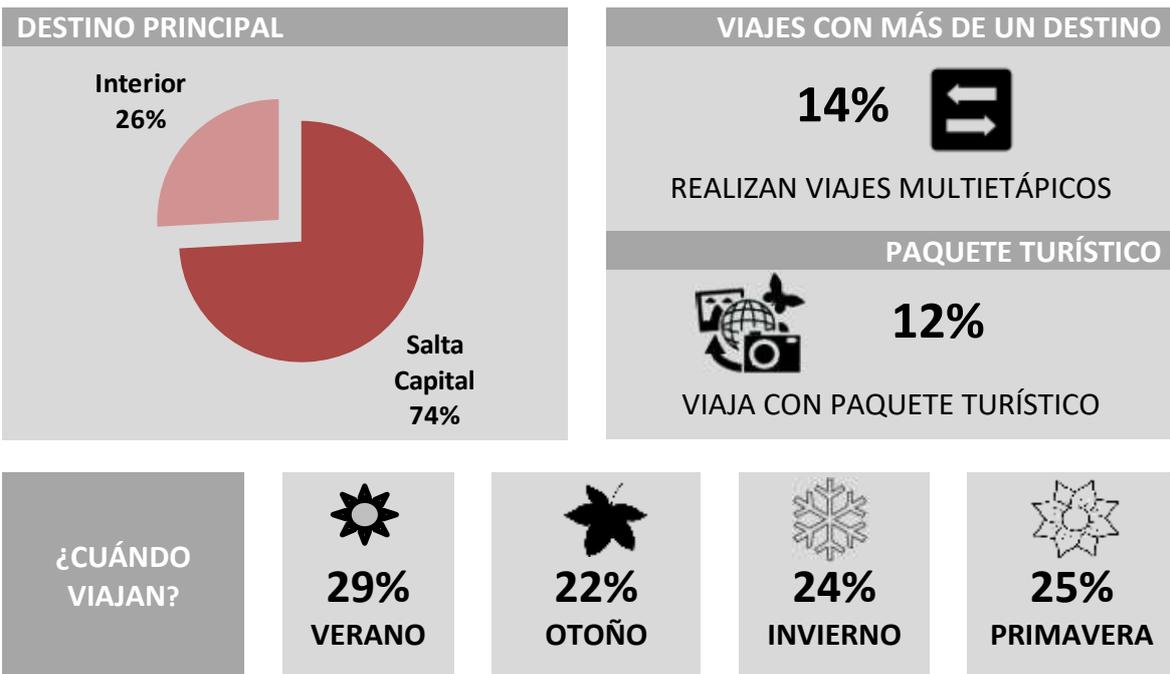
RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

La información de las secciones 1.2, 1.3 y 1.4 surge de las encuestas a turistas residentes en los principales aglomerados de la República Argentina que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016.

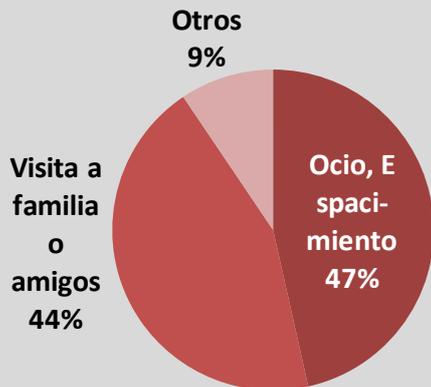


1.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)



MOTIVO DEL VIAJE



1° OCIO, ESPARCIMIENTO

2° VISITA A FAMILIARES/AMIGOS

3° OTROS

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

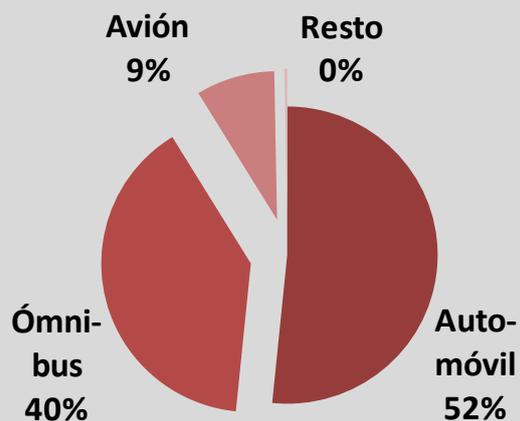


1° AUTOMÓVIL



2° ÓMNIBUS

3° AVIÓN



ALOJAMIENTO UTILIZADO

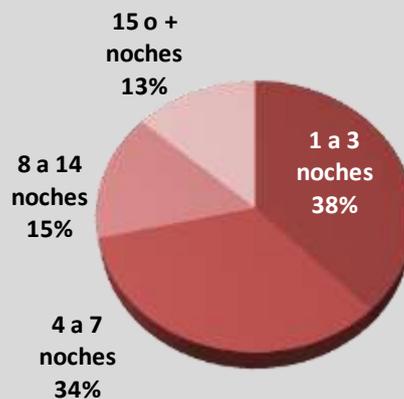


47% VIVIENDA DE FAMILIARES/AMIGOS
43% HOTELES

ESTADÍA PROMEDIO

7,2
NOCHES

ESTADÍA DE TURISTAS



GRUPO VIAJERO



46%
1 ó 2 PERSONAS



ACTIVIDADES REALIZADAS



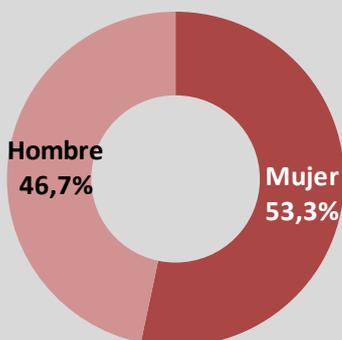
1° VISITA A MUSEOS, MONUMENTOS, ETC.

2° VISITA A RESERVAS NATURALES



PERFIL DE LOS TURISTAS

¿QUIÉNES VIAJAN?



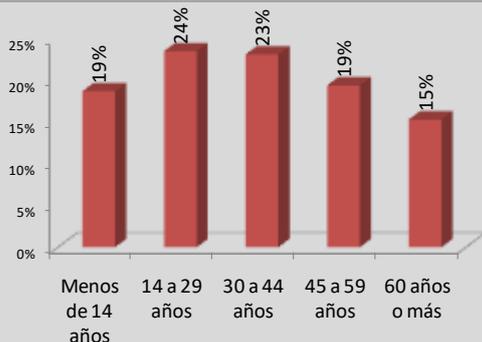
75% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

34% TIENE ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

68% INTEGRA HOGARES CONJEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

34% INTEGRA HOGARES CONJEFES CON ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

EDAD

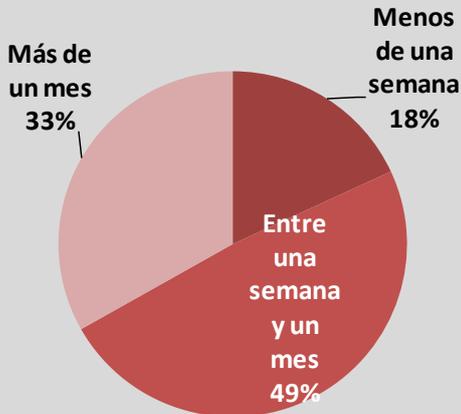


1° TURISTAS DE 30 A 44 AÑOS

2° TURISTAS DE 14 A 30 AÑOS

La información de las secciones 1.2, 1.3 y 1.4 surge de las encuestas a turistas residentes en los principales aglomerados de la República Argentina que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR?



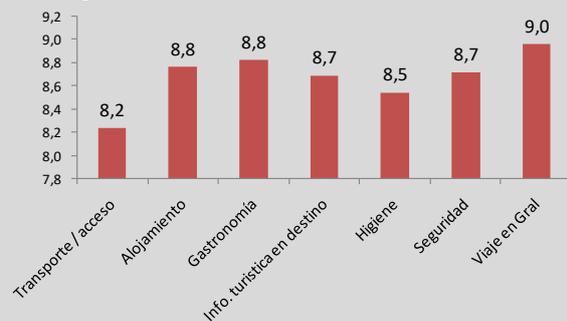
¿HABÍA VISITADO ANTES EL DESTINO?



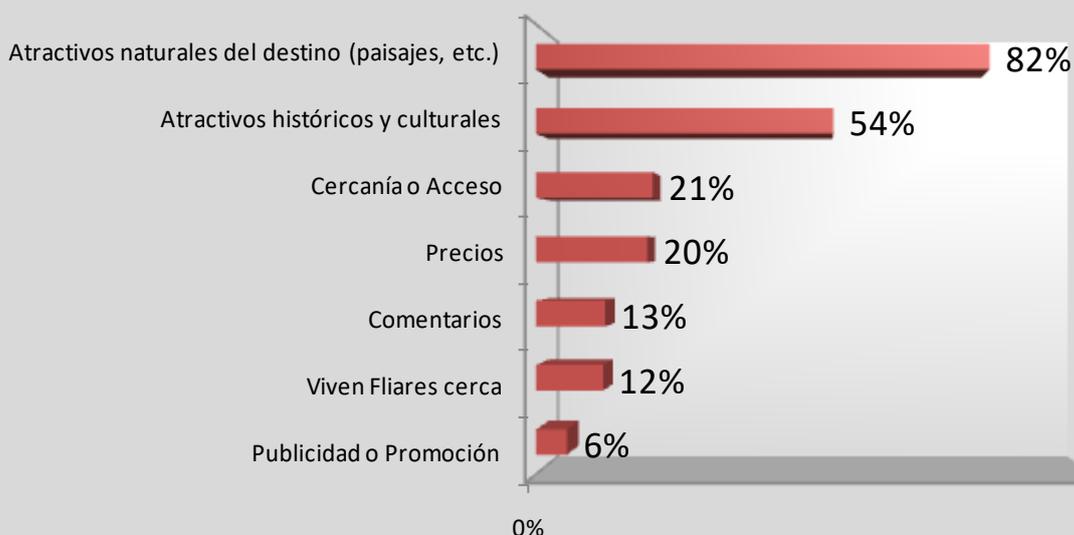
30% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

3% CONSIDERA VISITAR DESTINOS ALTERNATIVOS

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los entre 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los turistas que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles.



PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires ocupa el 8º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Tres de cada cuatro turistas residentes en la Ciudad de Buenos Aires que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital de la provincia (77%). No obstante, más de uno de cada cuatro turistas (27%) pernocta en al menos dos destinos durante su viaje, duplicando el promedio nacional de turistas que realizan viajes multietápicos (14%).

Medio de Transporte y Alojamiento: Más de la mitad de los turistas de la Ciudad de Buenos Aires viajan a Salta en avión (54%), esta proporción sextuplica el promedio nacional de todos los mercados turísticos (9%); los turistas se hospedan casi en su totalidad en hoteles o similares (49%) y en viviendas de familiares o amigos (48%).

Motivo del viaje: la mitad de los turistas porteños que viajan a Salta lo hacen por motivo de Ocio o Esparcimiento (49%), en segundo lugar se encuentra la visita de familiares o amigos (46%).

Gasto: El gasto promedio de los turistas porteños en Salta es de unos nueve mil pesos (en valores de diciembre de 2016), más del doble del promedio nacional, para una estadía media de 9,5 noches. De esta manera, el gasto promedio diario resulta mayor al promedio de los turistas nacionales que viajan a Salta (\$959 vs. \$595).

Perfil: El 59% de los turistas porteños son mujeres, el 47% tiene 45 años o más y cuatro de cada cinco turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: Cerca de la mitad de los turistas (46%) utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas, esta proporción es la mayor registrada entre todos los mercados turísticos.

Visita previa: El 61% de los turistas no había visitado previamente el destino, valor que supera al promedio nacional (53%).

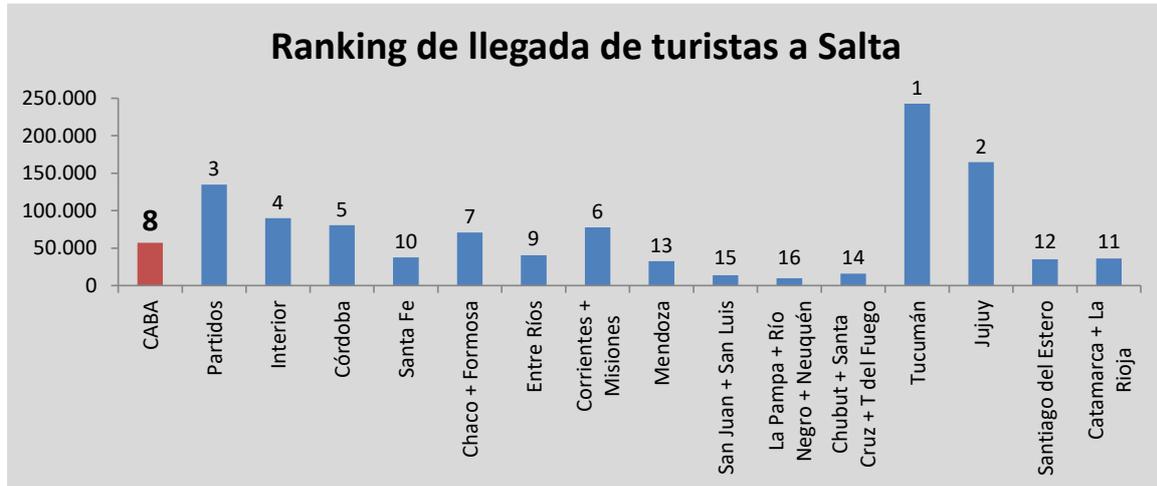
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 79% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales, el 69% lo elige por los atractivos históricos y culturales, y un 9%, por publicidad o promociones.

Organización del viaje: El 54% de los turistas porteños organiza sus viajes a Salta con más de un mes de anticipación.

2.2

RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

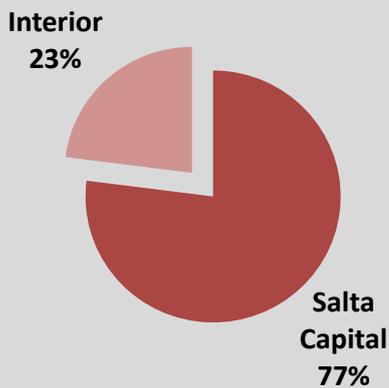
La información de las secciones 2.2, 2.3 y 2.4 surge de las encuestas a turistas residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra.



2.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

DESTINO PRINCIPAL



VIAJES CON MÁS DE UN DESTINO

27%



REALIZAN VIAJES MULTIDESTINO

PAQUETE TURÍSTICO



12%

VIAJA CON PAQUETE TURÍSTICO

¿CUÁNDO VIAJAN?



30%

VERANO



15%

OTOÑO



30%

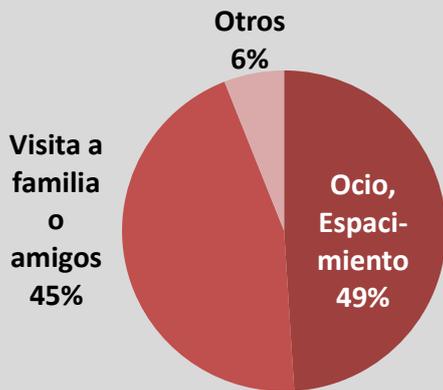
INVIERNO



25%

PRIMAVERA

MOTIVO DEL VIAJE



1° OCIO, ESPARCIMIENTO

2° VISITA A FAMILIARES/AMIGOS

3° OTROS

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

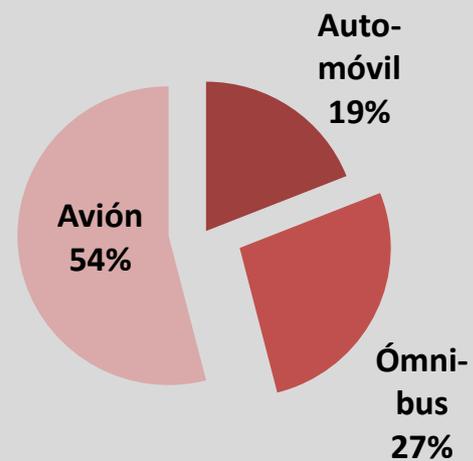


1° AVIÓN



2° ÓMNIBUS

3° AUTOMÓVIL



ALOJAMIENTO UTILIZADO

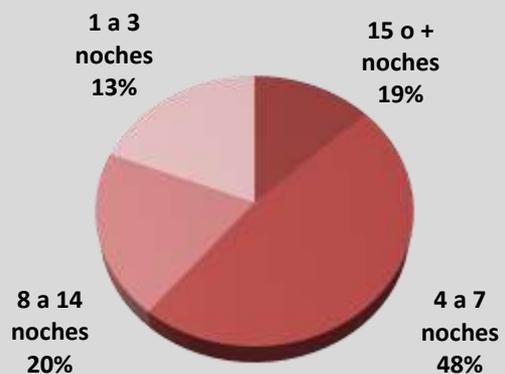


ESTADÍA PROMEDIO

9,5
NOCHES



ESTADÍA DE TURISTAS



GRUPO VIAJERO



69%
1 ó 2 PERSONAS



ACTIVIDADES REALIZADAS



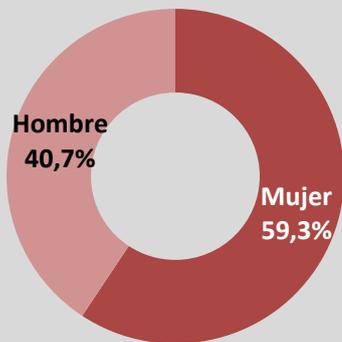
1° VISITA A MUSEOS, MONUMENTOS, ETC.

2° VISITA A RESERVAS NATURALES



PERFIL DE LOS TURISTAS

¿QUIÉNES VIAJAN?



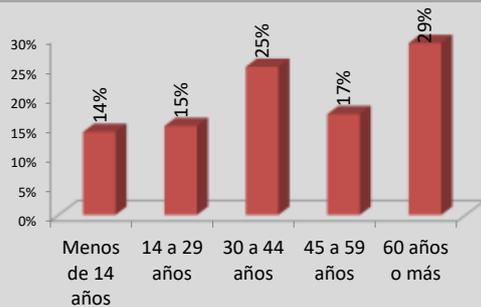
83% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

37% TIENE ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

85% INTEGRA HOGARES CONJEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

44% INTEGRA HOGARES CONJEFES CON ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

EDAD

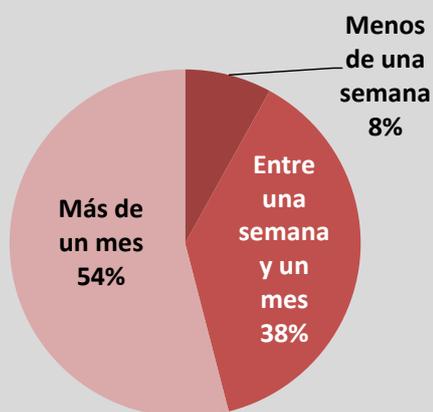


1° TURISTAS DE 60 AÑOS O MÁS

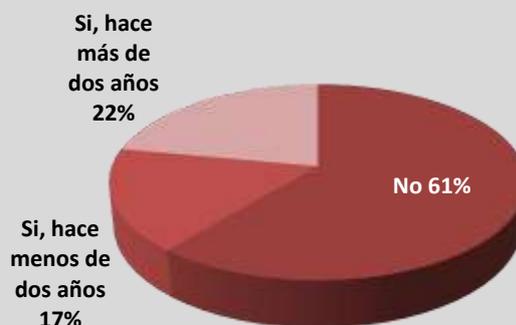
2° TURISTAS DE 30 A 44 AÑOS

La información de las secciones 2.2, 2.3 y 2.4 surge de las encuestas a turistas residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR?



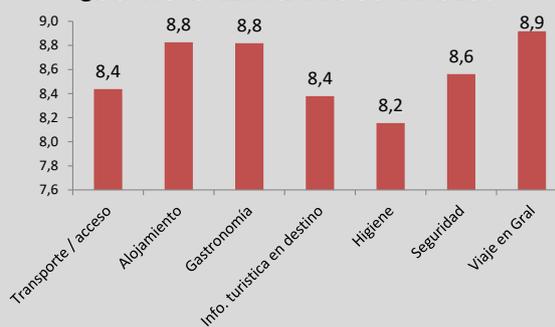
¿HABÍA VISITADO ANTES EL DESTINO?



46% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

9% CONSIDERA VISITAR DESTINOS ALTERNATIVOS

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los entre 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los turistas que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles.



2,0
noches
estadía promedio

1°
puesto
en el Ranking de llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24¹ provincias

¹Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

Los Partidos del Gran Buenos Aires ocupan el 3º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Cuatro de cada cinco turistas residentes en Partidos del Gran Buenos Aires que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital (79%). No obstante, una proporción similar de los turistas (22%) pernocta en al menos dos destinos durante su viaje, superando al promedio nacional de turistas que realizan viajes multietápicos (14%).

Medio de Transporte y Alojamiento: Más de la mitad de los turistas de los Partidos del Gran Buenos Aires viajan a Salta en ómnibus (58%), proporción que supera ampliamente el promedio nacional (40%); los turistas se hospedan casi en su totalidad en hoteles o similares (46%) y en viviendas de familiares o amigos (44%).

Motivo del viaje: más de la mitad de los turistas de Partidos del Gran Buenos Aires que viajan a Salta lo hacen por motivo de Ocio o Esparcimiento (59%), en segundo lugar se encuentra la visita de familiares o amigos (32%).

Gasto: El gasto promedio de los turistas de esta región en Salta es de unos seis mil setecientos pesos (en valores de diciembre de 2016), unos dos mil pesos superior al promedio nacional, para una estadía media de 12,2 noches (casi dos veces la estadía promedio nacional). El gasto promedio diario se encuentra por debajo del promedio de todos los turistas nacionales que viajan a Salta (\$551 vs. \$595).

Perfil: El 57% de los turistas de los Partidos del Gran Buenos Aires que llegan a Salta son mujeres; el 52% tiene 45 años o más; y más de la mitad de los turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: Únicamente un quinto de los turistas (21%) utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas.

Visita previa: El 55% de los turistas no había visitado previamente el destino.

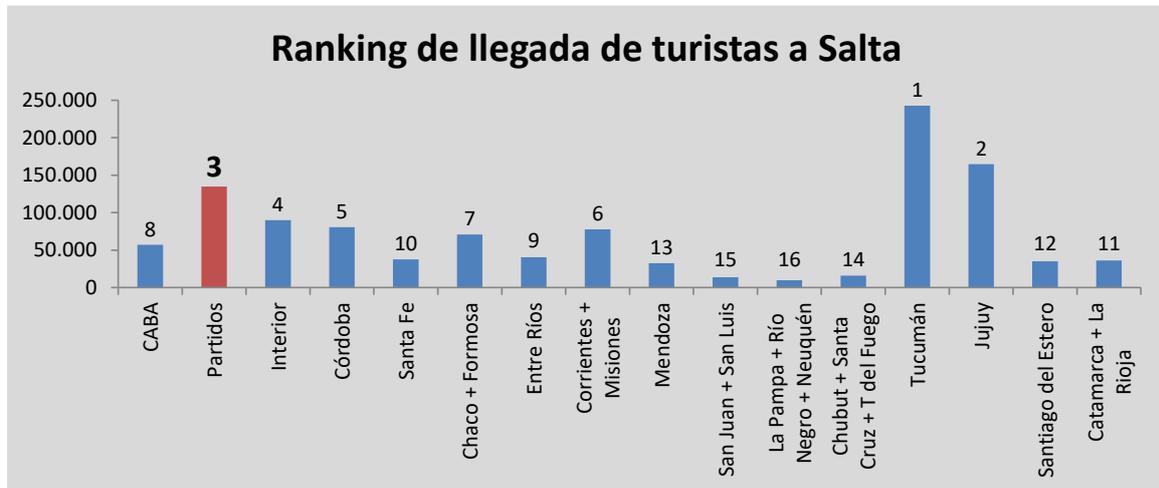
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 88% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales, el 50% lo elige por los atractivos históricos y culturales, y un 22% lo elige porque tiene familiares que viven cerca del destino (valor por debajo del promedio nacional de 12%). Únicamente el 2% lo elige por publicidades o promociones (frente al 6% del promedio nacional).

Organización del viaje: El 48% de los turistas organiza sus viajes a Salta con más de un mes de anticipación.

3.2

RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

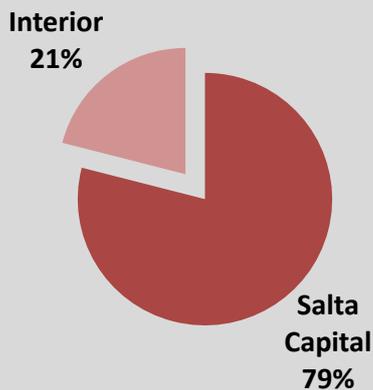
La información de las secciones 3.2, 3.3 y 3.4 surge de las encuestas a turistas residentes en los Partidos del Gran Buenos Aires que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra.



3.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

DESTINO PRINCIPAL



VIAJES CON MÁS DE UN DESTINO

22%



REALIZAN VIAJES MULTIDESTINOS

PAQUETE TURÍSTICO



20%

VIAJA CON PAQUETE TURÍSTICO

¿CUÁNDO VIAJAN?



30%

VERANO



20%

OTOÑO



24%

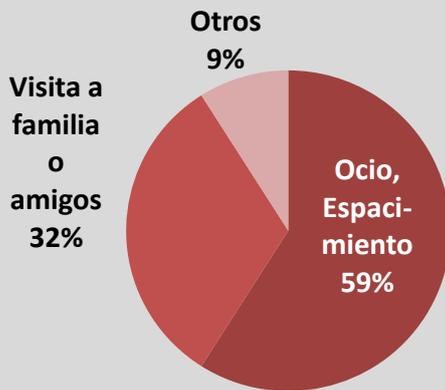
INVIERNO



26%

PRIMAVERA

MOTIVO DEL VIAJE

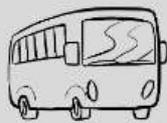


1° OCIO, ESPARCIMIENTO

2° VISITA A FAMILIARES/AMIGOS

3° OTROS

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



1° ÓMNIBUS

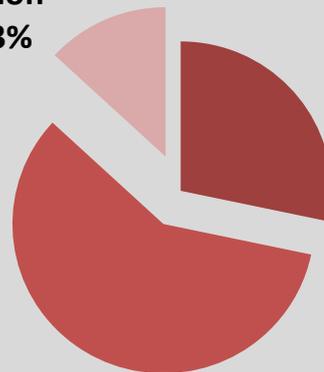
2° AUTOMÓVIL

3° AVIÓN



**Avión
13%**

**Auto-
móvil
28%**



**Ómni-
bus
58%**

ALOJAMIENTO UTILIZADO

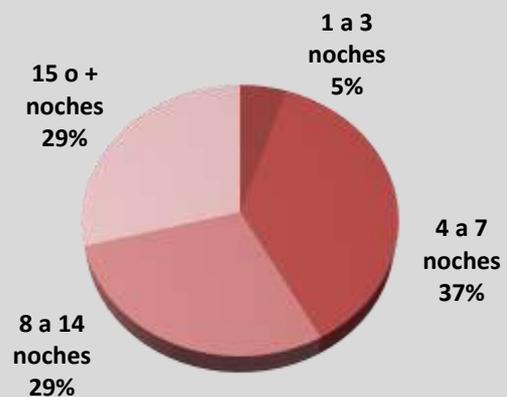


ESTADÍA PROMEDIO

**12,2
NOCHES**



ESTADÍA DE TURISTAS



**GRUPO
VIAJERO**



58%
1 ó 2 PERSONAS



ACTIVIDADES REALIZADAS



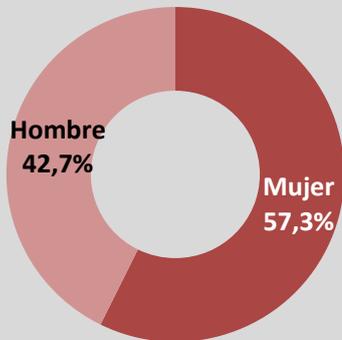
1° VISITA A MUSEOS, MONUMENTOS, ETC.

2° PLAYA



PERFIL DE LOS TURISTAS

¿QUIÉNES VIAJAN?



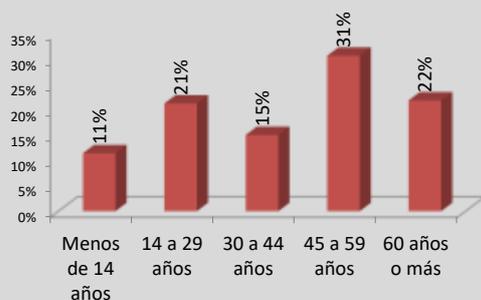
54% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

20% TIENE ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

43% INTEGRA HOGARES CONJEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

18% INTEGRA HOGARES CONJEFES CON ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

EDAD

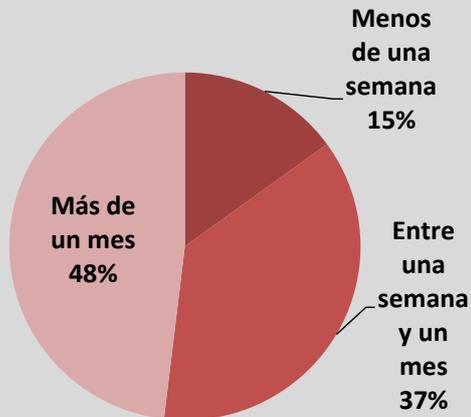


52%
DE LOS TURISTAS
TIENE 45 AÑOS O MÁS

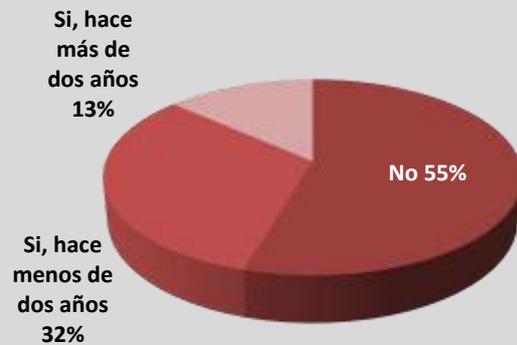
1° TURISTAS DE 45 A 59 AÑOS
2° TURISTAS DE 60 AÑOS O MÁS

La información de las secciones 3.2, 3.3 y 3.4 surge de las encuestas a turistas residentes en los Partidos del GBA que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR?



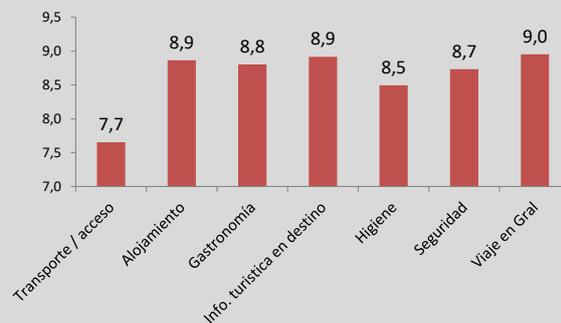
¿HABÍA VISITADO ANTES EL DESTINO?



21% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

1% CONSIDERA VISITAR DESTINOS ALTERNATIVOS

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los entre 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los turistas que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles.



1,9
noches
estadía promedio

5°
puesto
en el Ranking de llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24² provincias

²Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

El Interior de la Provincia de Buenos Aires ocupa el 4º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Más de cuatro de cada cinco turistas residentes en el Interior de la PBA que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital (83%). No obstante, dos de cada cinco de los turistas (39%) pernoctan en al menos dos destinos durante su viaje (proporción casi tres veces superior al promedio nacional).

Medio de Transporte y Alojamiento: Más de dos de cada cinco de los turistas del Interior de Buenos Aires viajan a Salta en ómnibus (42%) y un quinto en avión (18%); los turistas se hospedan casi en su totalidad en hoteles o similares (56%) y en viviendas de familiares o amigos (41%).

Motivo del viaje: Más de la mitad de los turistas del Interior de Buenos Aires que viajan a Salta lo hacen por motivo de Ocio o Esparcimiento (55%), en segundo lugar se encuentra la visita de familiares o amigos (41%).

Gasto: El gasto promedio de los turistas de esta región en Salta (en valores de diciembre de 2016) es de unos siete mil cuatrocientos pesos (valor muy por encima del promedio nacional de \$4.270) para una estadía media de 10,7 noches. De esta manera, el gasto promedio diario supera el promedio de todos los turistas nacionales que viajan a Salta (\$697 vs. \$595).

Perfil: El 60% de los turistas bonaerenses que llegan a Salta son mujeres (esta proporción se encuentra por encima de todos los mercados turísticos analizados, exceptuando Patagonia Norte con el 61% de turistas mujeres). El 28% tiene 60 años o más; y casi tres de cada cuatro de los turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: Uno de cada tres de los turistas (31%) utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas.

Visita previa: El 47% de los turistas no había visitado previamente el destino. El 38% visitó Salta hace más de dos años.

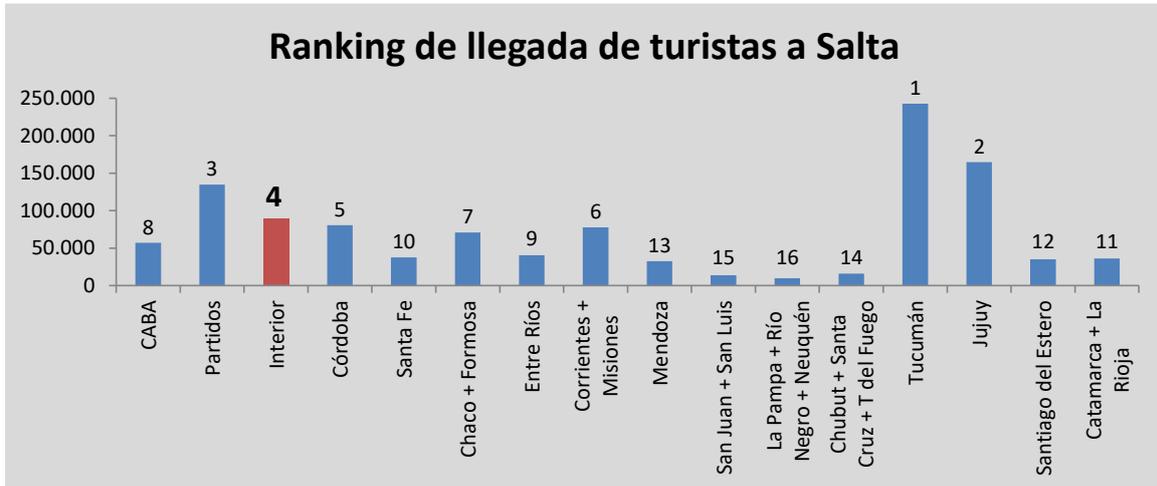
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 95% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales, el 64% lo elige por los atractivos históricos y culturales, un 24% lo elige por cercanía o facilidad de acceso, y un 17% por comentarios y/o recomendaciones.

Organización del viaje: El 66% de los turistas bonaerenses organiza sus viajes a Salta con más de un mes de anticipación, y, únicamente el 4% lo organiza con menos de una semana de anticipación.

4.2

RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

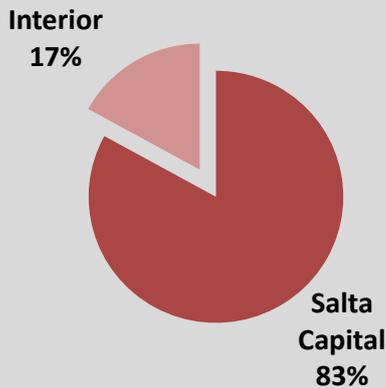
La información de las secciones 4.2, 4.3 y 4.4 surge de las encuestas a turistas residentes en el Interior de la Provincia de Buenos Aires que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra.



4.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

DESTINO PRINCIPAL



VIAJES CON MÁS DE UN DESTINO

39%



REALIZAN VIAJES MULTIDESTINOS

PAQUETE TURÍSTICO



18%

VIAJA CON PAQUETE TURÍSTICO

¿CUÁNDO VIAJAN?



12%
VERANO



25%
OTOÑO



51%
INVIERNO



12%
PRIMAVERA

MOTIVO DEL VIAJE

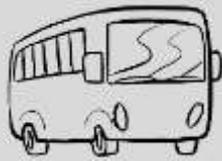


1° OCIO, ESPARCIMIENTO

2° VISITA A FAMILIARES/AMIGOS

3° OTROS

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



1° ÓMNIBUS



2° AUTOMÓVIL

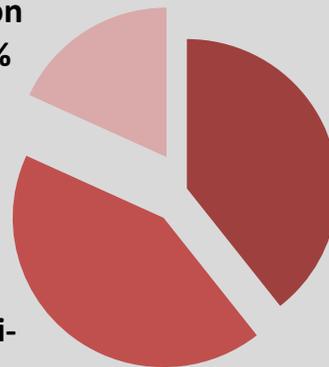
3° AVIÓN



**Avión
18%**

**Auto-
móvil
39%**

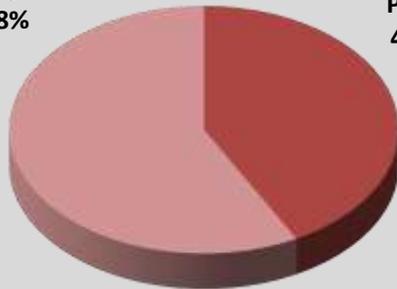
**Ómni-
bus
42%**



ALOJAMIENTO UTILIZADO

**Pago
58%**

**No
Pago
42%**



56% HOTELES

41% VIVIENDA DE FAMILIARES/AMIGOS

ESTADÍA PROMEDIO

**10,7
NOCHES**



ESTADÍA DE TURISTAS

37%

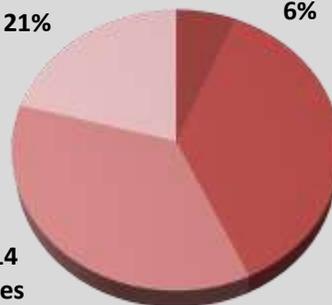
4 A 7 NOCHES

**15 o +
noches
21%**

**1 a 3
noches
6%**

**8 a 14
noches
36%**

**4 a 7
noches
37%**



**GRUPO
VIAJERO**



**57%
1 ó 2 PERSONAS**



ACTIVIDADES REALIZADAS



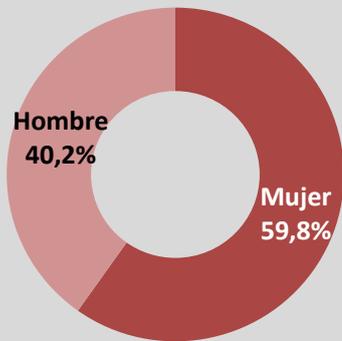
1° VISITA A MUSEOS, MONUMENTOS, ETC.

2° VISITA A RESERVAS NATURALES



PERFIL DE LOS TURISTAS

¿QUIÉNES VIAJAN?



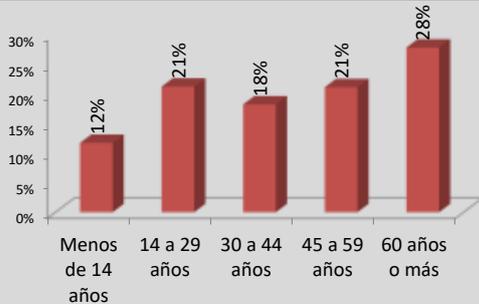
72% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

34% TIENE ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

62% INTEGRA HOGARES CONJEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

30% INTEGRA HOGARES CONJEFES CON ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

EDAD

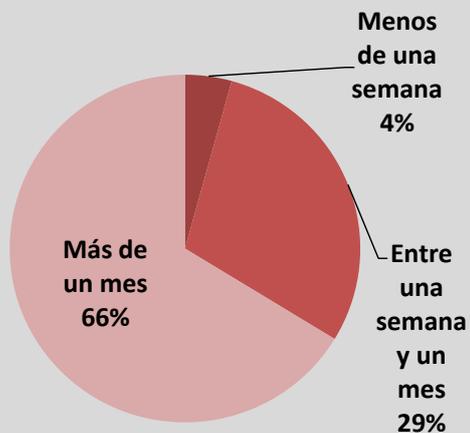


1° TURISTAS DE 60 AÑOS O MÁS

2° TURISTAS DE 14 A 29 AÑOS

La información de las secciones 4.2, 4.3 y 4.4 surge de las encuestas a turistas residentes en el Interior de la Provincia de Buenos Aires que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR?



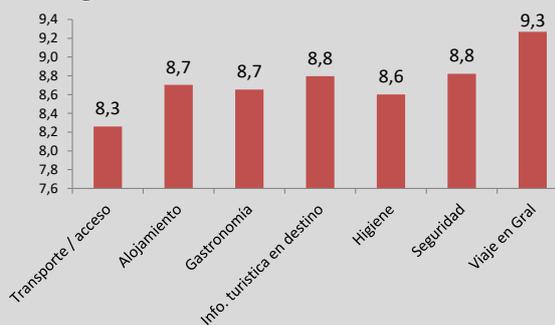
¿HABÍA VISITADO ANTES EL DESTINO?



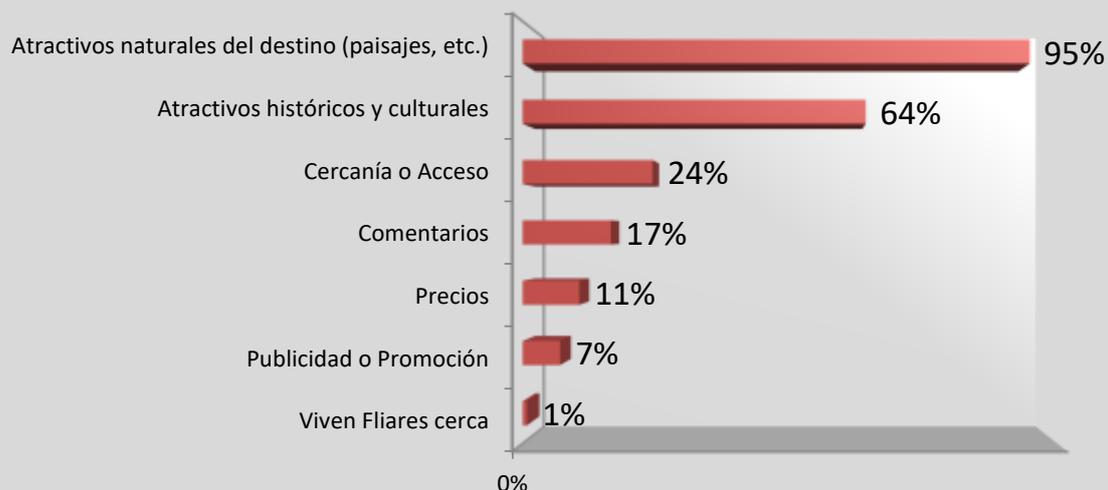
31% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

2% CONSIDERA VISITAR DESTINOS ALTERNATIVOS

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los entre 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los viajeros que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles.



2,0
noches
estadía promedio

4°
puesto
en el Ranking de llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24³ provincias

³Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

Córdoba ocupa el 5º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Más de tres de cada cuatro turistas residentes en Córdoba que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital (76%). Únicamente uno de cada diez turistas (10%) pernocta en más de un destino durante su viaje (proporción que se encuentra levemente por debajo del promedio nacional de 14%).

Medio de Transporte y Alojamiento: La mitad de los turistas que viajan de Córdoba a Salta lo hace en automóvil (50%), mientras que el 46% lo hace en ómnibus, y únicamente el 4% viaja en avión (por debajo del promedio nacional); los turistas se hospedan casi en su totalidad en viviendas de familiares o amigos (59%) y en hoteles o similares (40%); es decir, que la mayor parte de los turistas que viajan de Córdoba a Salta no utiliza alojamientos pagos.

Motivo del viaje: más de la mitad de los turistas cordobeses que viajan a Salta lo hacen para visitar familiares o amigos (58%), en segundo lugar se encuentra el motivo de ocio o esparcimiento (38%).

Gasto: El gasto promedio de los turistas de Córdoba en Salta es de cuatro mil quinientos pesos (en valores de diciembre de 2016), valor cercano al promedio nacional, para una estadía media de 10,1 noches. De esta manera, el gasto promedio diario se encuentra por debajo del promedio de todos los turistas nacionales que viajan a Salta (\$451 vs. \$595).

Perfil: El 55% de los turistas cordobeses que llegan a Salta son mujeres; el 53% son jóvenes entre 14 y 44 años; y más de cuatro de cada cinco de los turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: Únicamente uno de cada seis de los turistas utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas (16%).

Visita previa: El 50% de los turistas no había visitado previamente el destino, y el 42% lo visitó hace menos de dos años.

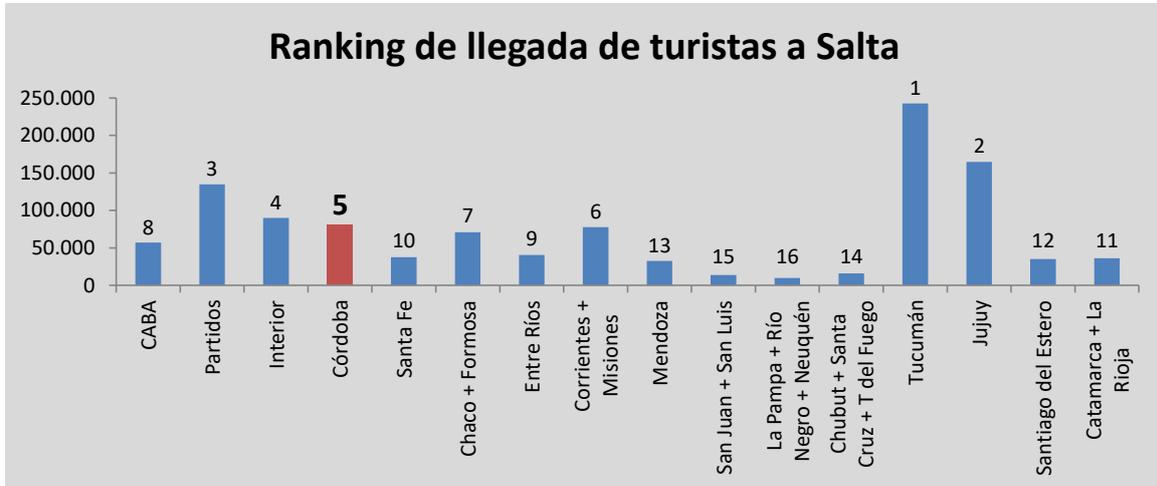
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 96% de los turistas cordobeses elige Salta por sus atractivos naturales, el 57% lo elige por los atractivos históricos y culturales, y un 38% lo elige por motivos económicos (esta proporción duplica la del promedio nacional de turistas).

Organización del viaje: El 69% de los turistas cordobeses organiza sus viajes a Salta con entre una semana y un mes de anticipación; sólo el 25% los organiza con más de un mes de anticipación.

5.2

RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

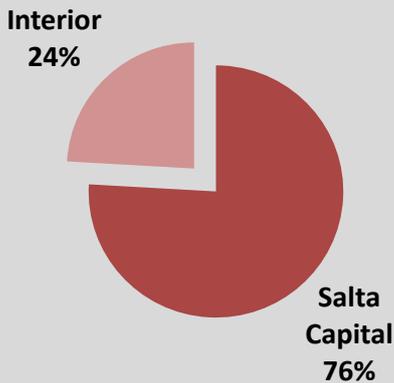
La información de las secciones 5.2, 5.3 y 5.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Córdoba que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra.



5.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

DESTINO PRINCIPAL



VIAJES CON MÁS DE UN DESTINO

10%



REALIZAN VIAJES MULTIDESTINADOS

PAQUETE TURÍSTICO



14%

VIAJA CON PAQUETE TURÍSTICO

¿CUÁNDO VIAJAN?



37%
VERANO



14%
OTOÑO



40%
INVIERNO



9%
PRIMAVERA

MOTIVO DEL VIAJE



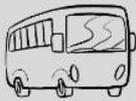
1° VISITA A FAMILIARES/AMIGOS

2° OCIO, ESPARCIMIENTO
3° OTROS

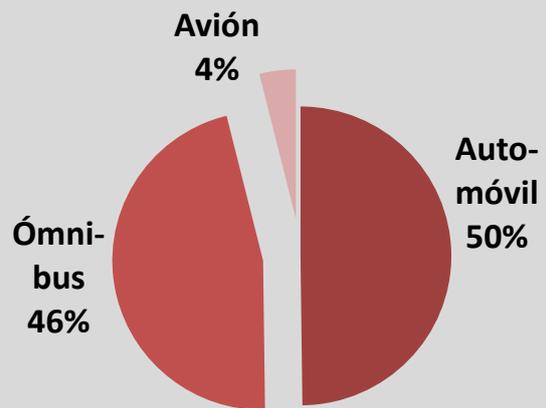
MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



1° AUTOMÓVIL

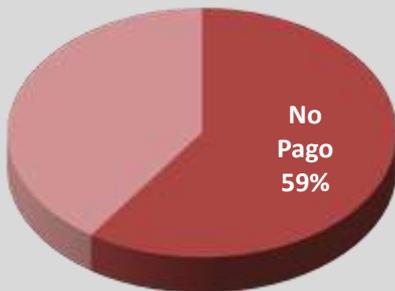


2° ÓMNIBUS
3° AVIÓN



ALOJAMIENTO UTILIZADO

Pago
40%



59% VIVIENDA DE FAMILIARES/AMIGOS
40% HOTELES

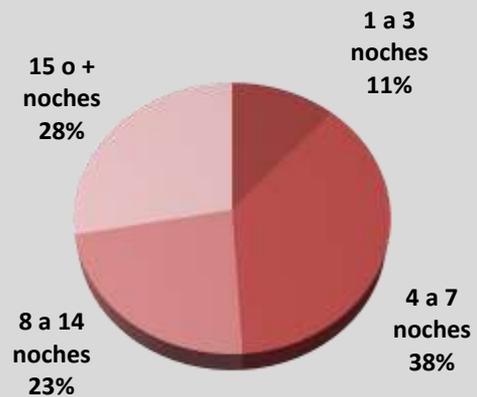
ESTADÍA PROMEDIO

10,1 NOCHES



ESTADÍA DE TURISTAS

38% VIAJA DE 4 A 7 NOCHES



GRUPO VIAJERO



57% 1 ó 2 PERSONAS



ACTIVIDADES REALIZADAS



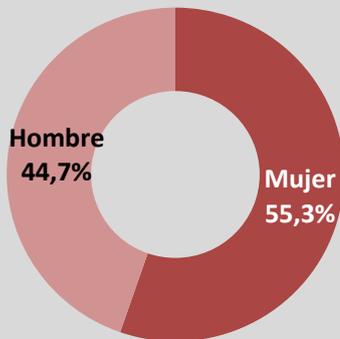
1° VISITA A MUSEOS, MONUMENTOS, ETC.

2° VISITA A RESERVAS NATURALES



PERFIL DE LOS TURISTAS

¿QUIÉNES VIAJAN?



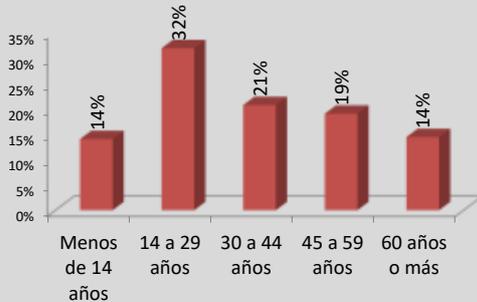
84% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

39% TIENE ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

76% INTEGRA HOGARES CON JEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

36% INTEGRA HOGARES CON JEFES CON ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

EDAD



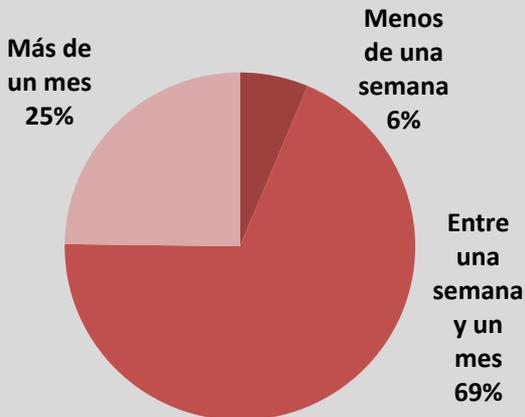
53% DE LOS TURISTAS SON JÓVENES ENTRE 14 Y 44 AÑOS

1° TURISTAS DE 14 A 29 AÑOS

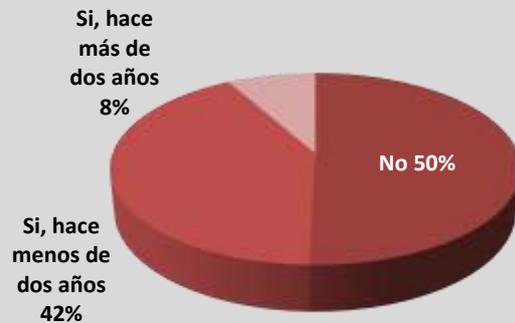
2° TURISTAS DE 30 A 44 AÑOS

La información de las secciones 5.2, 5.3 y 5.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Córdoba que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR?



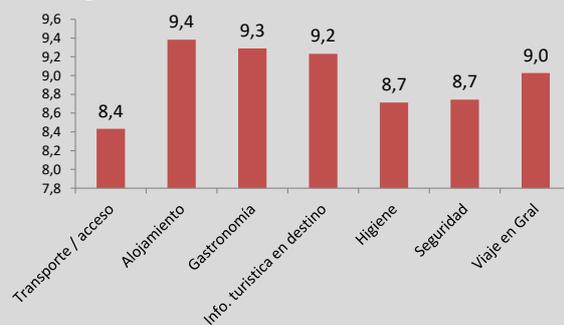
¿HABÍA VISITADO ANTES EL DESTINO?



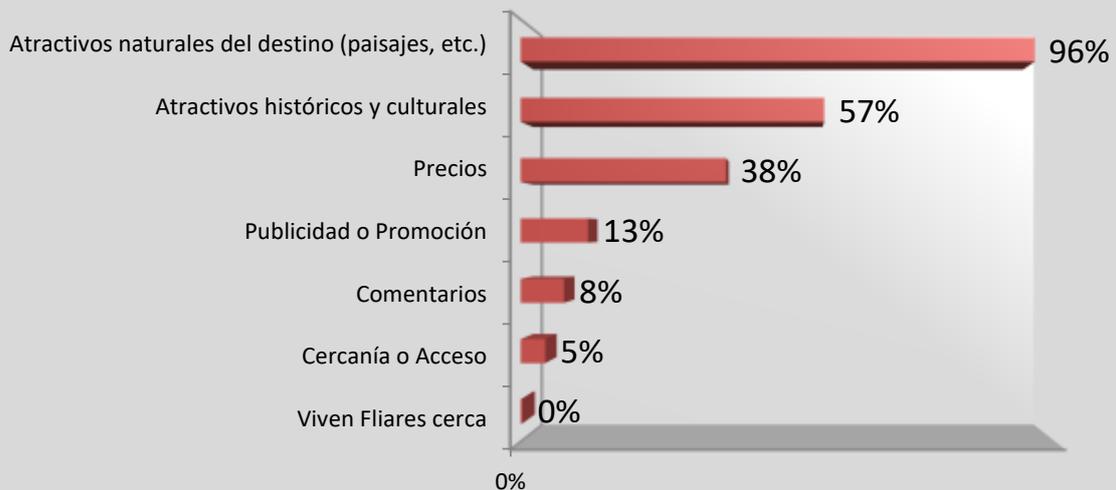
16% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

2% CONSIDERA VISITAR DESTINOS ALTERNATIVOS

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los entre 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los viajeros que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles.



1,9
noches
estadía promedio

2°
puesto
en el Ranking de llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24⁴ provincias

⁴Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

La Provincia de Santa Fe ocupa el 10º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Cinco de cada seis turistas residentes en Santa Fe que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital (85%), proporción que supera al promedio de turistas nacionales (74%). No obstante, uno de cada tres turistas (35%) pernocta en al menos dos destinos durante su viaje (más de dos veces del promedio nacional).

Medio de Transporte y Alojamiento: Casi la mitad de los turistas de Santa Fe viajan a Salta en automóvil (46%) y nueve de cada diez se hospedan en alojamientos pagos (89%), en su mayoría, en hoteles o similares.

Motivo del viaje: Cinco de cada seis santafesinos que viajan a Salta lo hacen por motivo de Ocio o Esparcimiento (83%), este valor resulta el más elevado entre los distintos mercados turísticos.

Gasto: El gasto promedio de los turistas santafesinos en Salta es de unos seis mil pesos (en valores de diciembre de 2016), es decir, más de dos mil pesos superior al gasto promedio nacional, para una estadía media de 8,0 noches. El gasto promedio diario es mayor al promedio de todos los turistas nacionales que viajan a Salta (\$760 vs. \$595).

Perfil: El 58% de los turistas santafesinos son mujeres, y cuatro de cada cinco turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: El 30% de los turistas utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas.

Visita previa: El 89% de los turistas no había visitado previamente el destino, valor que resulta el más elevado entre los distintos mercados turísticos.

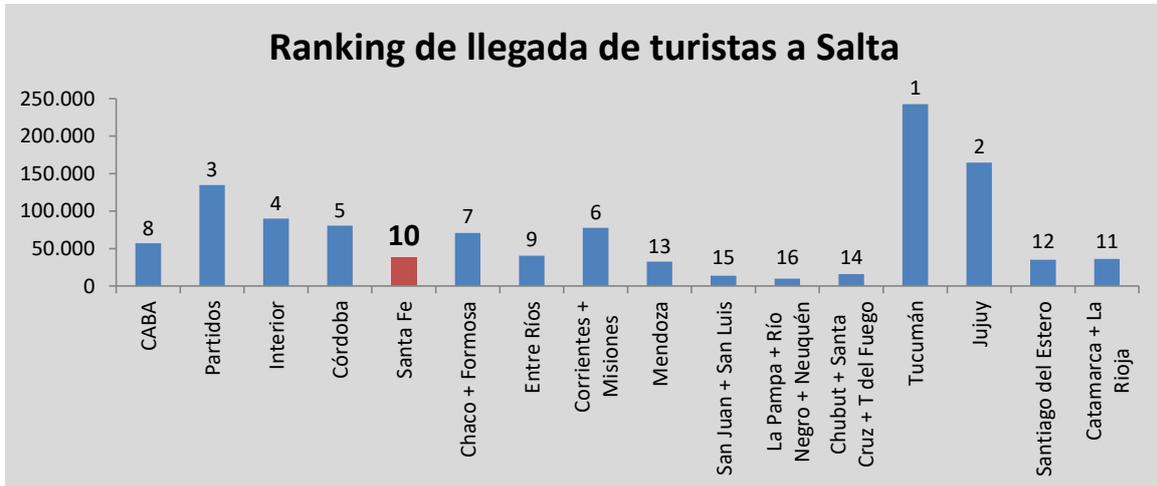
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 98% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales, el 69% lo elige por los atractivos históricos y culturales, y un 8% por publicidades o promociones.

Organización del viaje: El 40% de los turistas santafesinos organiza sus viajes a Salta con más de un mes de anticipación.

6.2

RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

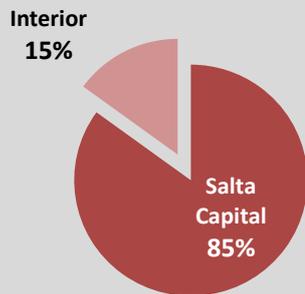
La información de las secciones 6.2, 6.3 y 6.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Santa Fe (Gran Rosario y Gran Santa Fe) que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 6.3 y 6.4 se muestra para el agregado región de origen "Litoral Oeste", conformado por las provincias de Santa Fe, Chaco y Formosa.



6.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

DESTINO PRINCIPAL



VIAJES CON MÁS DE UN DESTINO

35%



REALIZAN VIAJES MULTIETÁPICOS⁵

PAQUETE TURÍSTICO



23%

VIAJA CON PAQUETE TURÍSTICO

¿CUÁNDO VIAJAN LOS TURISTAS CON ORIGEN EN LA REGIÓN LITORAL OESTE?*



21%
VERANO



36%
OTOÑO



18%
INVIERNO



25%
PRIMAVERA

* LOS TURISTAS CON ORIGEN EN SANTA FE PARECEN ELEGIR MÁS EL VERANO:

42%
VIAJA EN VERANO

⁵ Viajes con pernoctes en al menos dos destinos (los destinos secundarios pueden estar ubicados dentro o fuera de la provincia).

MOTIVO DEL VIAJE



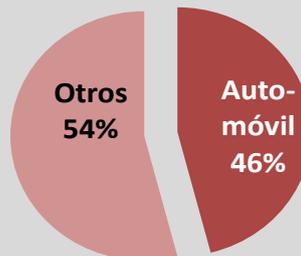
1° OCIO, ESPARCIMIENTO

2° VISITA A FAMILIARES/AMIGOS
3° OTROS

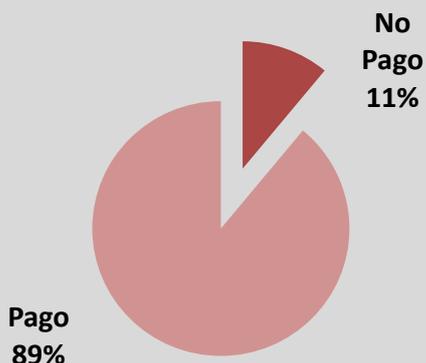
MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

1° AUTOMÓVIL

2° ÓMNIBUS
3° AVIÓN



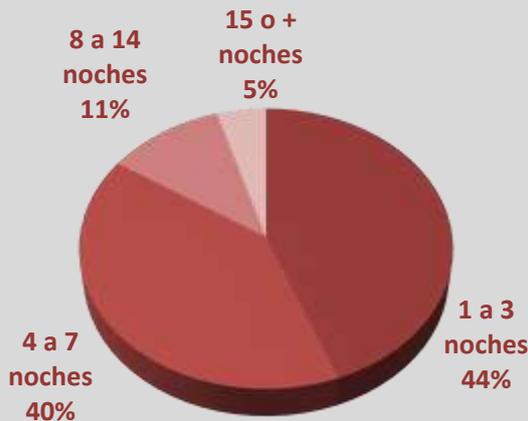
ALOJAMIENTO UTILIZADO



1° HOTELES

2° VIVIENDAS DE FAMILIARES O AMIGOS

ESTADÍA DE TURISTAS CON ORIGEN EN LA REGIÓN LITORAL OESTE*



*SIN EMBARGO, LOS TURISTAS CON ORIGEN EN SANTA FE MUESTRAN ESTADÍAS MÁS PROLONGADAS SÓLO

16%

VIAJA DE 1 A 3 NOCHES

ESTADÍA PROMEDIO

8,0
NOCHES



GRUPO VIAJERO



53%
1 ó 2 PERSONAS

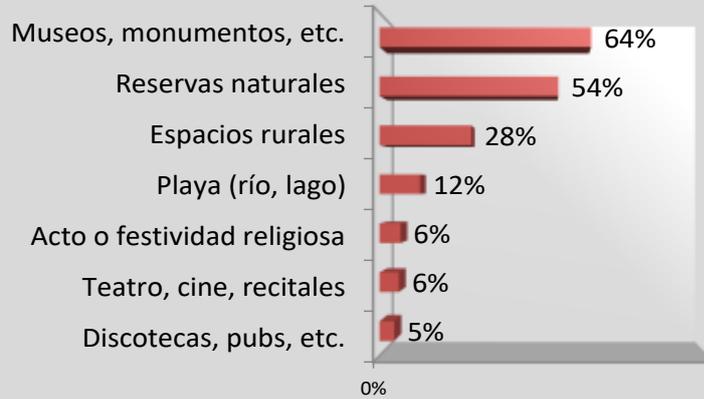


ACTIVIDADES REALIZADAS



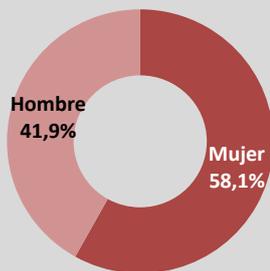
1° VISITA A MUSEOS, MONUMENTOS, ETC.

2° VISITA A RESERVAS NATURALES



PERFIL DE LOS TURISTAS

¿QUIÉNES VIAJAN?



79% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

81% INTEGRA HOGARES CON JEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

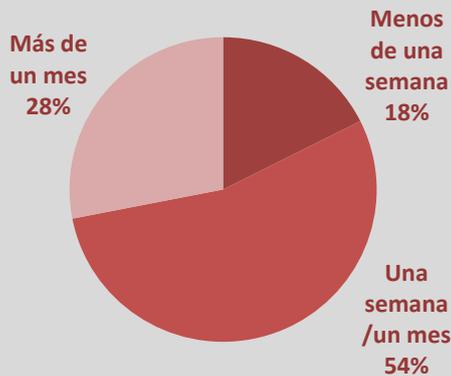
EDAD. TURISTAS CON ORIGEN EN LA REGIÓN LITORAL OESTE**



**** ENTRE LOS TURISTAS CON ORIGEN EN SANTA FE DISMINUYEN LOS ADULTOS DE 45 A 59 AÑOS (18%) Y CRECEN LOS DE 30 A 44 AÑOS**

La información de las secciones 6.2, 6.3 y 6.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Santa Fe (Gran Rosario y Gran Santa Fe) que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 6.3 y 6.4 se muestra para el agregado región de origen "Litoral Oeste", conformado por las provincias de Santa Fe, Chaco y Formosa. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR? TURISTAS CON ORIGEN EN LA REGIÓN LITORAL OESTE *



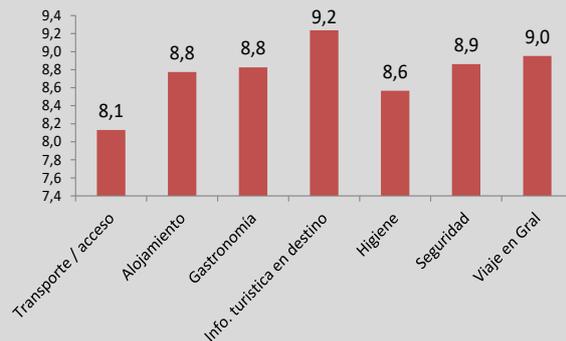
***LOS TURISTAS CON ORIGEN EN SANTA FE SE ORGANIZAN CON MAYOR ANTICIPACIÓN:**
40%
MÁS DE UN MES DE ANTELACIÓN

89% VISITA POR PRIMERA VEZ EL DESTINO

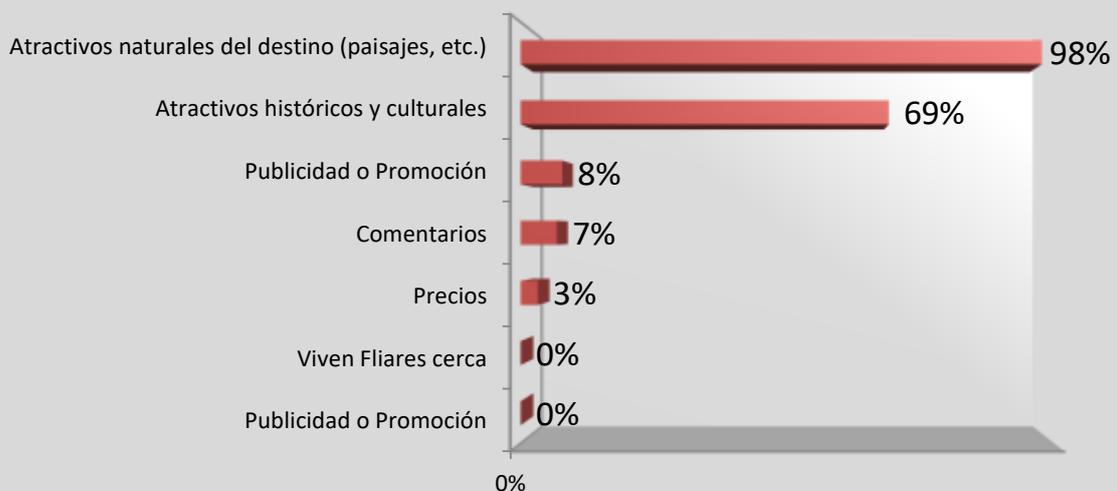


30% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los años 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los viajeros que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles. En este caso, la encuesta capta a todos los viajeros que residen en la Provincia de Santa Fe, sea que lo hagan en algún gran aglomerado urbano o en el resto de la provincia.



**2,0
noches
estadía promedio**

**6°
puesto**
en el Ranking de llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24⁶ provincias

⁶Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

El Mercado turístico conformado por las provincias de Chaco y Formosa ocupa el 7º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Cinco de cada seis turistas residentes en el Mercado turístico conformado por las provincias de Chaco y Formosa que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital (82%). No obstante, uno de cada cuatro turistas (27%) pernocta en al menos dos destinos durante su viaje, duplicando el promedio nacional de turistas que realizan viajes multietápicos (14%).

Medio de Transporte y Alojamiento: La mayor parte de estos turistas viajan a Salta en ómnibus, mientras que el 36% viaja en automóvil; tres de cada cuatro turistas se hospedan en alojamientos pagos (77%).

Motivo del viaje: Dos de cada tres turistas de Chaco y Formosa que viajan a Salta lo hacen por motivo de Ocio o Esparcimiento (66%), este valor supera ampliamente a la proporción de turistas nacionales que viaja por este motivo (47%).

Gasto: El gasto promedio de estos turistas en Salta es de unos cuatro mil trescientos pesos (en valores de diciembre de 2016), para una estadía media de 4,6 noches (muy por debajo de la estadía promedio nacional de 7,2 noches). De esta manera, debido a que el gasto promedio por turista es superior al promedio nacional para estadías más cortas, el gasto promedio diario resulta mayor al promedio de todos los turistas nacionales que viajan a Salta (\$951 vs. \$595).

Perfil: El 58% de los turistas de Chaco y Formosa son mujeres, el 46% tiene entre 45 y 59 años y tres de cada cinco turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: Únicamente el 13% de los turistas utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas (frente 30% del promedio nacional).

Visita previa: Únicamente el 22% de los turistas no había visitado previamente el destino, valor que representa menos de la mitad del promedio nacional (47%).

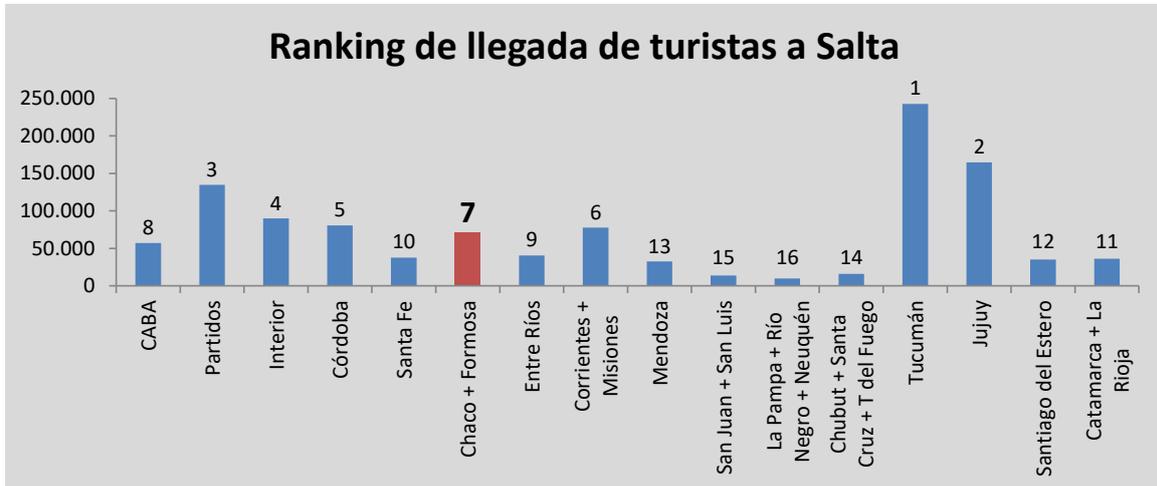
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 91% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales, el 56% lo elige por los atractivos históricos y culturales, y el 12% por cercanía o facilidad de acceso.

Organización del viaje: Sólo el 18% de los turistas de Chaco y Formosa organiza sus viajes a Salta con más de un mes de anticipación (frente 33% del promedio nacional).

7.2

RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

La información de las secciones 7.2, 7.3 y 7.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Chaco y Formosa que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 7.3 y 7.4 se muestra para el agregado región de origen "Litoral Oeste", conformado por las provincias de Santa Fe, Chaco y Formosa.



7.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

DESTINO PRINCIPAL

Interior 18%

Salta Capital 82%

VIAJES CON MÁS DE UN DESTINO

27%

REALIZAN VIAJES MULTIETÁPICOS⁷

PAQUETE TURÍSTICO

40%

VIAJA CON PAQUETE TURÍSTICO

¿CUÁNDO VIAJAN LOS TURISTAS CON ORIGEN EN LA REGIÓN LITORAL OESTE?*

21%
VERANO

36%
OTOÑO

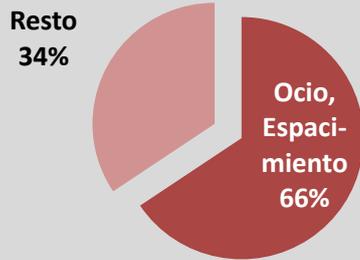
18%
INVIERNO

25%
PRIMAVERA

* LOS TURISTAS CON ORIGEN EN CHACO Y FORMOSA PARECEN ELEGIR MENOS EL VERANO:
sólo 11%
VIAJA EN VERANO

⁷ Viajes con pernoctes en al menos dos destinos (los destinos secundarios pueden estar ubicados dentro o fuera de la provincia).

MOTIVO DEL VIAJE

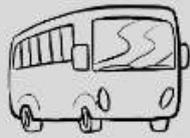


1° OCIO, ESPARCIMIENTO

2° OTROS

3° VISITA A FAMILIARES/AMIGOS

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

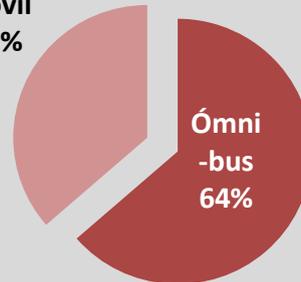


1° ÓMNIBUS

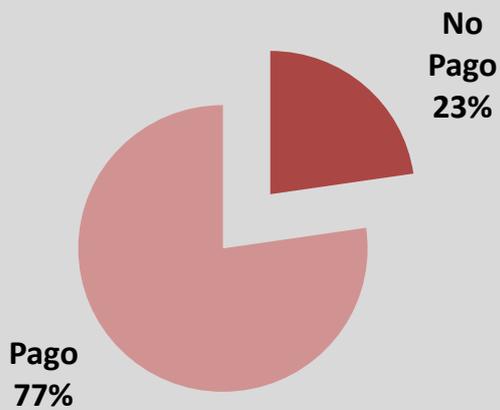


2° AUTOMÓVIL

**Auto-
móvil
36%**



ALOJAMIENTO UTILIZADO



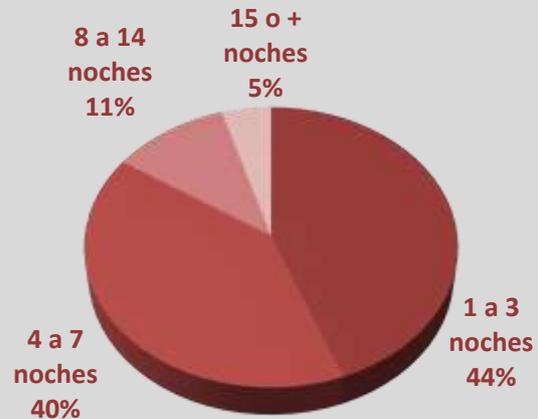
1° HOTELES

ESTADÍA PROMEDIO

**4,6
NOCHES**



ESTADÍA DE TURISTAS CON ORIGEN EN LA REGIÓN LITORAL OESTE*



***SIN EMBARGO, LOS TURISTAS
CON ORIGEN EN CHACO Y FORMOSA
MUESTRAN ESTADÍAS MÁS CORTAS:**

**59%
DE 1 A 3 NOCHES**

**GRUPO
VIAJERO**



**76%
1 ó 2 PERSONAS**

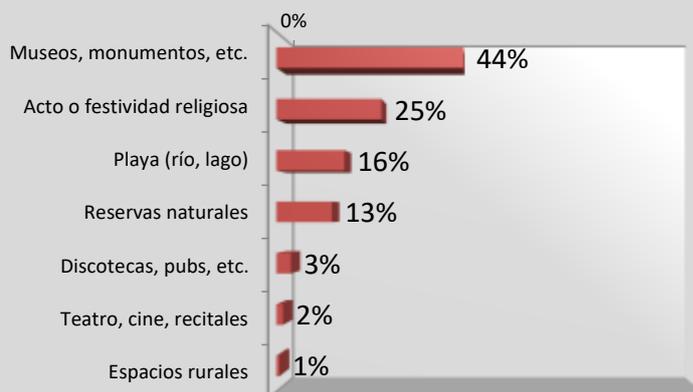


ACTIVIDADES REALIZADAS



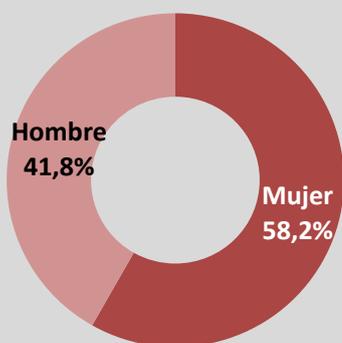
1° VISITA A MUSEOS, MONUMENTOS, ETC.

2° ACTO O FESTIVIDAD RELIGIOSA



PERFIL DE LOS TURISTAS

¿QUIÉNES VIAJAN?



60% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

56% INTEGRA HOGARES CON JEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

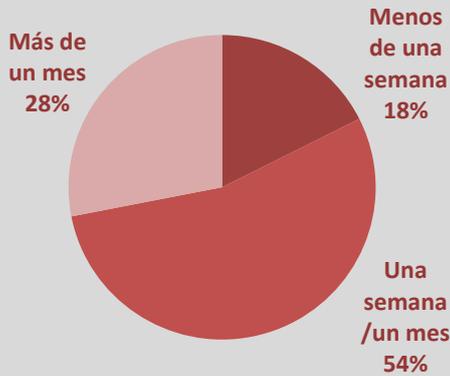
EDAD. TURISTAS CON ORIGEN EN LA REGIÓN LITORAL OESTE**



**** ENTRE LOS TURISTAS CON ORIGEN EN CHACO Y FORMOSA AUMENTAN LOS ADULTOS DE 45 A 59 AÑOS (46%)**

La información de las secciones 7.2, 7.3 y 7.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Chaco y Formosa que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 7.3 y 7.4 se muestra para el agregado región de origen "Litoral Oeste", conformado por las provincias de Santa Fe, Chaco y Formosa. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR? TURISTAS CON ORIGEN EN LA REGIÓN LITORAL OESTE *



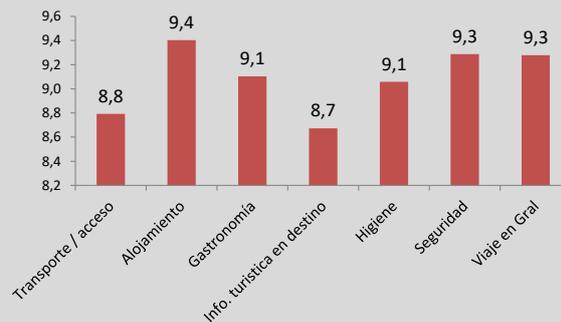
***SIN EMBARGO, ÚNICAMENTE EL 18% DE LOS TURISTAS CON ORIGEN EN CHACO Y FORMOSA SE ORGANIZAN CON MÁS DE UN MES DE ANTELACIÓN**

22% VISITA POR PRIMERA VEZ EL DESTINO



13% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los años 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los viajeros que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles. En este caso, la encuesta capta a todos los viajeros que residen en la Provincia de Chaco y la Provincia de Formosa (por separado), sea que lo hagan en algún gran aglomerado urbano o en el resto de la provincia.

PROVINCIA DE FORMOSA



2,1
noches
estadía promedio

16°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24⁸ provincias

⁸Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.

PROVINCIA DE CHACO



2,1
noches
estadía promedio

9°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24 provincias



PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

La Provincia de Entre Ríos ocupa el 9º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Más de dos de cada cinco de los turistas residentes en Entre Ríos que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje al Interior de la provincia (43%), valor que supera considerablemente el promedio de todos los turistas nacionales (26%). Por otra parte, cerca de uno de cada cuatro de los turistas (24%) pernocta en al menos dos destinos durante su viaje.

Medio de Transporte y Alojamiento: Casi la mitad de los turistas de Entre Ríos viajan a Salta en automóvil (46%) y dos de cada tres se hospedan en alojamientos pagos (67%).

Motivo del viaje: Cuatro de cada cinco turistas entrerrianos que viajan a Salta lo hacen por motivo de Ocio o Esparcimiento (79%), valor que se encuentra muy por encima del promedio nacional de turistas que viaja por este motivo (47%).

Gasto: El gasto promedio de los turistas entrerrianos en Salta (en valores de diciembre de 2016) es de unos tres mil setecientos pesos (valor por debajo del promedio nacional), para una estadía media de 8 noches. El gasto promedio diario es, entonces, menor al promedio de todos los turistas nacionales que viajan a Salta (\$476 vs. \$595).

Perfil: El 53% de los turistas de Entre Ríos son mujeres. Considerando a los turistas de la “Mesopotamia” (región de origen que reúne a las provincias de Corrientes, Entre Ríos y Misiones), el 28% de los turistas tiene entre 30 y 44 años y dos de cada tres turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: El 28% de los turistas utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas.

Visita previa: El 85% de los turistas no había visitado previamente el destino, valor que representa casi el doble del promedio nacional (47%).

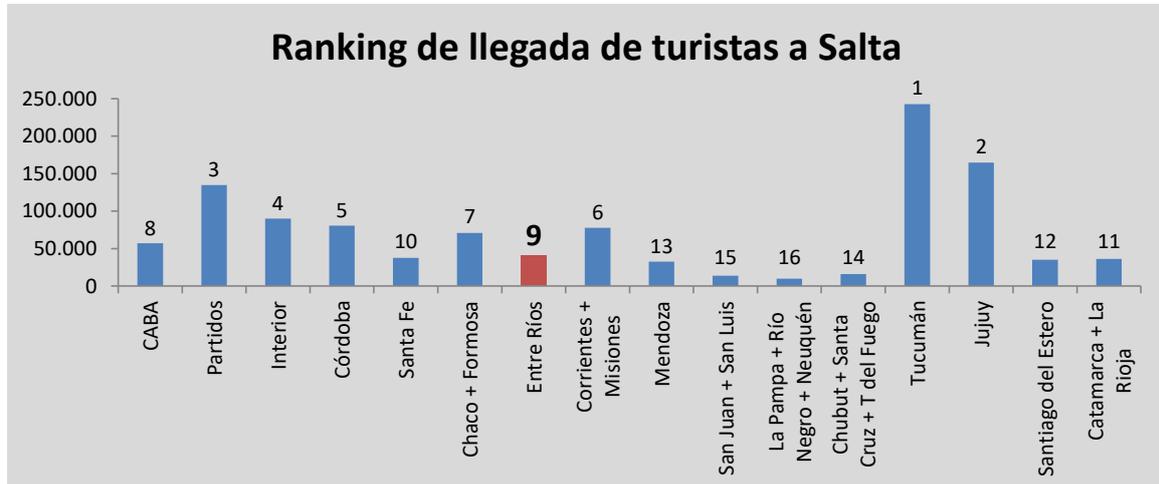
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 87% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales y el 63% lo elige por los atractivos históricos y culturales. Además, el 48% elige el destino porque tiene familiares que viven cerca.

Organización del viaje: Únicamente el 17% de los turistas entrerrianos organiza sus viajes a Salta con más de un mes de anticipación.

8.2

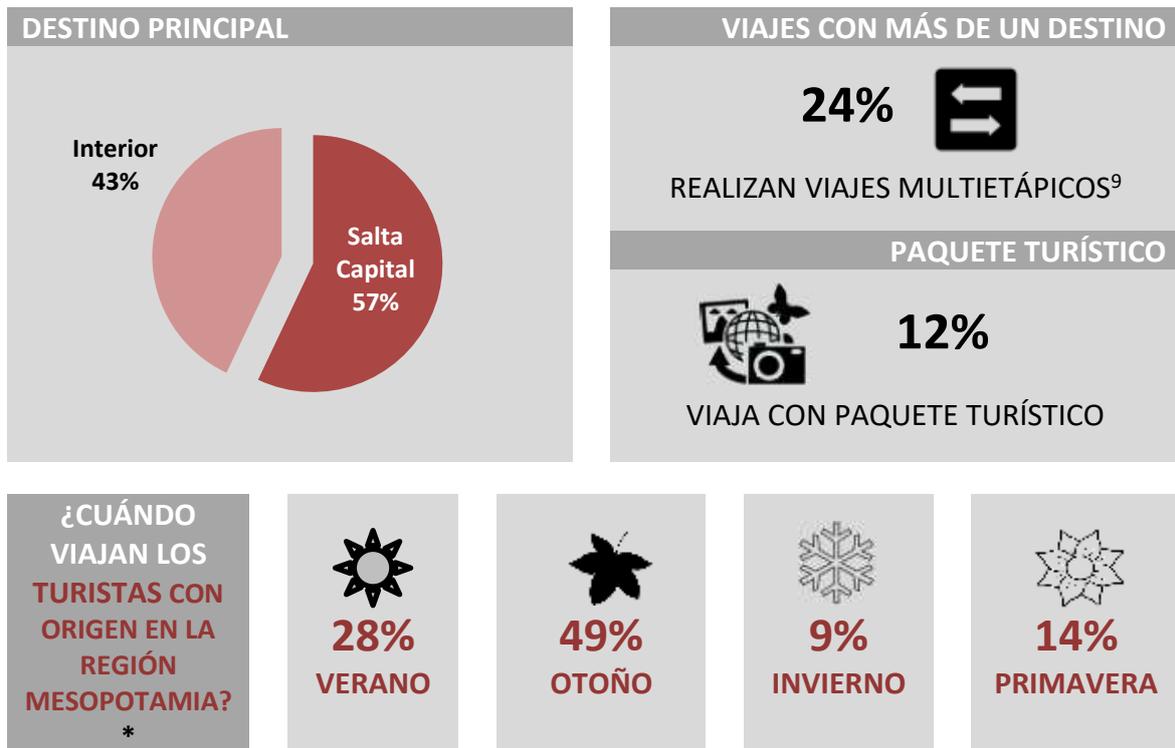
RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

La información de las secciones 8.2, 8.3 y 8.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Entre Ríos que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 8.3 y 8.4 se muestra para el agregado región de origen "Mesopotamia", conformado por las provincias de Entre Ríos, Corrientes y Misiones.



8.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)



⁹ Viajes con pernoctes en al menos dos destinos (los destinos secundarios pueden estar ubicados dentro o fuera de la provincia).

* LOS TURISTAS CON ORIGEN EN ENTRE RÍOS PARECEN ELEGIR MÁS EL VERANO:

55%

VIAJA EN VERANO

MOTIVO DEL VIAJE

Otros
21%



1° OCIO, ESPARCIMIENTO

2° VISITA A FAMILIARES/AMIGOS

3° OTROS

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

1° AUTOMÓVIL

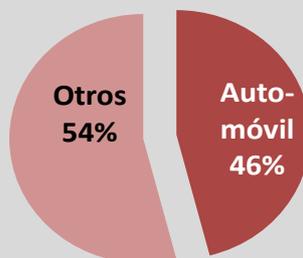


2° ÓMNIBUS



3° AVIÓN

4° OTROS



ALOJAMIENTO UTILIZADO

Pago
67%



No
Pago
33%

1° HOTELES

2° VIVIENDAS DE FAMILIARES O AMIGOS
3° VIVIENDAS ALQUILADAS POR TEMPORADA

ESTADÍA PROMEDIO

7,8
NOCHES



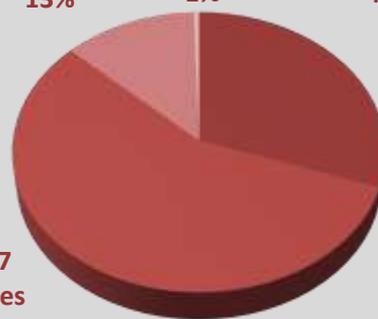
ESTADÍA DE TURISTAS CON ORIGEN EN LA REGIÓN MESOPOTAMIA*

8 a 14
noches
13%

15 o +
noches
1%

1 a 3
noches
30%

4 a 7
noches
57%



*SIN EMBARGO, LOS TURISTAS
CON ORIGEN EN ENTRE RÍOS MUESTRAN
ESTADÍAS MÁS PROLONGADAS SÓLO

14%
VIAJA DE 1 A 3 NOCHES

GRUPO VIAJERO



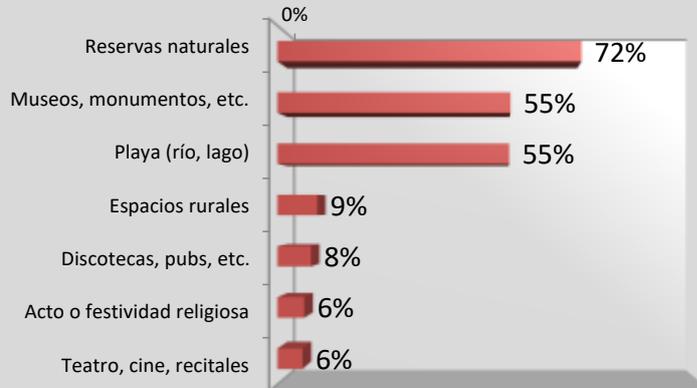
32%
1 ó 2 PERSONAS



ACTIVIDADES REALIZADAS

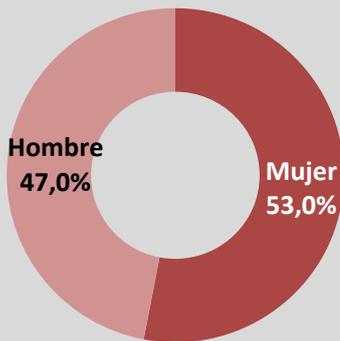
1° VISITA
A RESERVAS
NATURALES

2° VISITA
A MUSEOS,
MONUMENTOS, ETC.



PERFIL DE LOS TURISTAS

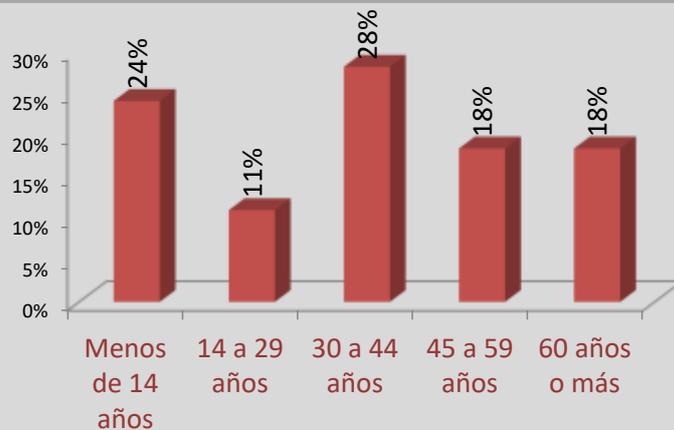
¿QUIÉNES VIAJAN?



64% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

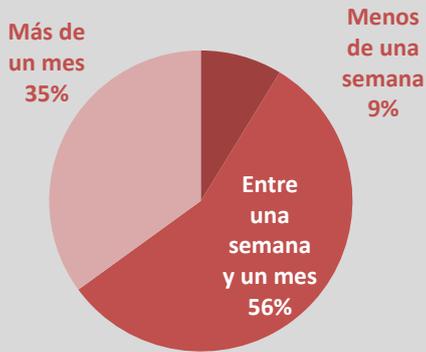
55% INTEGRA HOGARES CONJEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

EDAD. TURISTAS CON ORIGEN EN LA REGIÓN MESOPOTAMIA**



La información de las secciones 8.2, 8.3 y 8.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Entre Ríos que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 8.3 y 8.4 se muestra para el agregado región de origen "Mesopotamia", conformado por las provincias de Entre Ríos, Corrientes y Misiones. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR? TURISTAS CON ORIGEN EN LA REGIÓN MESOPOTAMIA*



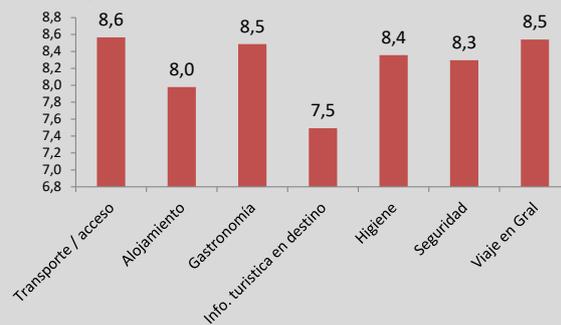
***SIN EMBARGO, SI SE OBSERVA ÚNICAMENTE A LOS TURISTAS DE ENTRE RÍOS SÓLO 17% SE ORGANIZA CON MÁS DE UN MES DE ANTELACIÓN**

85% VISITA POR PRIMERA VEZ EL DESTINO

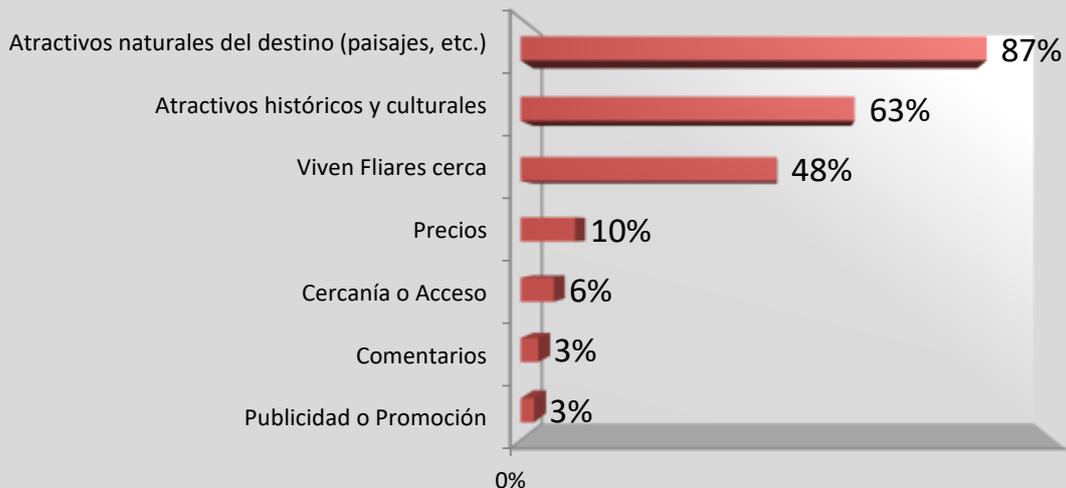


28% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los años 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los turistas que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles. En este caso, la encuesta capta a todos los turistas que residen en la Provincia de Entre Ríos, sea que lo hagan en algún gran aglomerado urbano o en el resto de la provincia.



2,1
noches
estadía promedio

10°
puesto
en el Ranking de llegadas de turistas a la
Provincia de Salta de 24¹⁰ provincias

¹⁰Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

El Mercado turístico conformado por las provincias de Corrientes y Misiones ocupa el 6º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Casi la totalidad de los turistas residentes en el Mercado turístico conformado por las provincias de Corrientes y Misiones que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital (98%), superando considerablemente al promedio de turistas nacionales que viajan hacia ese destino (74%). Por otra parte, únicamente el 3% de los turistas pernocta en más de un destino durante su viaje (frente al 14% de turistas nacionales).

Medio de Transporte y Alojamiento: Más de la mitad de estos turistas viajan a Salta en automóvil (53%) y tres de cada cinco se hospedan en alojamientos pagos (59%).

Motivo del viaje: Cerca de uno de cada tres turistas de Corrientes y Misiones que viajan a Salta lo hacen por motivo de Ocio o Esparcimiento (31%), mientras que una proporción similar viaja para visitar familiares o amigos.

Gasto: El gasto promedio de estos turistas en Salta es de unos cuatro mil trescientos pesos (en valores de diciembre de 2016), valor similar al promedio nacional, para una estadía media de 3,7 noches (muy por debajo de la estadía promedio nacional de 7,2 noches). Debido a que el gasto promedio por turista es algo superior al promedio nacional para estadías más cortas, el gasto promedio diario resulta más del doble del promedio de todos los turistas nacionales que viajan a Salta (\$1.166 vs. \$595).

Perfil: El 65% de los turistas de Corrientes y Misiones son hombres (proporción considerablemente superior al promedio de turistas nacionales). Considerando a los turistas de la “Mesopotamia” (región de origen que reúne las provincias de Corrientes, Entre Ríos y Misiones), el 28% de los turistas tiene entre 30 y 44 años y dos de cada tres turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: El 30% de los turistas utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas.

Visita previa: Únicamente el 30% de los turistas no había visitado previamente el destino.

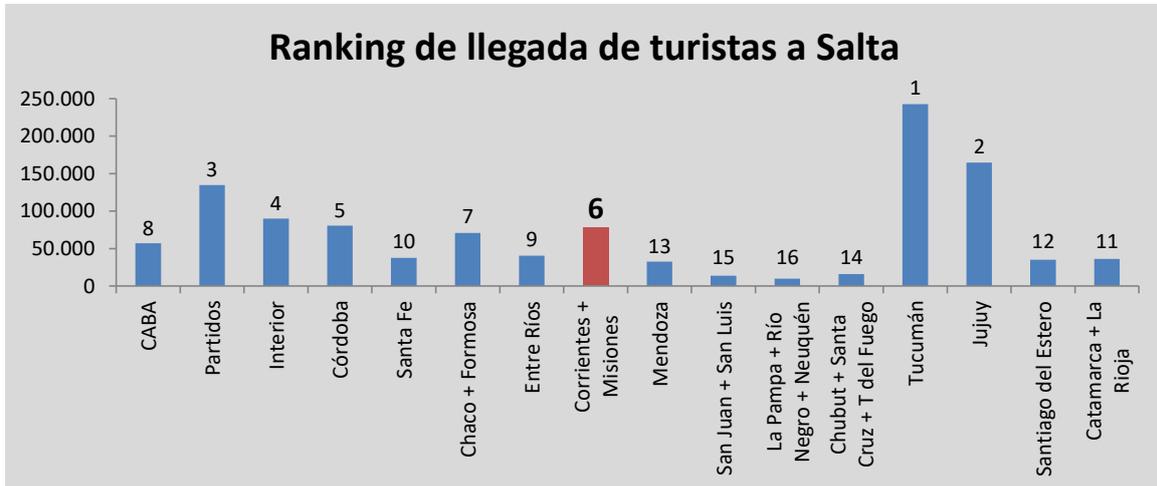
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 52% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales, el 47% lo elige por los atractivos históricos y culturales, y el 12% por comentarios o recomendaciones.

Organización del viaje: El 50% de estos turistas organiza sus viajes a Salta con más de un mes de anticipación (frente al 33% de los turistas nacionales).

9.2

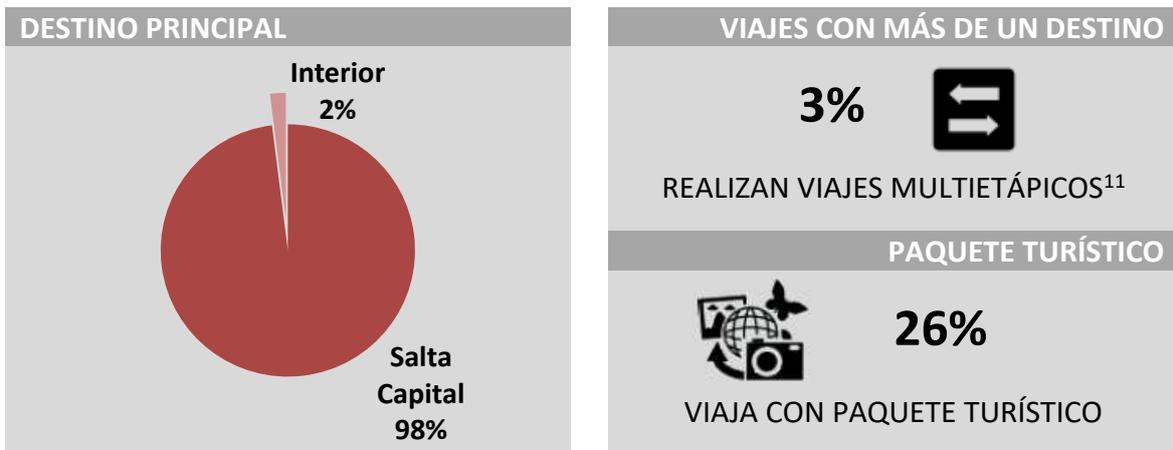
RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

La información de las secciones 9.2, 9.3 y 9.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Corrientes y Misiones que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 9.3 y 9.4 se muestra para el agregado región de origen "Mesopotamia", conformado por las provincias de Corrientes, Misiones y Entre Ríos.



9.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

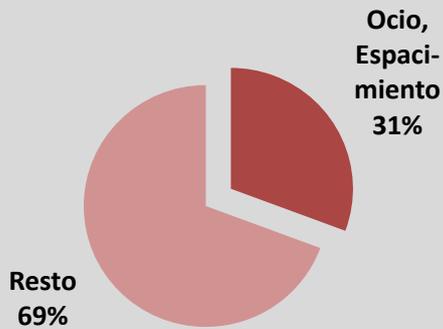


* LOS TURISTAS CON ORIGEN EN CORRIENTES Y MISIONES PARECEN ELEGIR MENOS EL VERANO:

14%
VIAJA EN VERANO

¹¹ Viajes con pernoctes en al menos dos destinos (los destinos secundarios pueden estar ubicados dentro o fuera de la provincia).

MOTIVO DEL VIAJE



1° VISITA A FAMILIARES/AMIGOS

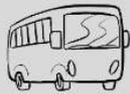
2° OTROS

3° OCIO, ESPARCIMIENTO

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



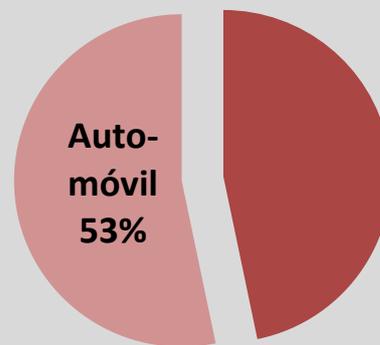
1° AUTOMÓVIL



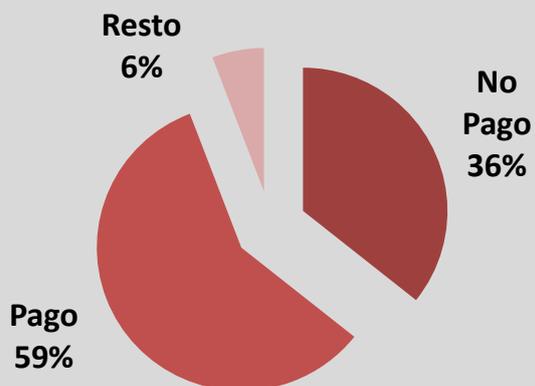
2° ÓMNIBUS

3° OTROS

**Ómni-
-bus
47%**



ALOJAMIENTO UTILIZADO



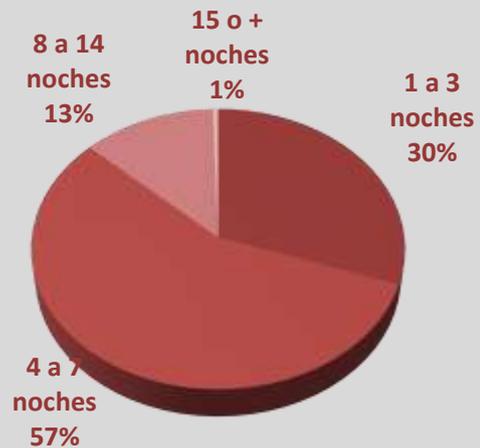
1° HOTELES

ESTADÍA PROMEDIO

**3,7
NOCHES**



ESTADÍA DE TURISTAS CON ORIGEN EN LA MESOPOTAMIA*



*LAS ESTADÍAS DE TURISTAS CON ORIGEN EN CORRIENTES Y MISIONESSE ENCUENTRAN EN LÍNEA CON LOS RESULTADOS DE LA MESOPOTAMIA, AUNQUE SON ALGO MÁS CORTAS:

**39%
DE 1 A 3 NOCHES**

GRUPO VIAJERO



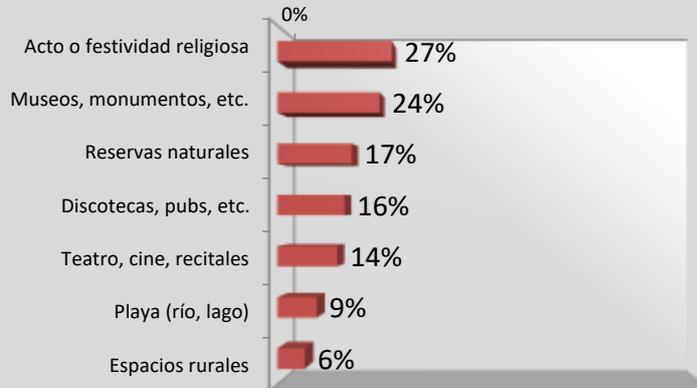
69%
1 ó 2 PERSONAS



ACTIVIDADES REALIZADAS

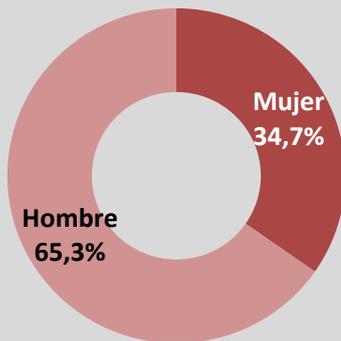
1° ACTO O FESTIVIDAD RELIGIOSA

2° MUSEOS, MONUMENTOS, ETC.



PERFIL DE LOS TURISTAS

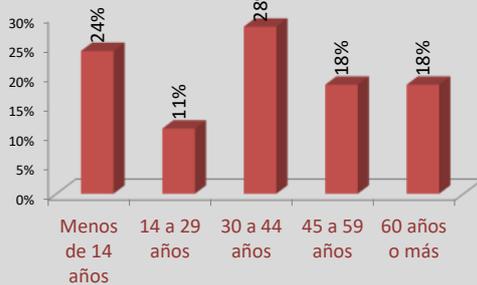
¿QUIÉNES VIAJAN?



71% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

69% INTEGRA HOGARES CON JEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

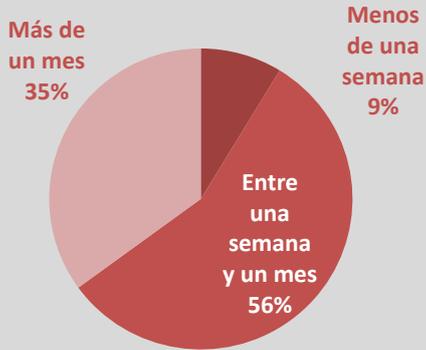
EDAD. TURISTAS CON ORIGEN EN LA MESOPOTAMIA**



** ENTRE LOS TURISTAS CON ORIGEN EN CORRIENTES Y MISIONES AUMENTAN LOS ADULTOS MAYORES, DE MÁS DE 60 AÑOS

La información de las secciones 9.2, 9.3 y 9.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Corrientes y Misiones que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 9.3 y 9.4 se muestra para el agregado región de origen "Mesopotamia", conformado por las provincias de Corrientes, Misiones y Entre Ríos. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR? TURISTAS CON ORIGEN EN LA MESOPOTAMIA*



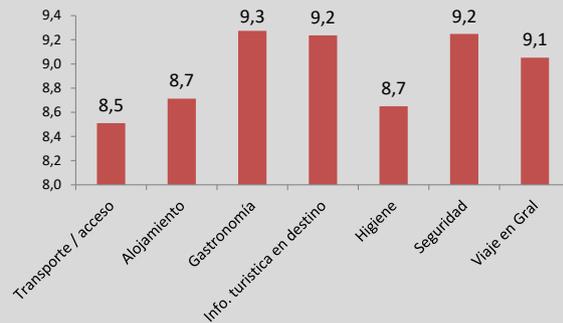
***SIN EMBARGO, EL 49% DE LOS TURISTAS CON ORIGEN EN CORRIENTES Y MISIONES SE ORGANIZAN CON MÁS DE UN MES DE ANTELACIÓN**

30% VISITA POR PRIMERA VEZ EL DESTINO

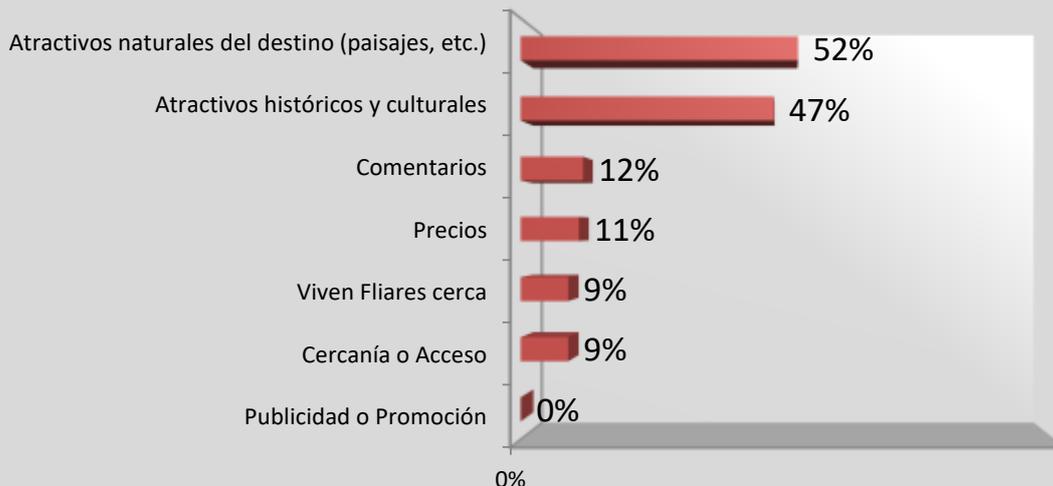


30% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?

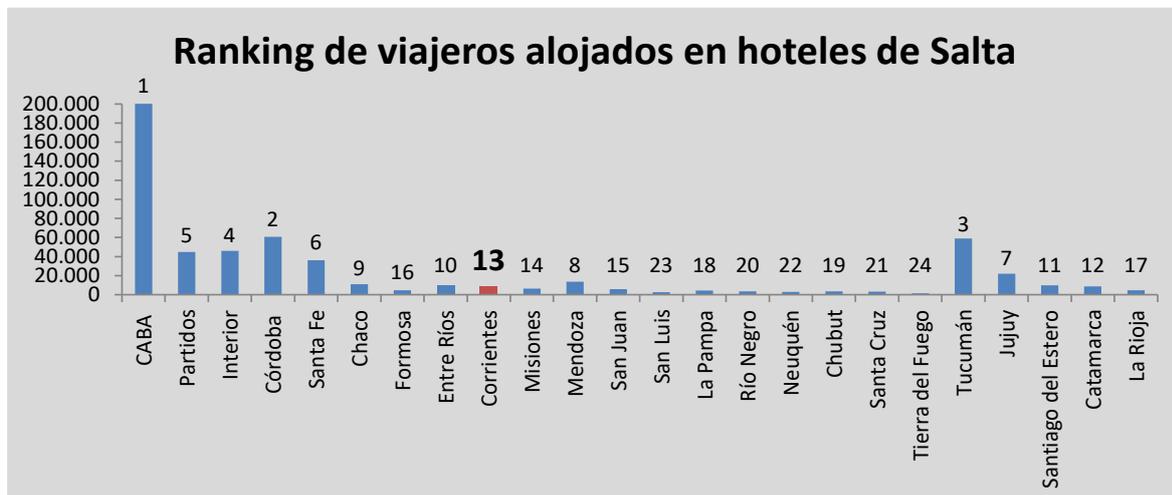


¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los años 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los viajeros que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles. En este caso, la encuesta capta a todos los viajeros que residen en la Provincia de Corrientes y la Provincia de Misiones (por separado), sea que lo hagan en algún gran aglomerado urbano o en el resto de la provincia.

PROVINCIA DECORRIENTES

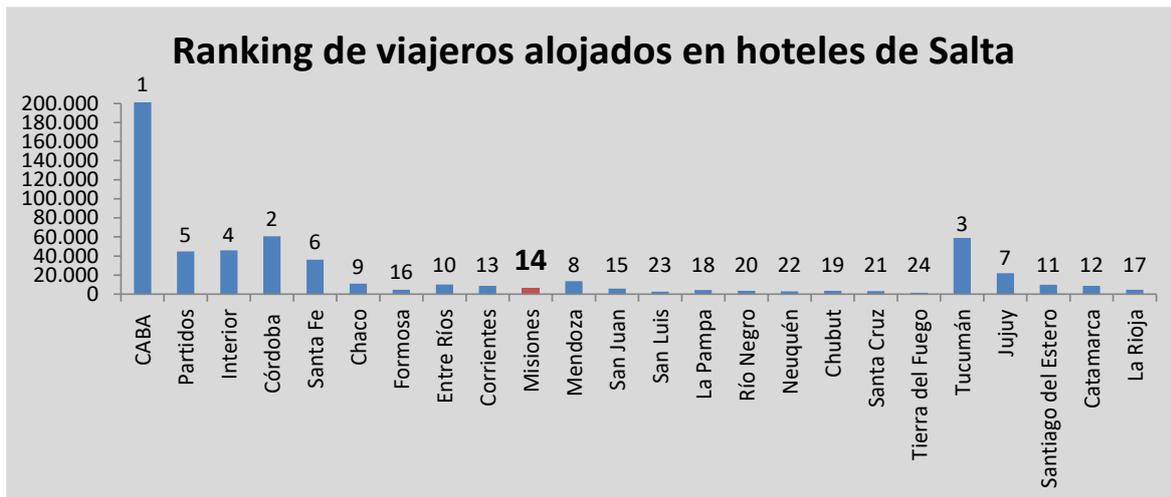


2,1
noches
estadía promedio

13°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24¹² provincias

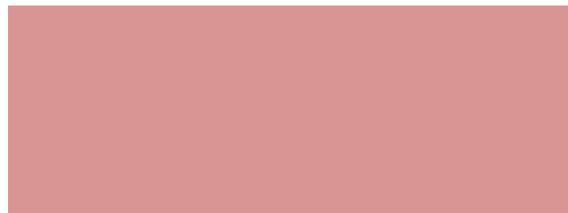
¹²Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.

PROVINCIA DEMISIONES



2,1
noches
estadía promedio

14°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24 provincias



PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

La Provincia de Mendoza ocupa el 13º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Nueve de cada diez turistas residentes en Mendoza que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital (93%), superando considerablemente al promedio de turistas nacionales que viajan hacia ese destino (74%). Por otra parte, únicamente el 7% de los turistas pernocta en más de un destino durante su viaje (frente al 14% de turistas nacionales).

Medio de Transporte y Alojamiento: Tres de cada cinco turistas mendocinos se hospedan en alojamientos no pagos (59%), en su mayoría, viviendas de familiares o amigos. Considerando a los turistas residentes en “Cuyo” (región de origen que reúne a las provincias de Mendoza, San Juan y San Luis), dos de cada tres viajan a Salta utilizando ómnibus (65%).

Motivo del viaje: Más de la mitad de los turistas residentes en “Cuyo” que viajan a Salta lo hacen por motivo de Ocio o Esparcimiento (54%).

Gasto: El gasto promedio de los turistas mendocinos en Salta es de unos cinco mil pesos (en valores de diciembre de 2016), para una estadía media de 9,9 noches. El gasto promedio diario es menor al promedio de todos los turistas nacionales que viajan a Salta (\$513 vs. \$595).

Perfil: El 52% de los turistas mendocinos son hombres y cerca de dos cada cinco turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: El 36% de los turistas utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas.

Visita previa: El 65% de los turistas no había visitado previamente el destino, valor que supera al promedio nacional (47%).

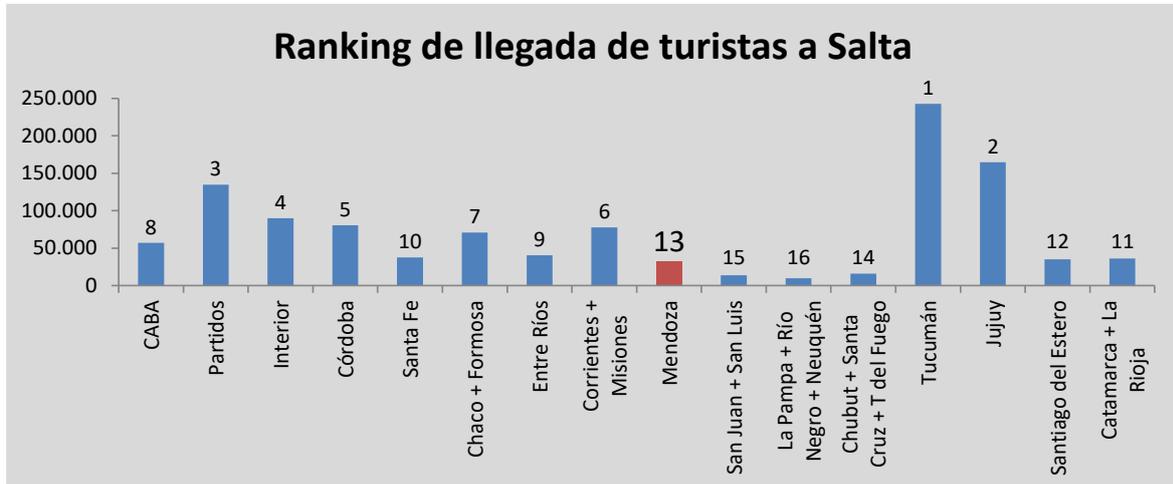
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 82% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales, el 62% lo elige por los atractivos históricos y culturales, mientras que el 39% por los precios.

Organización del viaje: El 45% de los turistas residentes en Mendoza organiza sus viajes a Salta con más de un mes de anticipación.

10.2

RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

La información de las secciones 10.2, 10.3 y 10.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Mendoza que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 10.3 y 10.4 se muestra para el agregado región de origen "Cuyo", conformado por las provincias de Mendoza, San Juan y San Luis.



10.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

DESTINO PRINCIPAL

Interior
7%

Salta Capital
93%

VIAJES CON MÁS DE UN DESTINO

7%

REALIZAN VIAJES MULTIETÁPICOS¹³

¿CUÁNDO VIAJAN LOS TURISTAS CON ORIGEN EN CUYO?

- 48%**
 VERANO
- 18%**
 OTOÑO
- 29%**
 INVIERNO
- 5%**
 PRIMAVERA

PAQUETE TURÍSTICO

6%

VIAJA CON PAQUETE TURÍSTICO

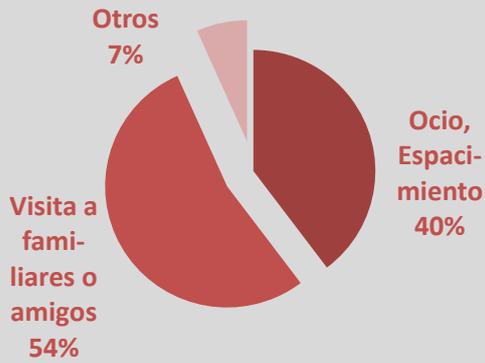
* LOS TURISTAS CON ORIGEN EN MENDOZA PARECEN CONTINUAR CON ESTA DISTRIBUCIÓN, AUNQUE ELIGEN MENOS EL VERANO:

42%

VIAJA EN VERANO

¹³ Viajes con pernoctes en al menos dos destinos (los destinos secundarios pueden estar ubicados dentro o fuera de la provincia).

MOTIVO DEL VIAJE TURISTAS CON ORIGEN EN CUYO

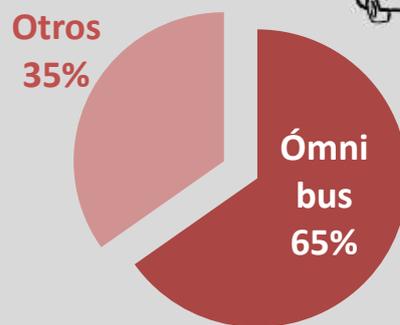
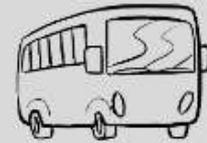


1° VISITA A FAMILIARES/AMIGOS

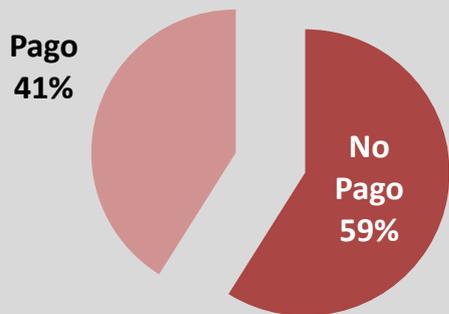
2° OCIO, ESPARCIMIENTO
3° OTROS

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO TURISTAS CON ORIGEN EN CUYO

1° ÓMNIBUS
2° AUTOMÓVIL
3° AVIÓN
4° OTROS



ALOJAMIENTO UTILIZADO



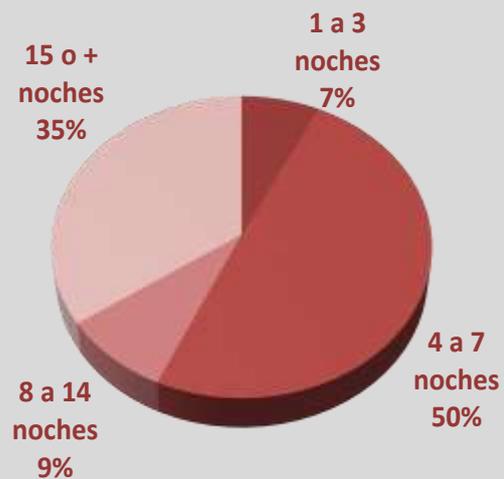
1° VIVIENDAS DE FAMILIARES O AMIGOS
2° HOTELES

ESTADÍA PROMEDIO

9,9 NOCHES



ESTADÍA DE TURISTAS CON ORIGEN EN CUYO*



GRUPO VIAJERO



62%
3 a 4 PERSONAS

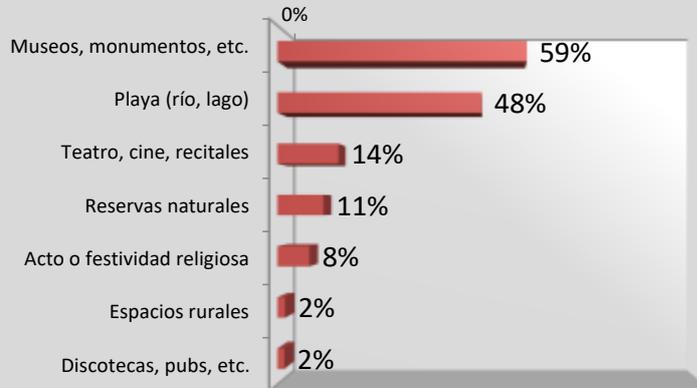


ACTIVIDADES REALIZADAS



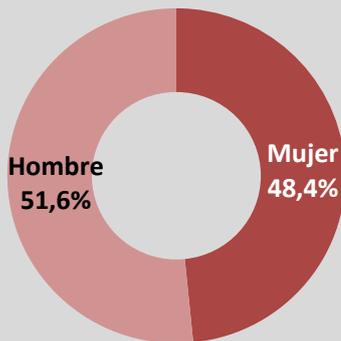
1° VISITA A MUSEOS, MONUMENTOS, ETC.

2° PLAYA



PERFIL DE LOS TURISTAS

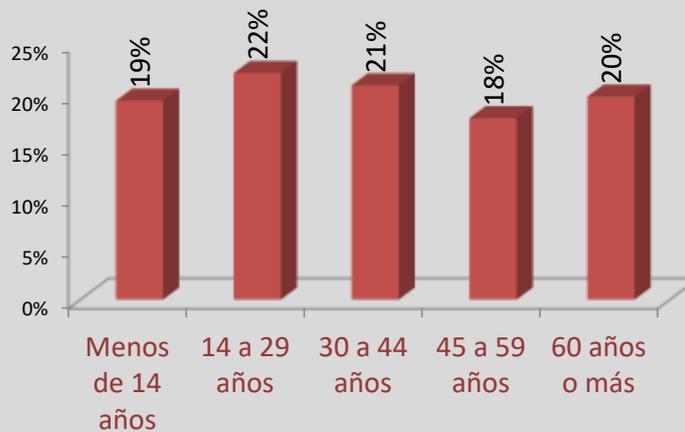
¿QUIÉNES VIAJAN?



37% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

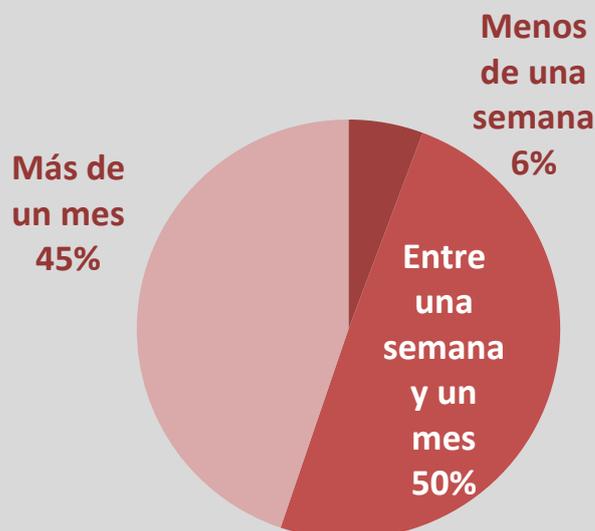
52% INTEGRA HOGARES CON JEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

EDAD. TURISTAS CON ORIGEN EN CUYO



La información de las secciones 10.2, 10.3 y 10.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Mendoza que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 10.3 y 10.4 se muestra para el agregado región de origen "Cuyo", conformado por las provincias de Mendoza, San Juan y San Luis. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR? TURISTAS CON ORIGEN EN CUYO*

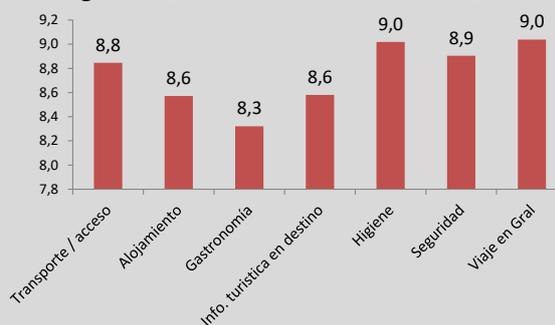


65% VISITA POR PRIMERA VEZ EL DESTINO

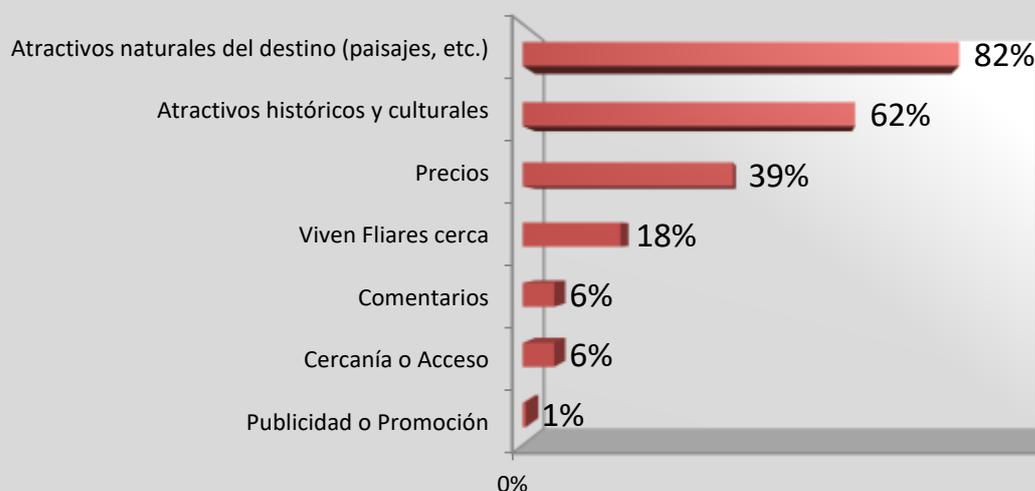


36% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

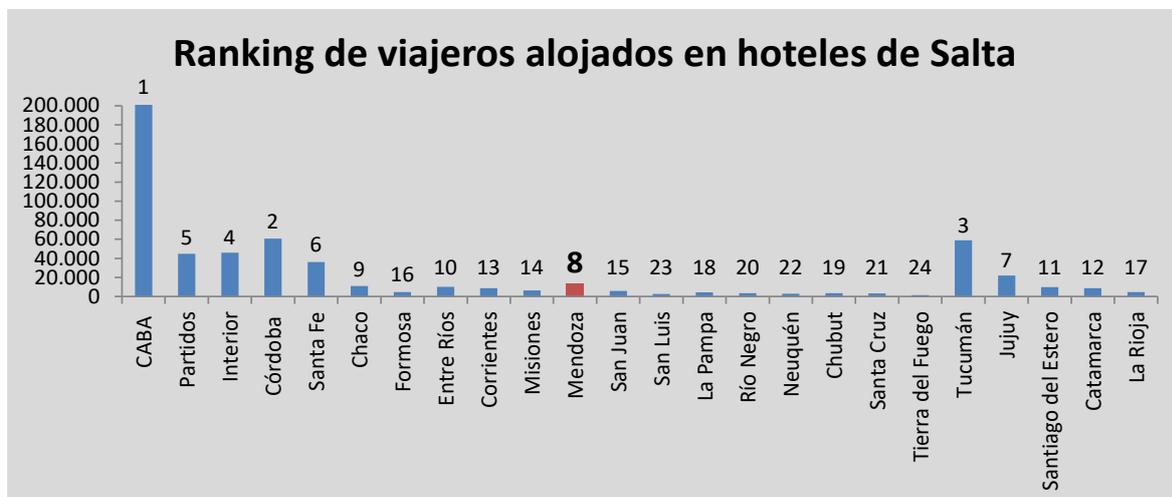
¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los años 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los viajeros que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles. En este caso, la encuesta capta a todos los viajeros que residen en la Provincia de Mendoza, sea que lo hagan en algún gran aglomerado urbano o en el resto de la provincia.



**2,0
noches
estadía promedio**

**8°
puesto**
en el Ranking de llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24¹⁴ provincias

¹⁴Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

El Mercado turístico conformado por las provincias de San Juan y San Luis ocupa el 15º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Casi la totalidad de los turistas residentes en las provincias de San Juan y San Luis que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital (96%), superando considerablemente al promedio de turistas nacionales que viajan hacia ese destino (74%). Sin embargo, el 17% de los turistas pernocta en más de un destino durante su viaje.

Medio de Transporte y Alojamiento: Tres de cada cinco turistas se hospedan en alojamientos no pagos (62%), en su mayoría, viviendas de familiares o amigos. Considerando a los turistas residentes en “Cuyo” (región de origen que reúne a las provincias de Mendoza, San Juan y San Luis), dos de cada tres viajan a Salta utilizando ómnibus (65%).

Motivo del viaje: Más de la mitad de los turistas residentes en “Cuyo” que viajan a Salta lo hacen por motivo de Ocio o Esparcimiento (54%).

Gasto: El gasto promedio de los turistas de San Juan y San Luis en Salta es de unos cuatro mil cuatrocientos pesos (en valores de diciembre de 2016), similar al gasto promedio general de los turistas nacionales, para una estadía media de 8,6 noches. El gasto promedio diario es menor al promedio de todos los turistas nacionales que viajan a Salta (\$514 vs. \$595).

Perfil: El 53% de los turistas residentes en San Juan y San Luis son mujeres y más de cuatro de cada cinco turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: El 31% de los turistas utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas.

Visita previa: El 49% de los turistas no había visitado previamente el destino.

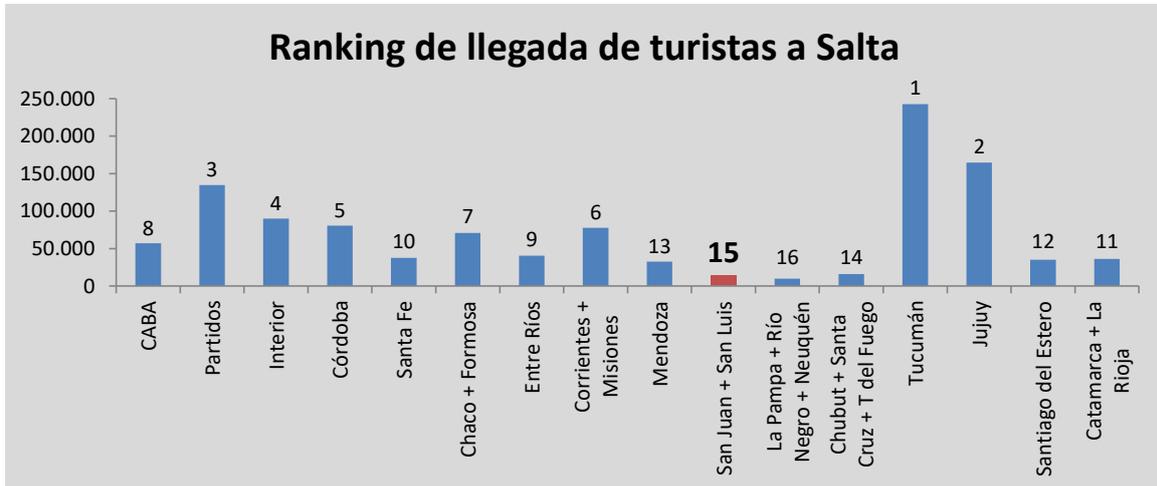
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 100% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales, el 93% lo elige por los atractivos históricos y culturales, mientras que el 36% por los precios.

Organización del viaje: El 43% de los turistas residentes en estas provincias organiza sus viajes a Salta con más de un mes de anticipación.

11.2

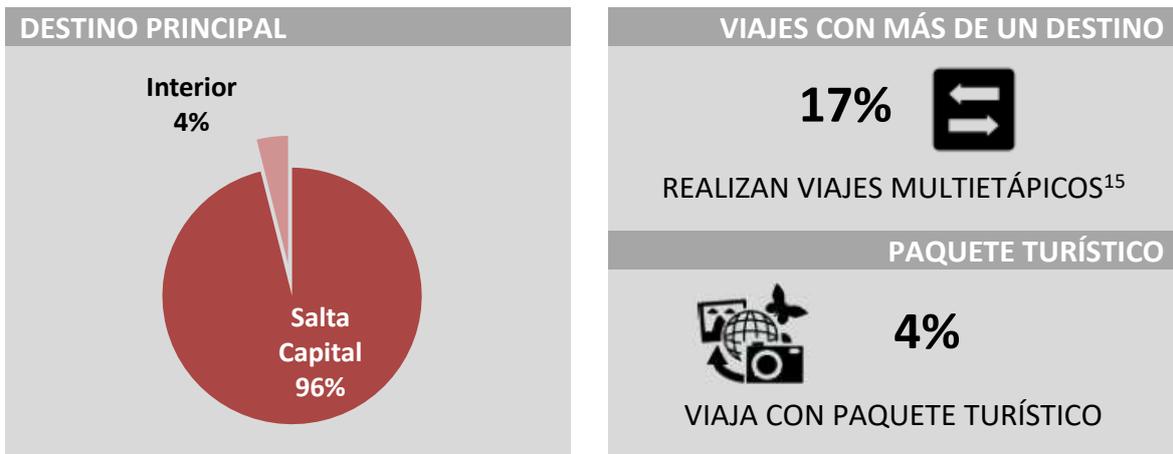
RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

La información de las secciones 11.2, 11.3 y 11.4 surge de las encuestas a turistas residentes en las provincias de San Juan y San Luis que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 11.3 y 11.4 se muestra para el agregado región de origen "Cuyo", conformado por las provincias de Mendoza, San Juan y San Luis.



11.3

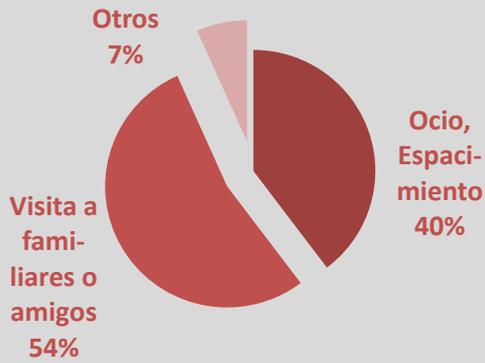
PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)



* LOS TURISTAS CON ORIGEN EN SAN JUAN Y SAN LUIS ELIGEN MÁS EL VERANO: 60% VIAJA EN VERANO

¹⁵ Viajes con pernoctes en al menos dos destinos (los destinos secundarios pueden estar ubicados dentro o fuera de la provincia).

MOTIVO DEL VIAJE TURISTAS CON ORIGEN EN CUYO

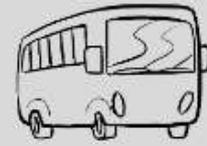
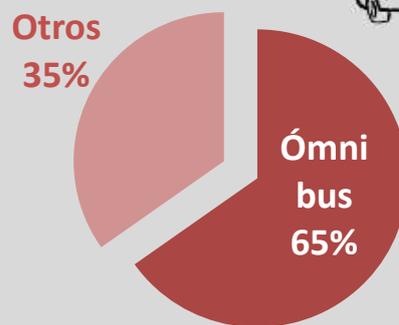


1° VISITA A FAMILIARES/AMIGOS

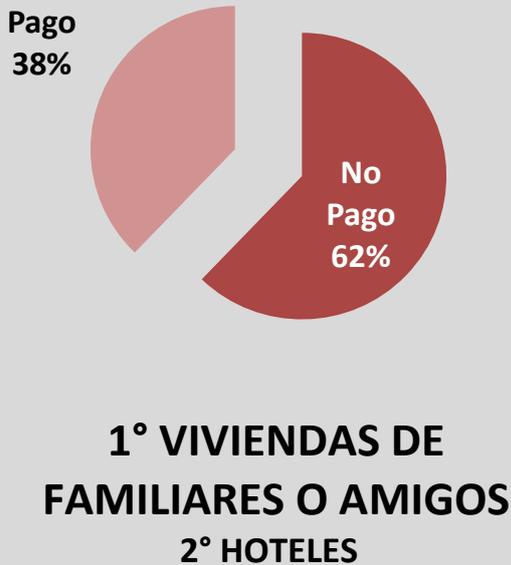
2° OCIO, ESPARCIMIENTO
3° OTROS

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO TURISTAS CON ORIGEN EN CUYO

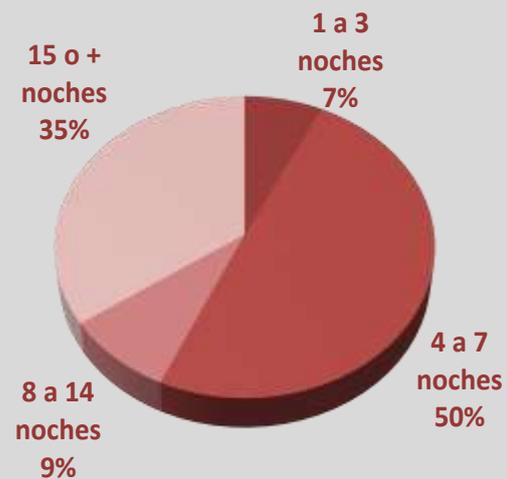
- 1° ÓMNIBUS**
- 2° AUTOMÓVIL** 
- 3° AVIÓN** 
- 4° OTROS**



ALOJAMIENTO UTILIZADO



ESTADÍA DE TURISTAS CON ORIGEN EN CUYO*



ESTADÍA PROMEDIO

8,6 NOCHES



GRUPO VIAJERO



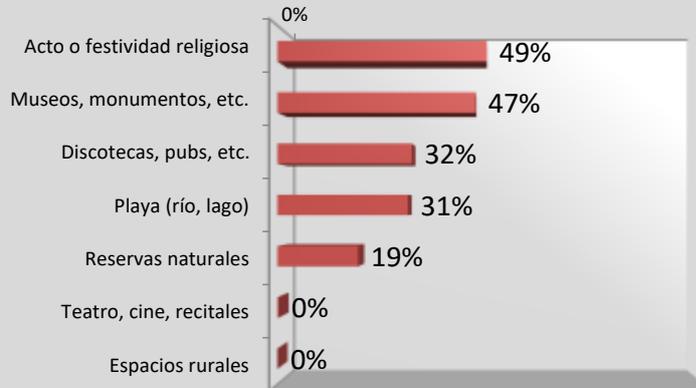
57%
3 a 4 PERSONAS



ACTIVIDADES REALIZADAS

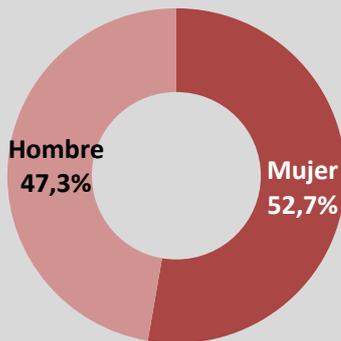
1° ACTO O FESTIVIDAD RELIGIOSA

2° VISITA A MUSEOS, MONUMENTOS, ETC.



PERFIL DE LOS TURISTAS

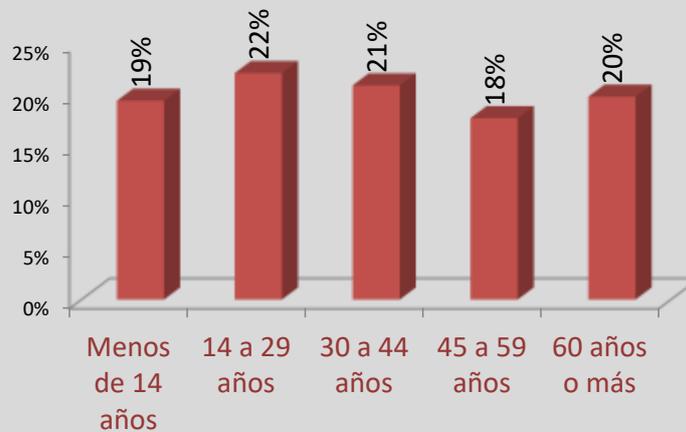
¿QUIÉNES VIAJAN?



84% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

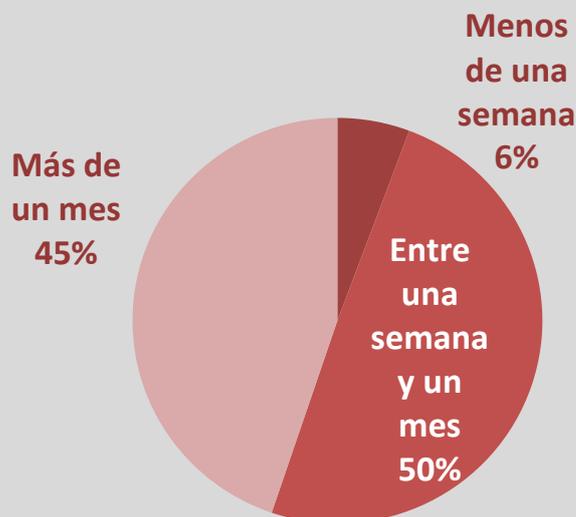
82% INTEGRA HOGARES CONJEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

EDAD. TURISTAS CON ORIGEN EN CUYO



La información de las secciones 11.2, 11.3 y 11.4 surge de las encuestas a turistas residentes en las provincias de San Juan y San Luis que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 11.3 y 11.4 se muestra para el agregado región de origen "Cuyo", conformado por las provincias de Mendoza, San Juan y San Luis. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR? TURISTAS CON ORIGEN EN CUYO*

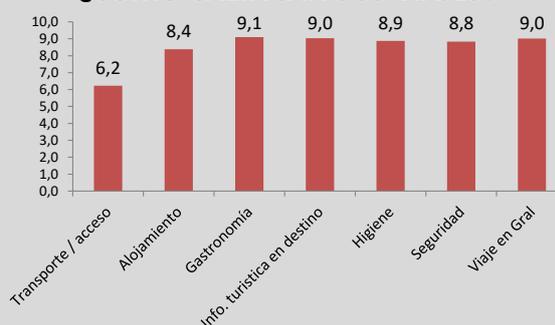


49% VISITA POR PRIMERA VEZ EL DESTINO



31% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los años 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los viajeros que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles. En este caso, la encuesta capta a todos los viajeros que residen en la Provincia de San Juan y la Provincia de San Luis (por separado), sea que lo hagan en algún gran aglomerado urbano o en el resto de la provincia.

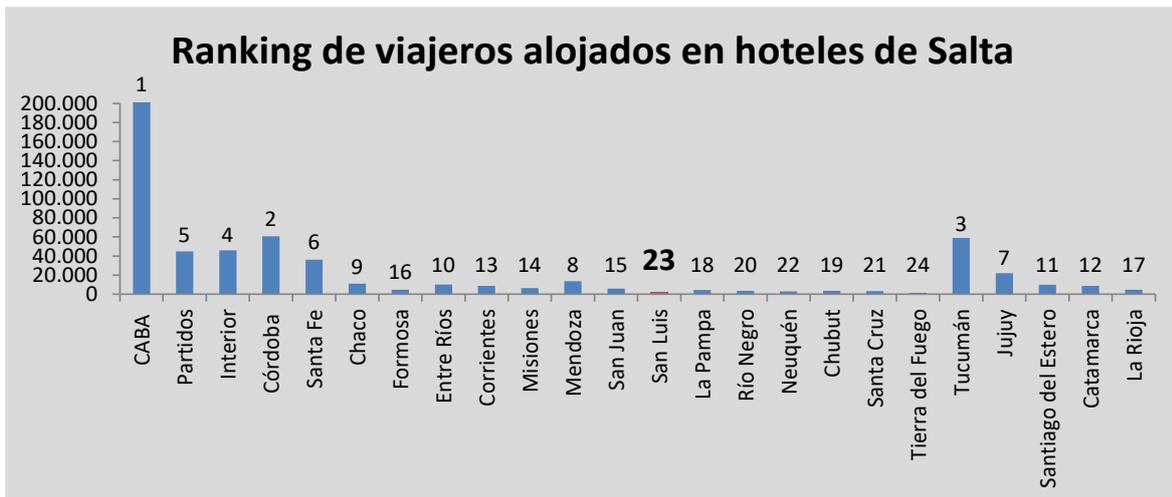
PROVINCIA DESAN JUAN



2,0
noches
estadía promedio

15°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a
Provincia de Salta de 24¹⁶ provincias

¹⁶Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.



2,1
noches
estadía promedio

23°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24 provincias



PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

El Mercado turístico “Patagonia Norte” conformado por las provincias de La Pampa, Río Negro y Neuquén ocupa el 16º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Cuatro de cada cinco de los turistas residentes en las provincias de La Pampa, Río Negro y Neuquén que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital (79%). Sin embargo, más de la mitad de los turistas pernocta en más de un destino durante su viaje (51%), este valor triplica al promedio nacional de 14% de turistas que realizan viajes multietápicos.

Medio de Transporte y Alojamiento: Dos de cada tres turistas se hospedan en alojamientos no pagos (66%), en su mayoría, viviendas de familiares o amigos y dos de cada cinco viajan a Salta en automóvil particular (42%).

Motivo del viaje: Considerando a los turistas residentes en “Patagonia” (región de origen que reúne a las provincias de La Pampa, Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego), el 61% de los turistas viaja para visitar a familiares o amigos (superando el 44% de los turistas nacionales), en segundo lugar se encuentra el motivo de ocio o esparcimiento.

Gasto: El gasto promedio de los turistas de La Pampa, Río Negro y Neuquén en Salta es de unos nueve mil pesos (en valores de diciembre de 2016), el mayor entre los mercados turísticos analizados, para una estadía media de 10,8 noches. El gasto promedio diario es considerablemente superior al promedio de todos los turistas nacionales que viajan a Salta (\$858 vs. \$595).

Perfil: El 61% de los turistas residentes en La Pampa, Río Negro y Neuquén son mujeres y casi la totalidad de los turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios (98%).

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: El 40% de los turistas utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas, superando el promedio nacional de 30%.

Visita previa: El 42% de los turistas no había visitado previamente el destino.

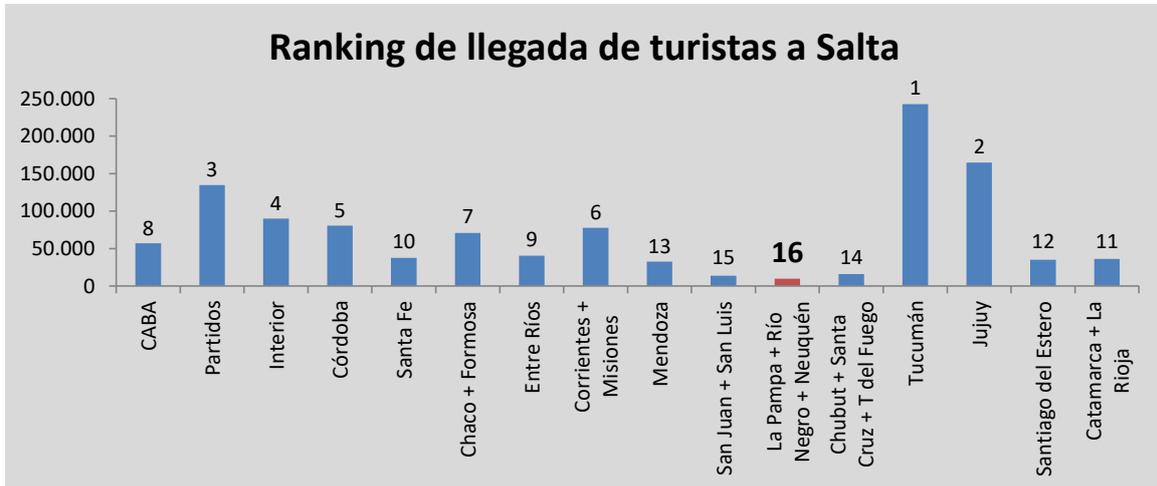
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): Nueve de cada diez de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales (92%), el 76% lo elige por los atractivos históricos y culturales, mientras que el 37% por los comentarios y recomendaciones.

Organización del viaje: El 56% de los turistas residentes en “Patagonia” organiza sus viajes a Salta con entre una semana y un mes de anticipación.

12.2

RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

La información de las secciones 12.2, 12.3 y 12.4 surge de las encuestas a turistas residentes en las provincias de San Juan y San Luis que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 12.3 y 12.4 se muestra para el agregado región de origen "Patagonia", conformado por las provincias de La Pampa, Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego.



12.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

DESTINO PRINCIPAL

Interior 21%

Salta Capital 79%

VIAJES CON MÁS DE UN DESTINO

51%

REALIZAN VIAJES MULTITIÉPICOS¹⁷

PAQUETE TURÍSTICO

6%

VIAJA CON PAQUETE TURÍSTICO

¿CUÁNDO VIAJAN LOS TURISTAS CON ORIGEN EN PATAGONIA?

43%

VERANO

8%

OTOÑO

27%

INVIERNO

23%

PRIMAVERA

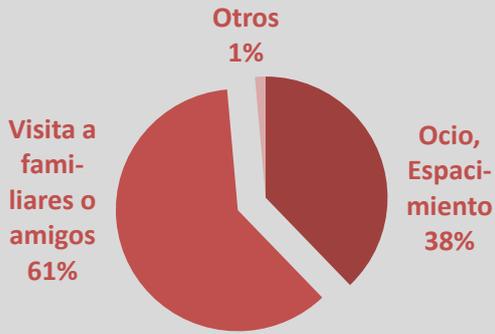
***SIN EMBARGO LOS TURISTAS CON ORIGEN EN PATAGONIA NORTEVIAJAN MENOS EN VERANO:**

16%

VIAJA EN VERANO

¹⁷ Viajes con pernoctes en al menos dos destinos (los destinos secundarios pueden estar ubicados dentro o fuera de la provincia).

MOTIVO DEL VIAJE TURISTAS CON ORIGEN EN PATAGONIA



1° VISITA A FAMILIARES/AMIGOS

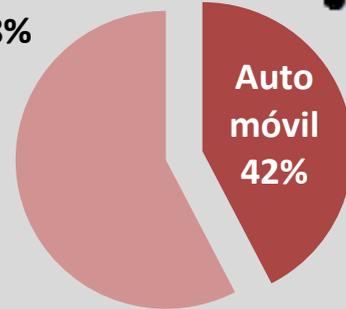
2° OCIO, ESPARCIMIENTO
3° OTROS

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

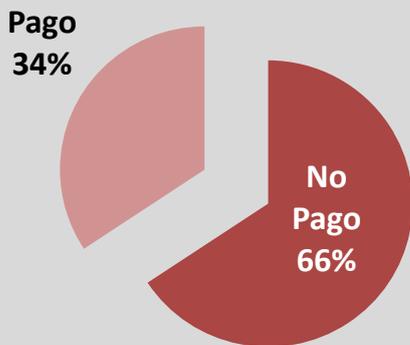
- 1° AUTOMÓVIL**
2° AVIÓN
3° ÓMNIBUS
4° OTROS



Otros
58%

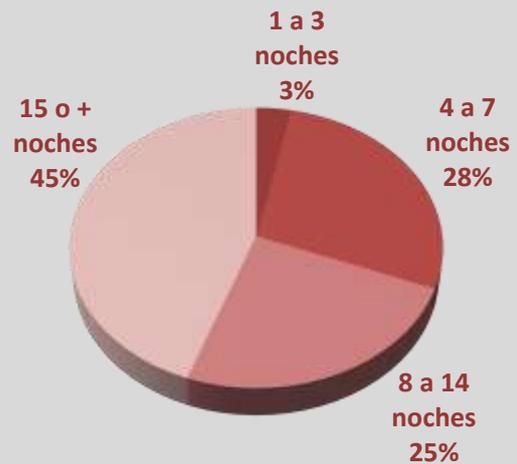


ALOJAMIENTO UTILIZADO



- 1° VIVIENDAS DE FAMILIARES O AMIGOS**
2° HOTELES

ESTADÍA DE TURISTAS CON ORIGEN EN PATAGONIA*



ESTADÍA PROMEDIO

10,8
NOCHES



GRUPO VIAJERO



84%
1 a 2 PERSONAS

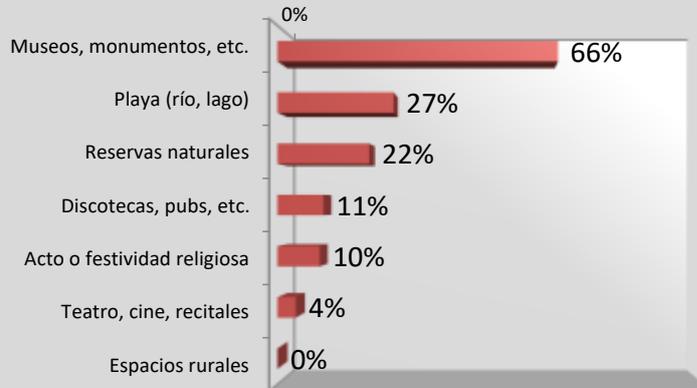


ACTIVIDADES REALIZADAS



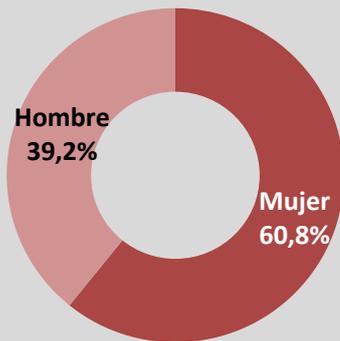
1° VISITA A MUSEOS, MONUMENTOS, ETC.

2° PLAYA



PERFIL DE LOS TURISTAS

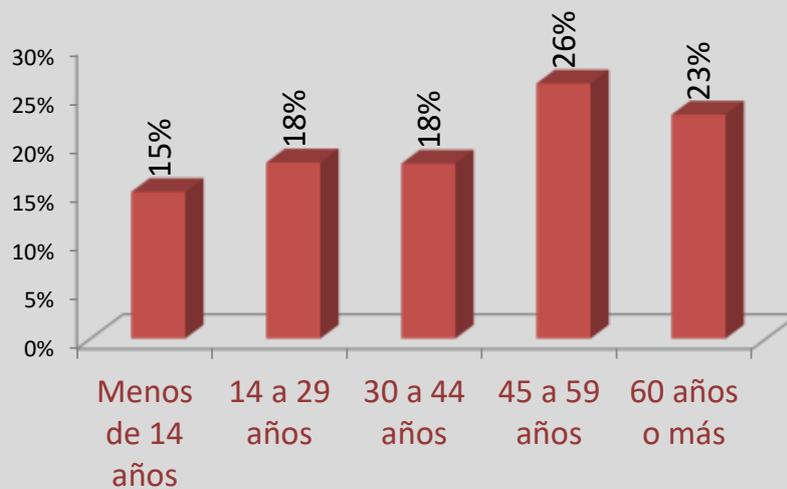
¿QUIÉNES VIAJAN?



98% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

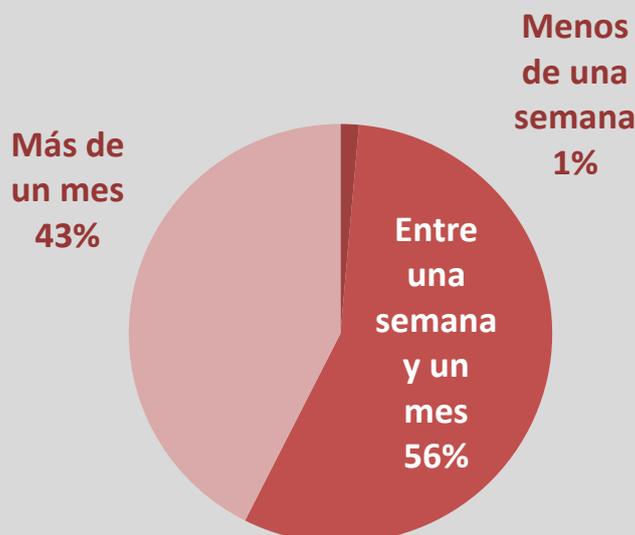
91% INTEGRA HOGARES CON JEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

EDAD. TURISTAS CON ORIGEN EN PATAGONIA



La información de las secciones 12.2, 12.3 y 12.4 surge de las encuestas a turistas residentes en las provincias de San Juan y San Luis que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 12.3 y 12.4 se muestra para el agregado región de origen "Patagonia", conformado por las provincias de La Pampa, Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR? TURISTAS CON ORIGEN EN PATAGONIA*

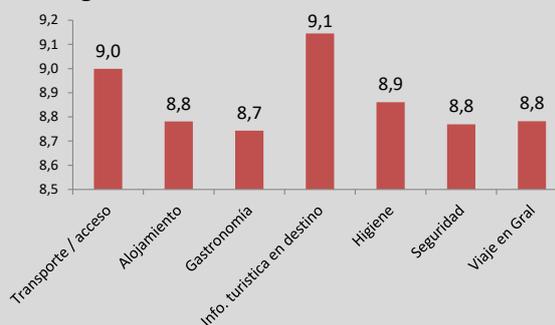


42% VISITA POR PRIMERA VEZ EL DESTINO



40% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?

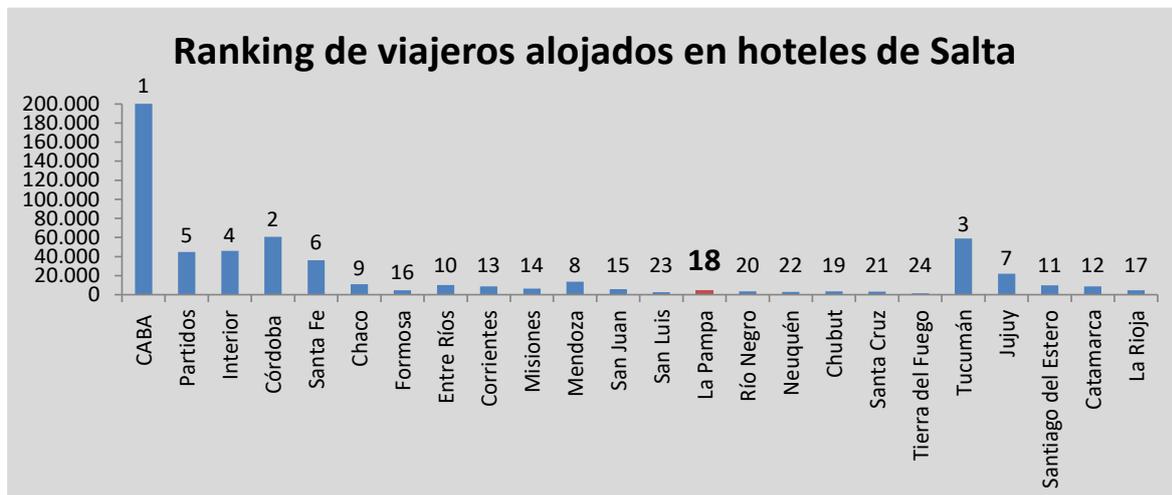


¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los años 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los viajeros que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles. En este caso, la encuesta capta a todos los viajeros que residen en las provincias de La Pampa, Río Negro y Neuquén (por separado), sea que lo hagan en algún gran aglomerado urbano o en el resto de la provincia.

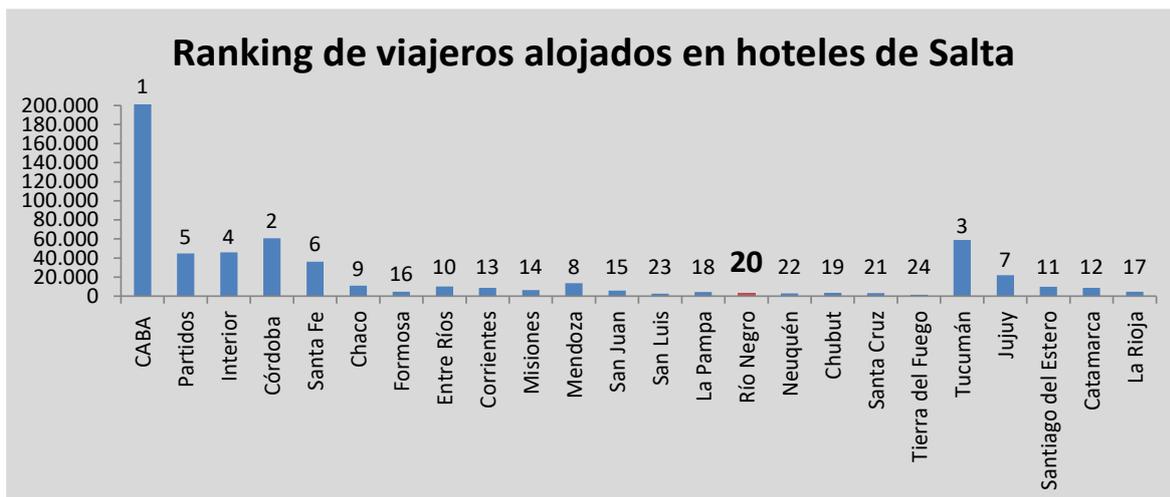
PROVINCIA DELA PAMPA



2,2
noches
estadía promedio

18°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24¹⁸ provincias

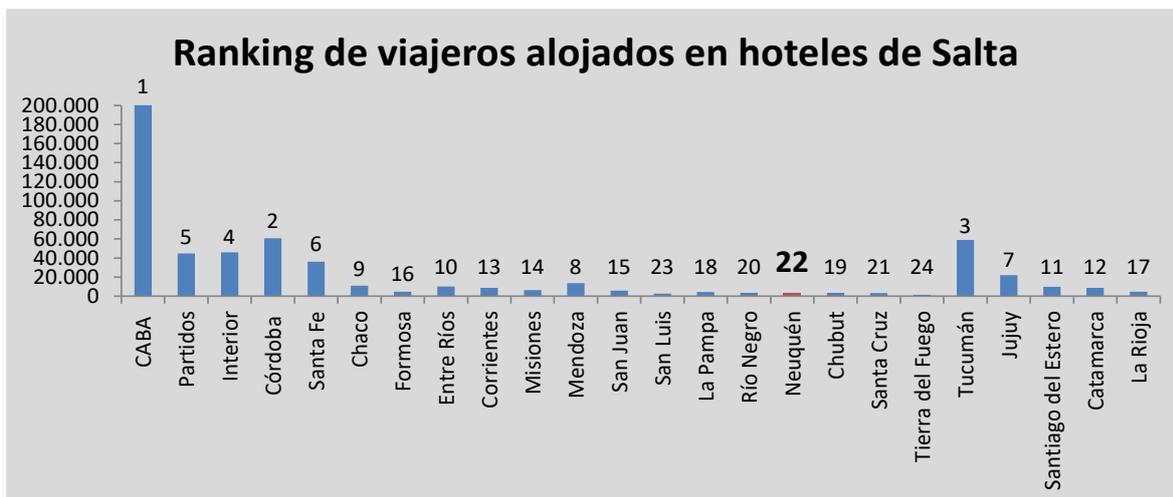
¹⁸Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.



2,1
noches
estadía promedio

20°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24 provincias





2,2
noches
estadía promedio

22°
puesto
en el Ranking de llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24 provincias



PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

El Mercado turístico “Patagonia Sur” conformado por las provincias de Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego ocupa el 14º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Tres de cada cinco de los turistas residentes en las provincias de Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital (61%), proporción que se encuentra por debajo del promedio nacional (74%). Sin embargo, la cuarta parte de los turistas pernocta en más de un destino durante su viaje (24%), frente al 14% de promedio de los turistas nacionales.

Medio de Transporte y Alojamiento: Tres de cada cinco turistas se hospedan en alojamientos no pagos (62%), en su mayoría, viviendas de familiares o amigos; y dos de cada cinco viajan a Salta en automóvil particular (58%).

Motivo del viaje: Considerando a los turistas residentes en “Patagonia” (región de origen que reúne a las provincias de La Pampa, Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego), el 61% de los turistas viaja para visitar a familiares o amigos (superando el 44% de los turistas nacionales), en segundo lugar se encuentra el motivo de ocio o esparcimiento.

Gasto: El gasto promedio de los turistas de Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego en Salta es de unos ocho mil pesos (en valores de diciembre de 2016), es decir, poco menos del doble del gasto promedio de turistas nacionales en Salta, para una estadía media de 19 noches (la más alta de todos los mercados). El gasto promedio diario es inferior al promedio de todos los turistas nacionales que viajan a Salta (\$426 vs. \$595).

Perfil: El 55% de los turistas residentes en Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego son hombres y dos de cada tres de los turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios (66%).

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: El 44% de los turistas utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas, superando el promedio nacional de 30%.

Visita previa: El 53% de los turistas no había visitado previamente el destino.

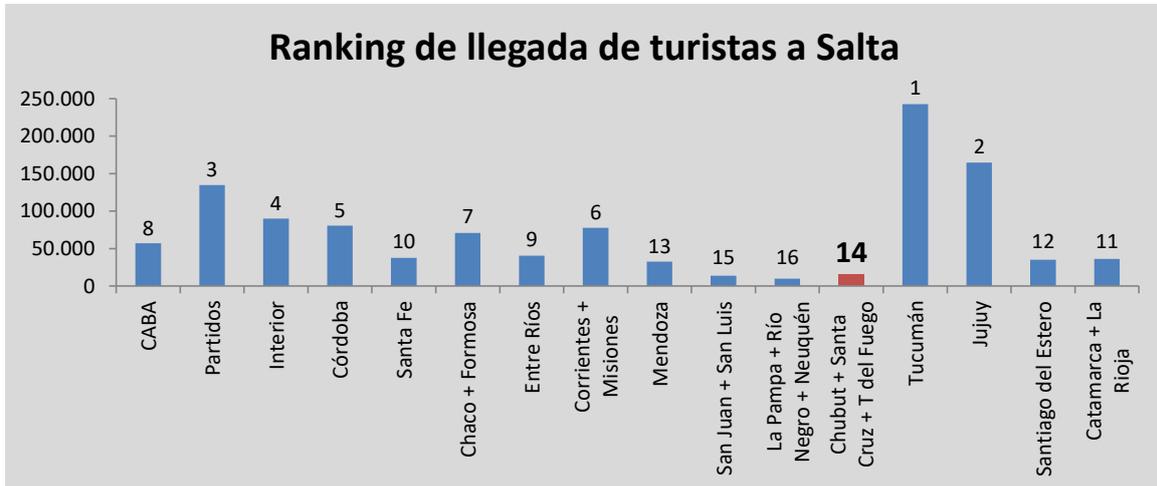
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): Más de tres de cada cinco de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales (63%), el 61% lo elige por los atractivos históricos y culturales, mientras que el 29% porque tiene familiares que viven cerca.

Organización del viaje: El 56% de los turistas residentes en “Patagonia” organiza sus viajes a Salta con entre una semana y un mes de anticipación.

13.2

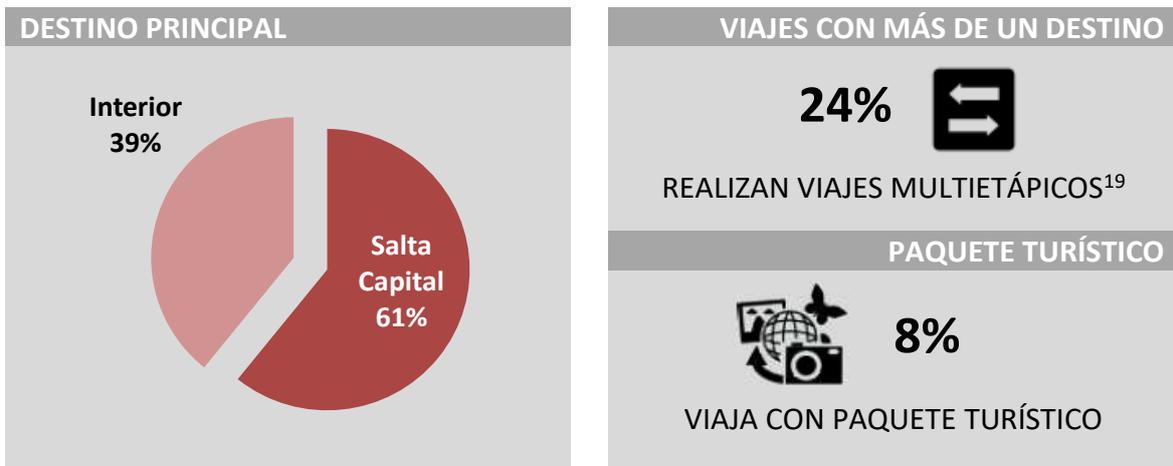
RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

La información de las secciones 13.2, 13.3 y 13.4 surge de las encuestas a turistas residentes en las provincias de San Juan y San Luis que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 13.3 y 13.4 se muestra para el agregado región de origen "Patagonia", conformado por las provincias de La Pampa, Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego.



13.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)



*SIN EMBARGO LOS TURISTAS CON ORIGEN EN PATAGONIA SUR VIAJAN MÁS EN VERANO:

59%

¹⁹ Viajes con pernoctes en al menos dos destinos (los destinos secundarios pueden estar ubicados dentro o fuera de la provincia).

MOTIVO DEL VIAJE TURISTAS CON ORIGEN EN PATAGONIA



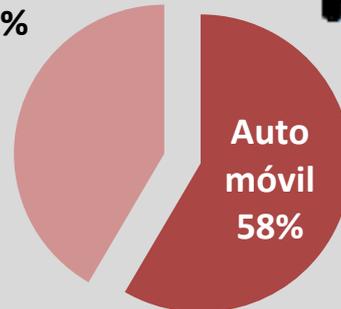
1° VISITA A FAMILIARES/AMIGOS

2° OCIO, ESPARCIMIENTO
3° OTROS

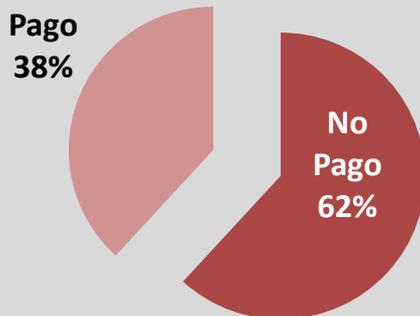
MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



Otros
42%



ALOJAMIENTO UTILIZADO



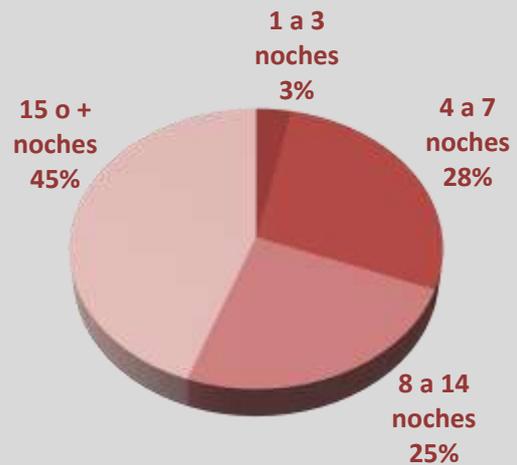
1° VIVIENDAS DE FAMILIARES O AMIGOS
2° HOTELES

ESTADÍA PROMEDIO

19,0
NOCHES



ESTADÍA DE TURISTAS CON ORIGEN EN PATAGONIA*



GRUPO VIAJERO



56%
3 a 4 PERSONAS

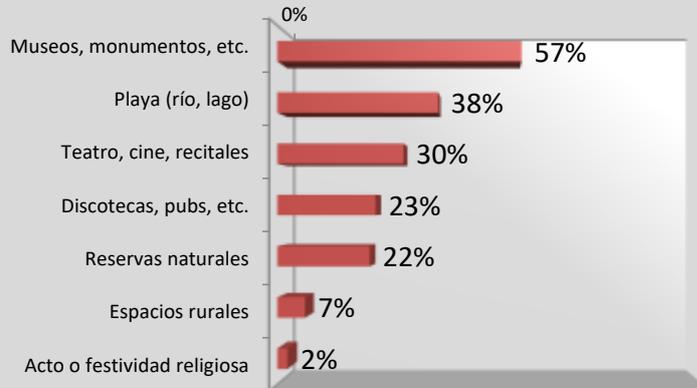


ACTIVIDADES REALIZADAS



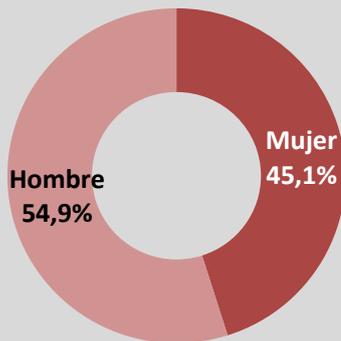
1° VISITA A MUSEOS, MONUMENTOS, ETC.

2° PLAYA



PERFIL DE LOS TURISTAS

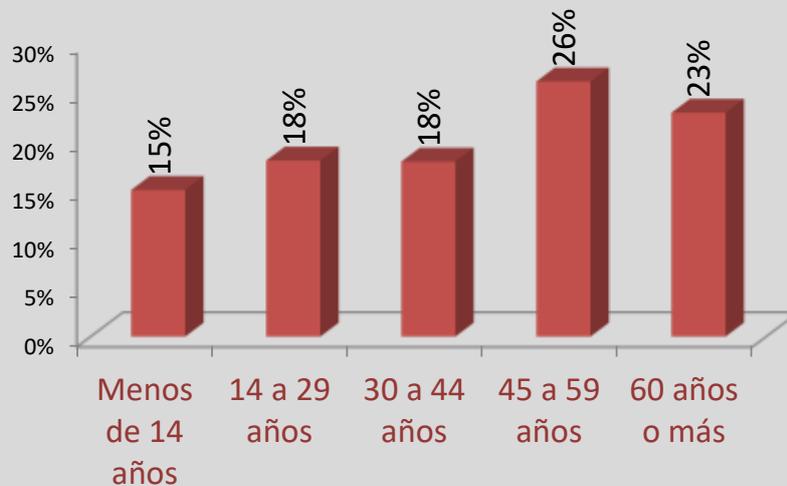
¿QUIÉNES VIAJAN?



66% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

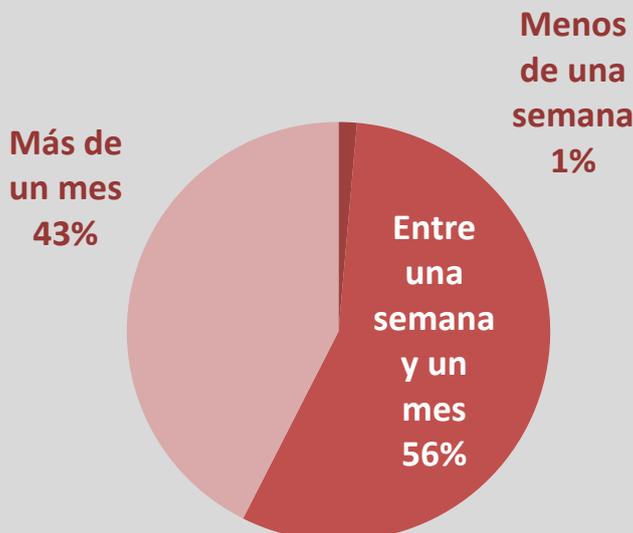
52% INTEGRA HOGARES CON JEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

EDAD. TURISTAS CON ORIGEN EN PATAGONIA



La información de las secciones 13.2, 13.3 y 13.4 surge de las encuestas a turistas residentes en las provincias de San Juan y San Luis que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 13.3 y 13.4 se muestra para el agregado región de origen "Patagonia", conformado por las provincias de La Pampa, Río Negro, Neuquén, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR? TURISTAS CON ORIGEN EN PATAGONIA*

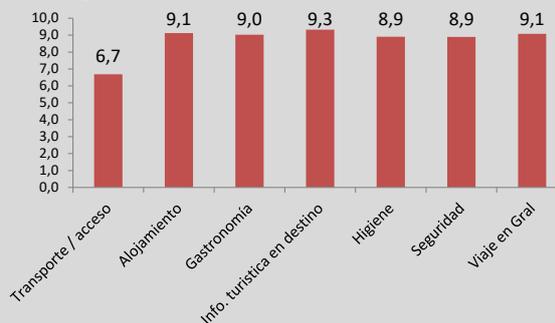


53% VISITA POR PRIMERA VEZ EL DESTINO

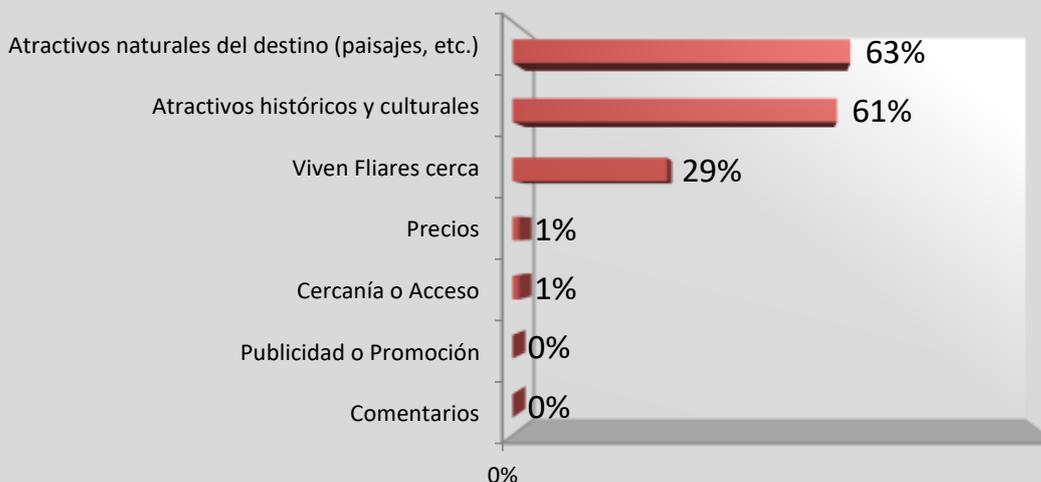


44% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los años 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los viajeros que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles. En este caso, la encuesta capta a todos los viajeros que residen en las provincias de Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego (por separado), sea que lo hagan en algún gran aglomerado urbano o en el resto de la provincia.

PROVINCIA DE CHUBUT



2,2
noches
estadía promedio

19°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24²⁰ provincias

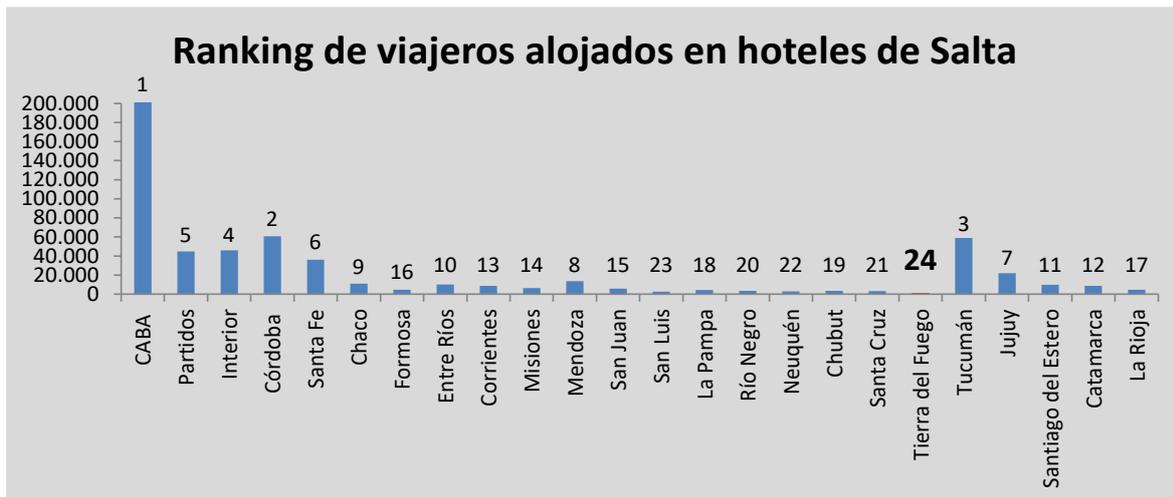
²⁰Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.



2,0
noches
estadía promedio

21°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24 provincias





2,1
noches
estadía promedio

24°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24 provincias



PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

La Provincia de Tucumán ocupa el 1º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Tres de cada cinco turistas residentes en Tucumán que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital (62%), proporción que se encuentra por debajo del promedio nacional (74%); por otra parte, únicamente el 7% de cada de los turistas pernocta en más de un destino durante su viaje, frente al 14% de promedio de los turistas nacionales.

Medio de Transporte y Alojamiento: Tres de cada cuatro de los turistas de la provincia de Tucumán viajan a Salta en automóvil (76%), esta proporción supera considerablemente el promedio de todos los mercados nacionales (52%). Los turistas se hospedan en su mayoría en viviendas de familiares o amigos (63%), en segundo lugar se encuentran los hoteles o similares (20%) y, en tercer lugar, las viviendas alquiladas por temporada (9%).

Motivo del viaje: Más de la mitad de los turistas tucumanos que viajan a Salta lo hacen para visitar a familiares o amigos (56%), en segundo lugar se encuentra el motivo de Ocio o Esparcimiento (39%).

Gasto: El gasto promedio de los turistas tucumanos en Salta es de unos dos mil pesos (en valores de diciembre de 2016), para una estadía media de 5,4 noches. De esta manera, el gasto promedio diario resulta el menor entre los dieciséis mercados estratégicos (\$373 vs. \$595 de promedio nacional).

Perfil: El 51% de los turistas tucumanos son hombres, el 32% tiene entre 14 y 29 años y nueve de cada diez turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: Un tercio de los turistas (35%) utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas.

Visita previa: Únicamente el 18% de los turistas no había visitado previamente el destino.

Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 60% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales, el 42% lo elige por la cercanía, y el 40% por los atractivos históricos y culturales.

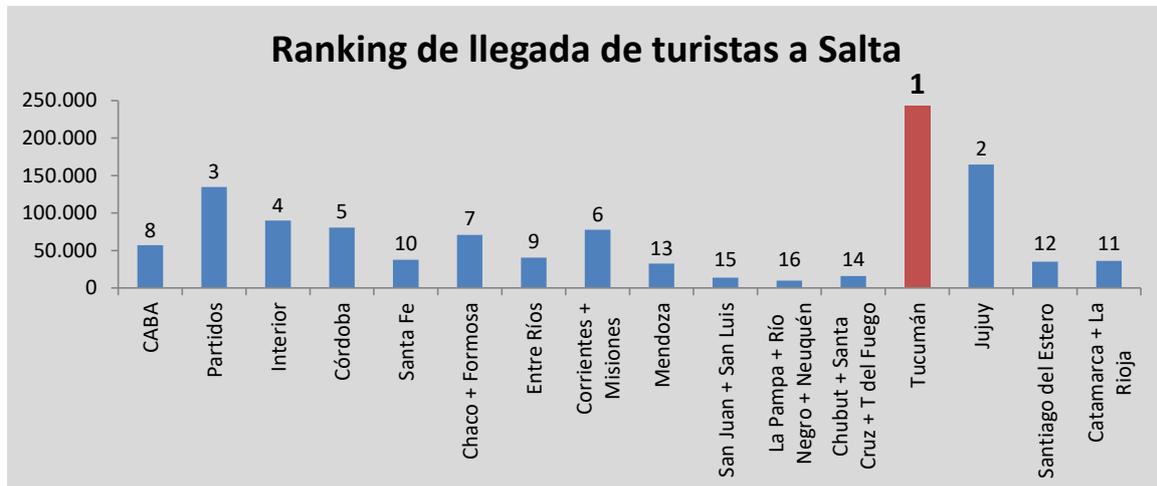
Organización del viaje: El 57% de los turistas tucumanos organiza sus viajes a Salta con entre una semana y un mes de anticipación.

PERFIL DEL TURISTA DE MERCADO HOTELERO (EOH)

14.2

RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

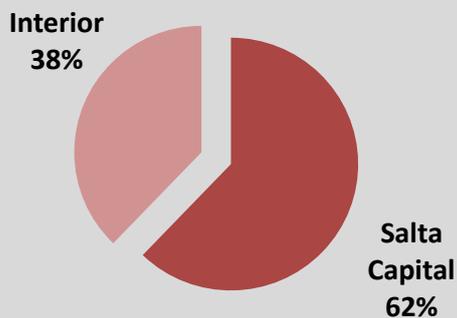
La información de las secciones 14.2, 14.3 y 14.4 surge de las encuestas a turistas residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra.



14.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

DESTINO PRINCIPAL



VIAJES CON MÁS DE UN DESTINO

7%



REALIZAN VIAJES MULTIDESTINO

PAQUETE TURÍSTICO



2%

VIAJA CON PAQUETE TURÍSTICO

¿CUÁNDO VIAJAN?



35%
VERANO



18%
OTOÑO



22%
INVIERNO



25%
PRIMAVERA

MOTIVO DEL VIAJE



**1° VISITA A FAMILIARES
Y/O AMIGOS**

2° OCIO O ESPARCIMIENTO

3° OTROS

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

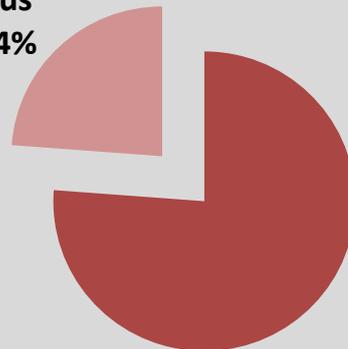


1° AUTOMÓVIL

2° ÓMNIBUS

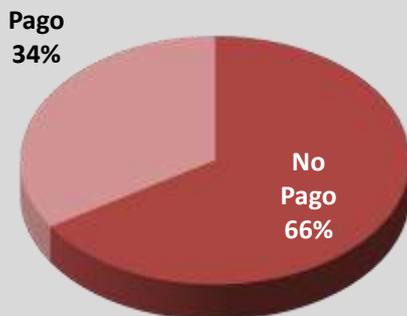


**Ómni-
bus
24%**



**Auto-
móvil
76%**

ALOJAMIENTO UTILIZADO



63% VIVIENDA DE FAMILIARES/AMIGOS

20% HOTELES

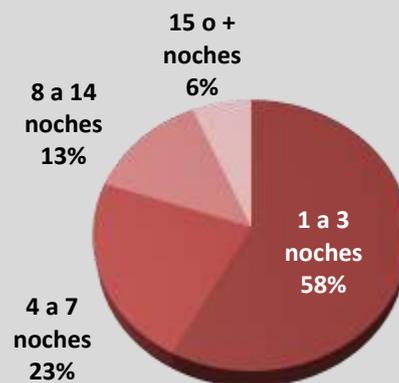
ESTADÍA PROMEDIO

**5,4
NOCHES**



ESTADÍA DE TURISTAS

**58%
1 A 3 NOCHES**



**GRUPO
VIAJERO**



**42%
3 ó 4 PERSONAS**



ACTIVIDADES REALIZADAS



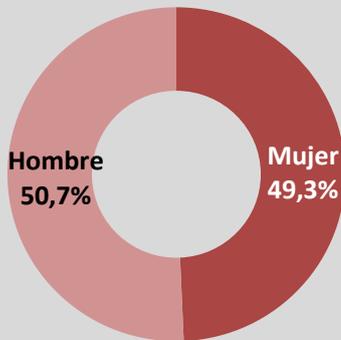
1° PLAYA (RÍO, LAGO)

**2° MUSEOS,
MONUMENTOS, ETC.**



PERFIL DE LOS TURISTAS

¿QUIÉNES VIAJAN?



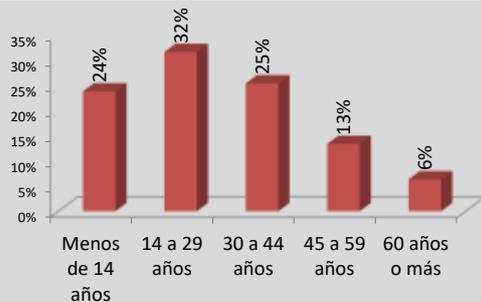
91% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

34% TIENE ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

83% INTEGRA HOGARES CON JEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

35% INTEGRA HOGARES CON JEFES CON ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

EDAD



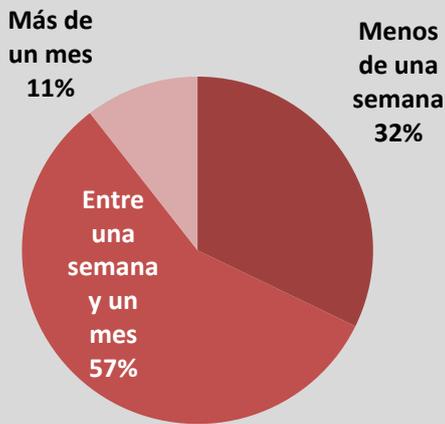
57%
DE LOS TURISTAS TIENEN DE 14 A 44 AÑOS

1° TURISTAS ENTRE 14 Y 29 AÑOS

2° TURISTAS ENTRE 30 A 44 AÑOS

La información de las secciones 14.2, 14.3 y 14.4 surge de las encuestas a turistas residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR?



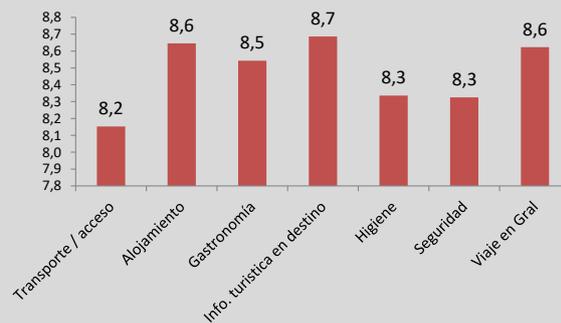
¿HABÍA VISITADO ANTES EL DESTINO?



35% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

6% CONSIDERA VISITAR DESTINOS ALTERNATIVOS

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los entre 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los turistas que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles.



1,8
noches
estadía promedio

3°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24²¹ provincias

²¹Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

La Provincia de Jujuy ocupa el 2º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Tres de cada cinco turistas residentes en Jujuy que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital (68%); por otra parte, solamente un 1% de cada de los turistas pernocta en al menos dos destinos durante su viaje (frente al 14% de promedio de los turistas nacionales).

Medio de Transporte y Alojamiento: Tres de cada cinco de los turistas de la provincia de Jujuy viajan a Salta en automóvil (68%), esta proporción supera considerablemente el promedio de todos los mercados nacionales (52%); los turistas se hospedan en su mayoría en viviendas de familiares o amigos (59%), en segundo lugar se encuentran los hoteles o similares (34%) y en tercer lugar los campings (5%).

Motivo del viaje: Más de la mitad de los turistas jujeños que viajan a Salta lo hacen para visitar a familiares o amigos (59%), en segundo lugar se encuentra el motivo de Ocio o Esparcimiento (38%).

Gasto: El gasto promedio de los turistas jujeños en Salta es de apenas 1.642 pesos (en valores de diciembre de 2016), es decir, menos de la mitad del gasto promedio de los turistas nacionales en Salta, para una estadía media de 3,3 noches (también menor a mitad de la estadía promedio de los turistas nacionales). De esta manera, el gasto promedio diario resulta el menor al promedio de los turistas nacionales que viajan a Salta (\$490 vs. \$595).

Perfil: El 55% de los turistas jujeños son mujeres, el 30% tiene entre 30 y 44 años, casi nueve de cada diez turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios, y 26% cuenta con estudios superiores terminados.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: Cerca de dos de cada cinco de los turistas (38%) utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas.

Visita previa: El 39% de los turistas no había visitado previamente el destino.

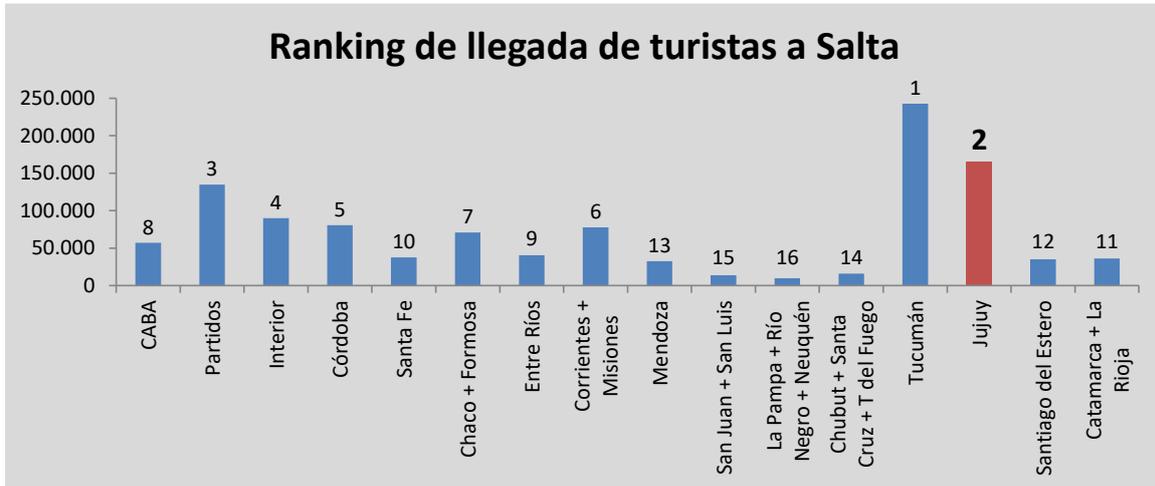
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 83% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales, el 63% lo elige por la cercanía, y el 52% por los atractivos históricos y culturales.

Organización del viaje: El 45% de los turistas jujeños organiza sus viajes a Salta con entre una semana y un mes de anticipación.

15.2

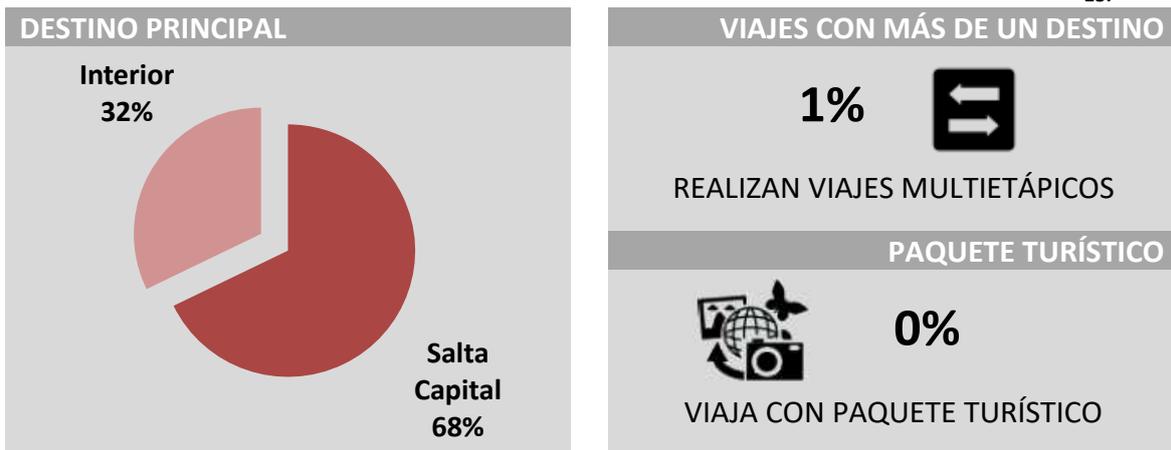
RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

La información de las secciones 15.2, 15.3 y 15.4 surge de las encuestas a turistas residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra.



15.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)



14.



MOTIVO DEL VIAJE



1° VISITA A FAMILIARES Y/O AMIGOS

2° OCIO O ESPARCIMIENTO
3° OTROS

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

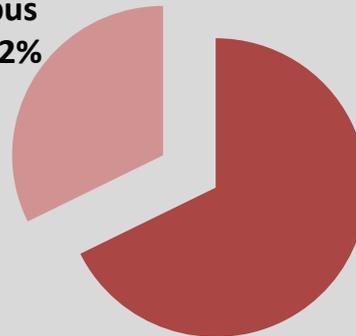


1° AUTOMÓVIL



2° ÓMNIBUS

Ómni-bus
32%



Auto-móvil
68%

ALOJAMIENTO UTILIZADO



59% VIVIENDA DE FAMILIARES/AMIGOS
34% HOTELES
5% CAMPINGS

ESTADÍA PROMEDIO

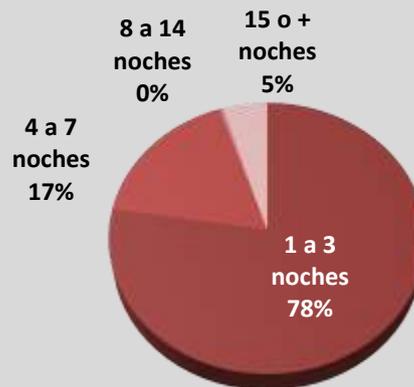
3,3
NOCHES



ESTADÍA DE TURISTAS

78%

1 A 3 NOCHES



GRUPO VIAJERO



57%
3 ó 4 PERSONAS



ACTIVIDADES REALIZADAS



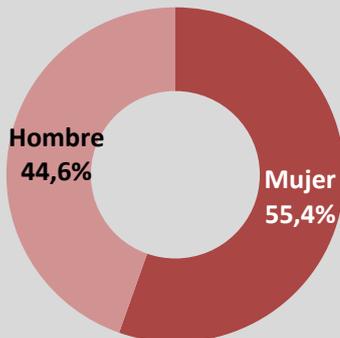
1° PLAYA (RÍO, LAGO)

**2° MUSEOS,
MONUMENTOS, ETC.**



PERFIL DE LOS TURISTAS

¿QUIÉNES VIAJAN?



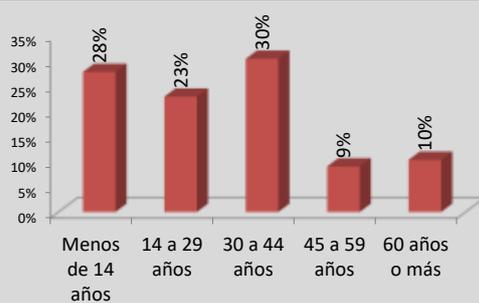
87% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

34% TIENE ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

71% INTEGRA HOGARES CONJEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

26% INTEGRA HOGARES CONJEFES CON ESTUDIOS SUPERIORES COMPLETOS

EDAD



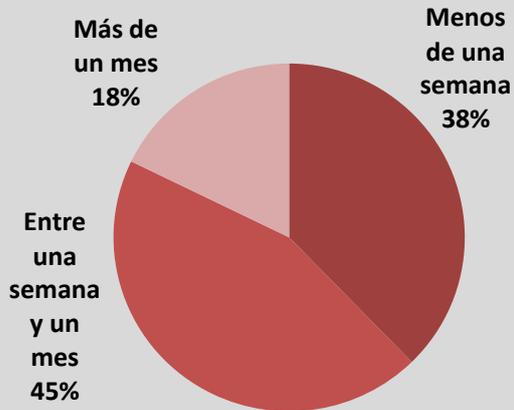
53% DE LOS TURISTAS TIENE ENTRE 14 Y 44 AÑOS

1° TURISTAS ENTRE 30 Y 44 AÑOS

2° TURISTAS ENTRE MENOS DE 14 AÑOS

La información de las secciones 15.2, 15.3 y 15.4 surge de las encuestas a turistas residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR?



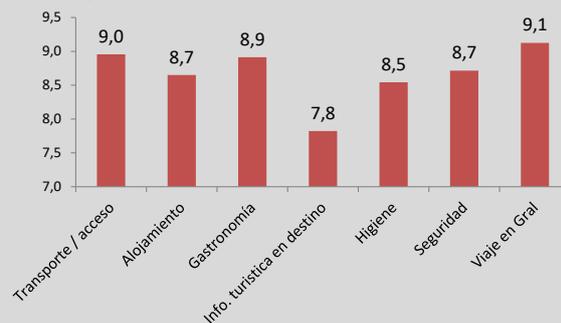
¿HABÍA VISITADO ANTES EL DESTINO?



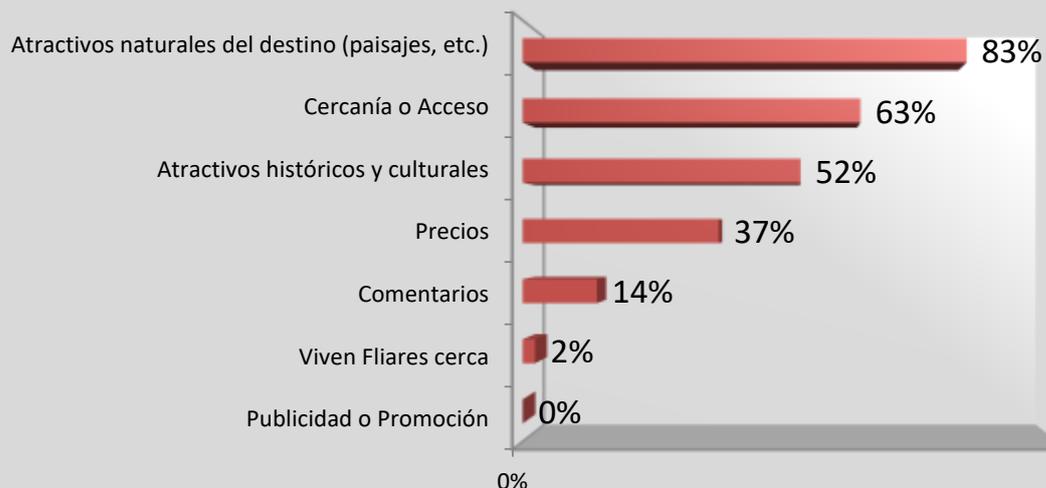
38% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

10% CONSIDERA VISITAR DESTINOS ALTERNATIVOS

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los entre 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los turistas que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles.



1,8
noches
estadía promedio

7°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24²² provincias

²²Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

La Provincia de Santiago del Estero ocupa el 12º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Tres de cada cinco turistas residentes en Santiago del Estero que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje al Interior de la Provincia (58%), proporción que más que duplica el promedio nacional (25%). Únicamente el 2% de los turistas pernocta en más de un destino durante su viaje (frente al 14% de promedio de los turistas nacionales).

Medio de Transporte y Alojamiento: Más de la mitad de los turistas santiagueños se hospedan en alojamientos pagos (56%). Una proporción similar de los turistas que viajan de Santiago del Estero a Salta lo hacen en automóvil (55%).

Motivo del viaje: Cerca de la mitad de los turistas santiagueños que viajan a Salta lo hacen por motivo de Ocio o Esparcimiento (48%).

Gasto: El gasto promedio de los turistas santiagueños en Salta es de tres mil pesos (en valores de diciembre de 2016), menor al gasto promedio de los turistas nacionales en Salta, para una estadía media de 4,6 noches (también menor a la estadía promedio nacional). El gasto promedio diario es mayor al promedio de todos los turistas nacionales que viajan a Salta (\$681 vs. \$595).

Perfil: El 57% de los turistas de Santiago del Estero son mujeres y cerca de dos cada tres turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: El 43% de los turistas utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas, superando el promedio nacional de 30%.

Visita previa: El 77% de los turistas no había visitado previamente el destino, valor que supera al promedio nacional (47%).

Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 87% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales, el 11% lo elige por los atractivos históricos y culturales, y la misma proporción la elige por cercanía o facilidad de acceso.

Organización del viaje: El 40% de los turistas residentes en Santiago del Estero organiza sus viajes a Salta con más de un mes de anticipación.

16.2

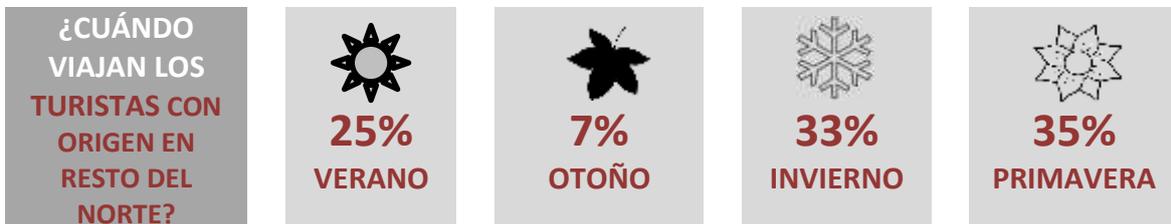
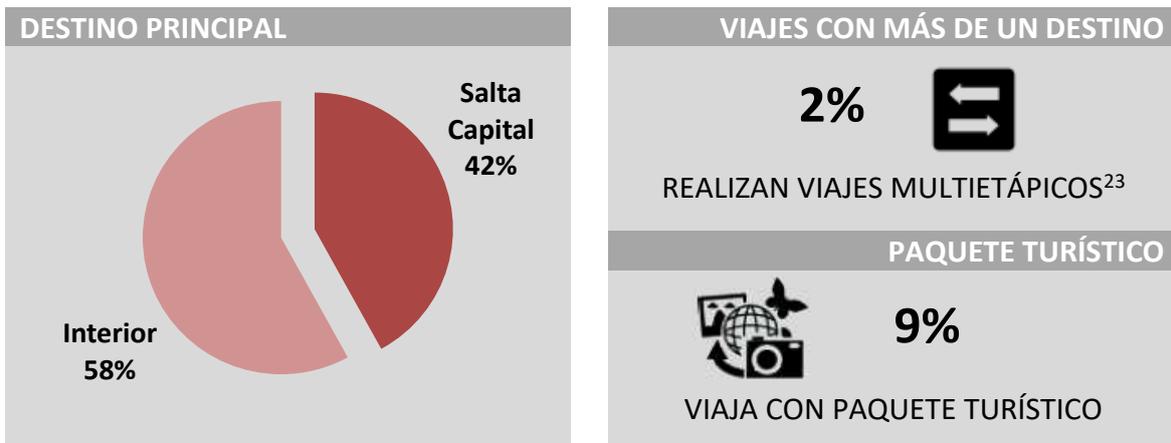
RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

La información de las secciones 16.2, 16.3 y 16.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Mendoza que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 16.3 y 16.4 se muestra para el agregado región de origen "Resto del Norte", conformado por las provincias de Santiago del Estero, Catamarca y La Rioja.



16.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

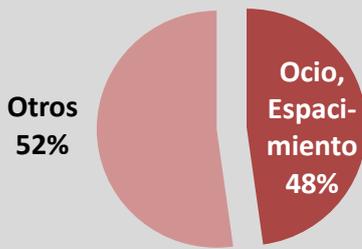


* LOS TURISTAS CON ORIGEN EN SANTIAGO DEL ESTERO ELIGEN MÁS EL VERANO:

33%
VIAJA EN VERANO

²³ Viajes con pernoctes en al menos dos destinos (los destinos secundarios pueden estar ubicados dentro o fuera de la provincia).

MOTIVO DEL VIAJE



1° OCIO O ESPARCIMIENTO

2° VISITA A FAMILIARES O AMIGOS

3° OTROS

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



1° AUTOMÓVIL

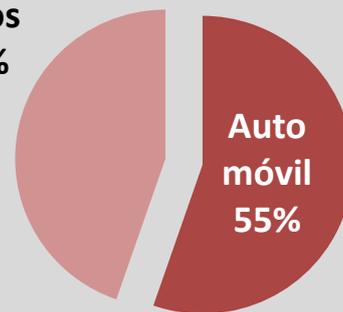


2° ÓMNIBUS

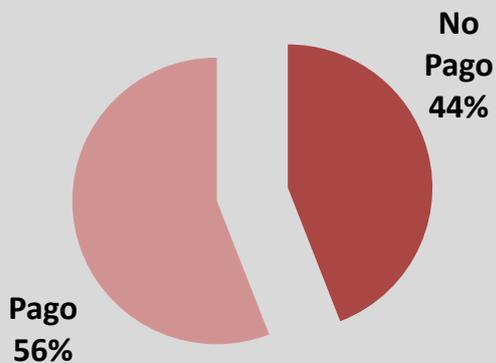
3° OTROS



Otros
45%



ALOJAMIENTO UTILIZADO



1° VIVIENDAS DE FAMILIARES O AMIGOS

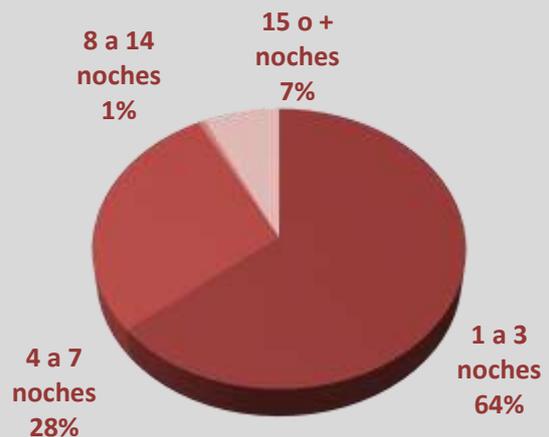
2° HOTELES

ESTADÍA PROMEDIO

**4,6
NOCHES**



ESTADÍA DE TURISTAS CON ORIGEN EN RESTO DEL NORTE*



GRUPO VIAJERO



65%
3 a 4 PERSONAS

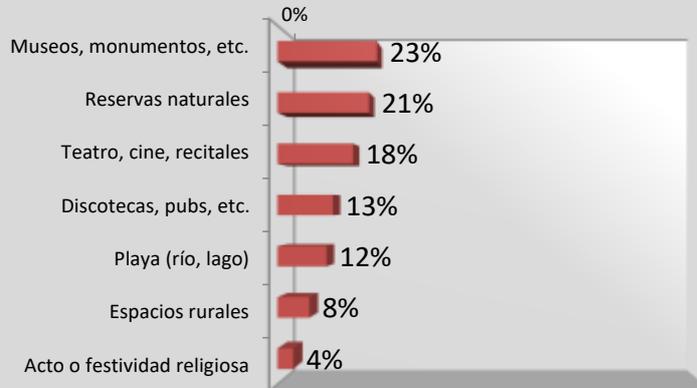


ACTIVIDADES REALIZADAS



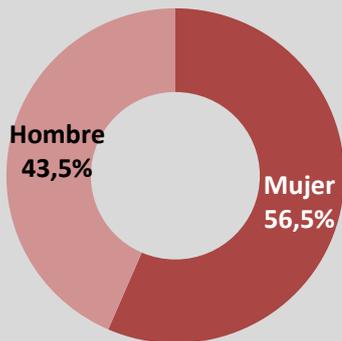
1° MUSEOS,
MONUMENTOS, ETC.

2° RESERVAS
NATURALES



PERFIL DE LOS TURISTAS

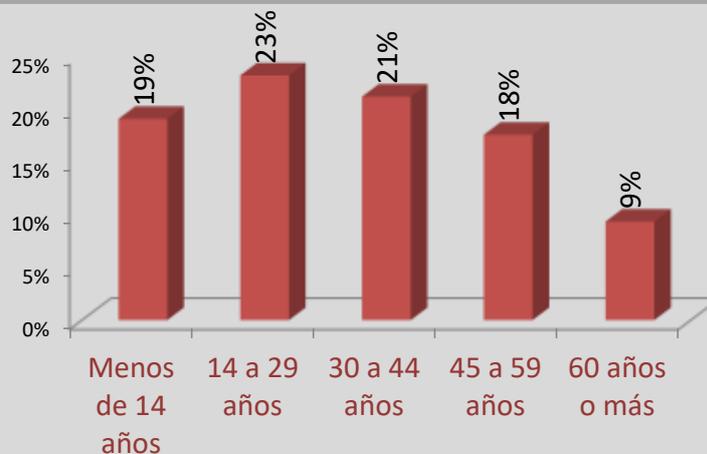
¿QUIÉNES VIAJAN?



67% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

60% INTEGRA HOGARES CON JEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

EDAD. TURISTAS CON ORIGEN EN RESTO DEL NORTE



La información de las secciones 16.2, 16.3 y 16.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Mendoza que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 16.3 y 16.4 se muestra para el agregado región de origen "Resto del Norte", conformado por las provincias de Santiago del Estero, Catamarca y La Rioja. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR? TURISTAS CON ORIGEN EN RESTO DEL NORTE*



***LOS TURISTAS CON ORIGEN EN SANTIAGO DEL ESTERO SE ORGANIZAN CON MAYOR ANTICIPACIÓN:**

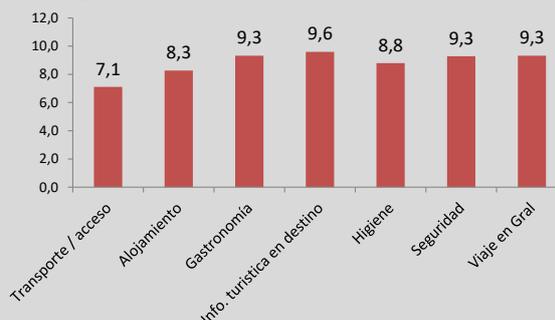
**40%
MÁS DE UN MES DE ANTELACIÓN**

77% VISITA POR PRIMERA VEZ EL DESTINO

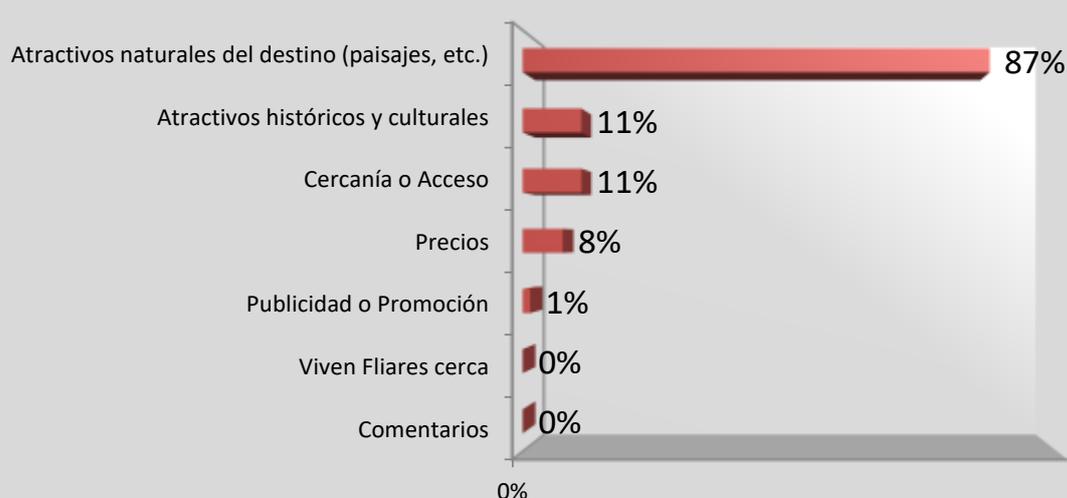


43% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los años 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los viajeros que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles. En este caso, la encuesta capta a todos los viajeros que residen en la Provincia de Santiago del Estero, sea que lo hagan en algún gran aglomerado urbano o en el resto de la provincia.



1,9
noches
estadía promedio

11°
puesto
en el Ranking de llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24²⁴ provincias

²⁴Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

El Mercado turístico conformado por las provincias de Catamarca y La Rioja ocupa el 11º lugar (entre los 16 mercados estratégicos) del ranking de llegadas de turistas a Salta.

Destino Principal: Cuatro de cada cinco turistas residentes en las provincias de Catamarca y La Rioja que viajan a Salta tienen como principal destino de su viaje a la Capital de la provincia (81%). Únicamente el 1% de los turistas pernocta en más de un destino durante su viaje, frente al 14% de promedio de los turistas nacionales.

Medio de Transporte y Alojamiento: Más de dos tercios de estos turistas viajan de Catamarca y La Rioja a Salta lo hacen en automóvil (68%). Casi las tres cuartas partes de los turistas se hospedan en alojamientos pagos (72%). Considerando a los turistas con origen en la región “Resto del Norte” que viajan a la Provincia de Salta casi la totalidad de los turistas se hospedan en Hoteles o similares (46%), en viviendas de familiares o amigos (36%), y, por último, en campings (18%).

Motivo del viaje: Algo más de un tercio de los turistas de “Resto del Norte” viaja para visitar familiares o amigos (36%).

Gasto: El gasto promedio de los turistas de Catamarca y La Rioja en Salta es de menos de dos mil pesos (en valores de diciembre de 2016), es decir, menos de la mitad del gasto promedio de todos los turistas nacionales en Salta. La estadía es la menor entre los distintos mercados estratégicos (únicamente de 3,1 noches). El gasto promedio diario resulta apenas por debajo del promedio de todos los turistas nacionales que viajan a Salta (\$585 vs. \$595).

Perfil: El 53% de los turistas son mujeres y cerca de dos cada tres turistas adultos terminaron, al menos, sus estudios secundarios.

PERFIL DEL TURISTA POR MOTIVO DE OCIO O ESPARCIMIENTO (EVyTH)

Uso de Internet: El 21% de los turistas utiliza Internet para consultar información sobre el destino o realizar reservas.

Visita previa: El 87% de los turistas no había visitado previamente el destino, valor que supera al promedio nacional (47%).

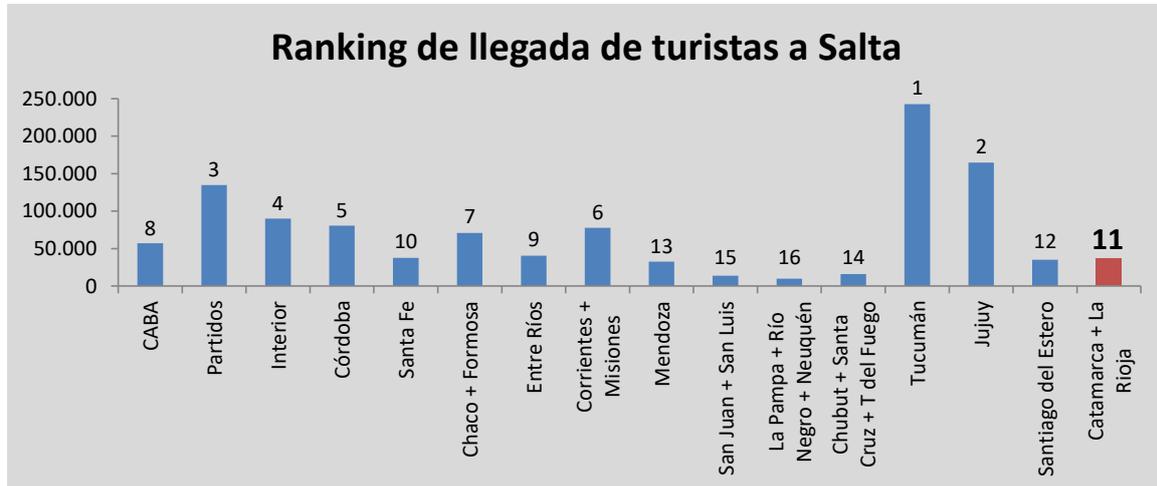
Factores que influyen en la elección de Salta como destino (múltiple): El 90% de los turistas elige Salta por sus atractivos naturales, el 73% lo elige por los atractivos históricos y culturales, y el 62% la elige por publicidades o promociones.

Organización del viaje: Sólo el 2% de los turistas residentes en Catamarca y La Rioja organiza sus viajes a Salta con más de un mes de anticipación (frente al 33% de los turistas nacionales).

17.2

RANKING DE TURISTAS CON DESTINO SALTA

La información de las secciones 17.2, 17.3 y 17.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Mendoza que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 17.3 y 17.4 se muestra para el agregado región de origen "Resto del Norte", conformado por las provincias de Santiago del Estero, Catamarca y La Rioja.



17.3

PERFIL DEL TURISTA PROMEDIO (EVyTH)

DESTINO PRINCIPAL

Interior 19%

Salta Capital 81%

VIAJES CON MÁS DE UN DESTINO

1%

REALIZAN VIAJES MULTIETÁPICOS²⁵

PAQUETE TURÍSTICO

16%

VIAJA CON PAQUETE TURÍSTICO

¿CUÁNDO VIAJAN LOS TURISTAS CON ORIGEN EN RESTO DEL NORTE?

25%
VERANO

7%
OTOÑO

33%
INVIERNO

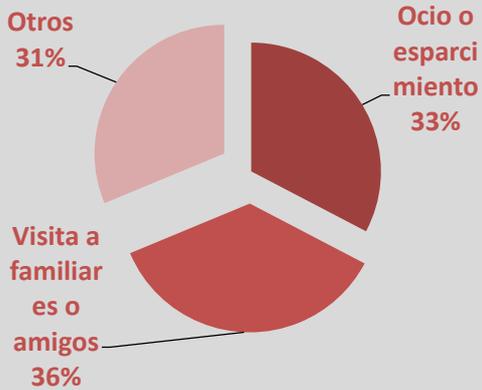
35%
PRIMAVERA

* LOS TURISTAS CON ORIGEN EN CATAMARCA Y LA RIOJA ELIGEN MENOS EL VERANO:

17%
VIAJA EN VERANO

²⁵ Viajes con pernoctes en al menos dos destinos (los destinos secundarios pueden estar ubicados dentro o fuera de la provincia).

MOTIVO DEL VIAJE TURISTAS CON ORIGEN EN RESTO DEL NORTE



* LOS TURISTAS CON ORIGEN EN CATAMARCA Y LA RIOJA VIAJAN POR:

1° OTROS

2° VISITA A FAMILIARES O AMIGOS

3° OCIO O ESPARCIMIENTO

MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO



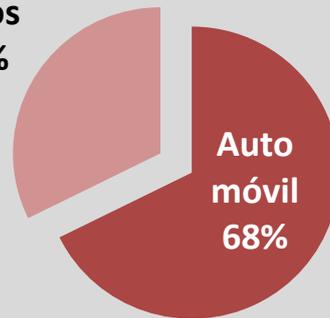
1° AUTOMÓVIL



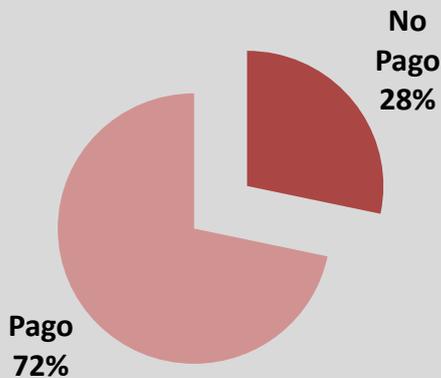
2° ÓMNIBUS

3° OTROS

**Otros
32%**



ALOJAMIENTO UTILIZADO



1° HOTELES O SIMILARES

2° VIVIENDAS DE FAMILIARES O AMIGOS

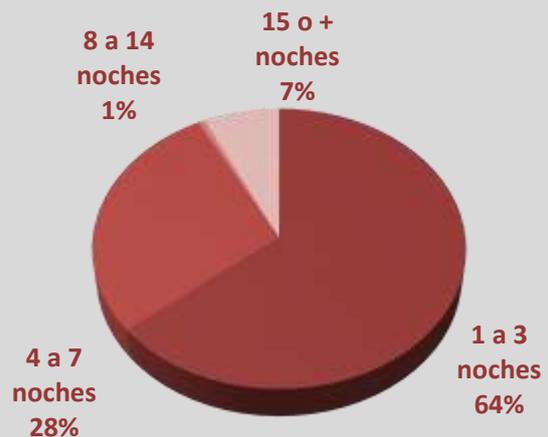
3° CAMPINGS

ESTADÍA PROMEDIO

**3,1
NOCHES**



ESTADÍA DE TURISTAS CON ORIGEN EN RESTO DEL NORTE*



GRUPO VIAJERO



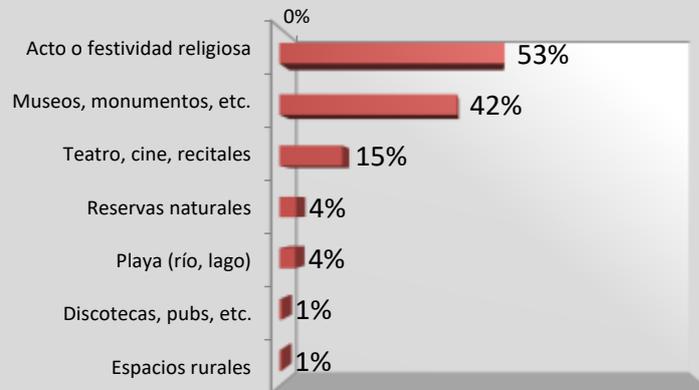
49%
5 PERSONAS O MÁS



ACTIVIDADES REALIZADAS

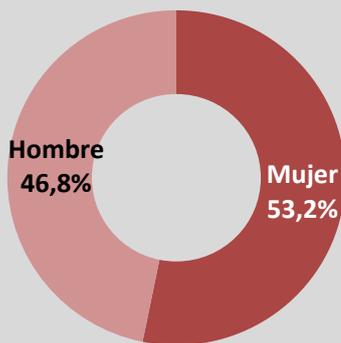
1° ASISTE A ACTOS O FESTIVIDADES RELIGIOSAS

2° VISITA A MUSEOS, MONUMENTOS, ETC.



PERFIL DE LOS TURISTAS

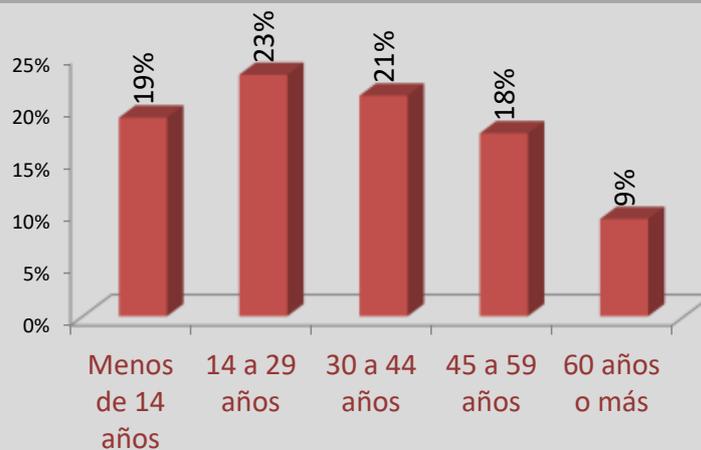
¿QUIÉNES VIAJAN?



62% DE LOS TURISTAS TIENE SECUNDARIO COMPLETO

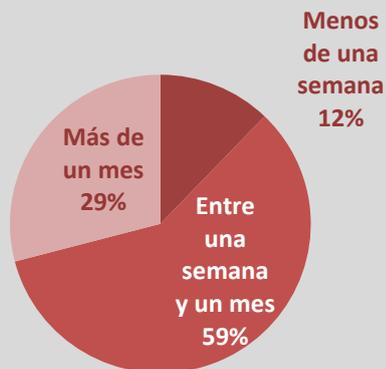
61% INTEGRA HOGARES CON JEFES CON SECUNDARIO COMPLETO

EDAD. TURISTAS CON ORIGEN EN RESTO DEL NORTE



La información de las secciones 17.2, 17.3 y 17.4 surge de las encuestas a turistas residentes en Mendoza que visitaron Salta realizadas en el marco de la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) entre 2012 y 2016. Los resultados deben considerarse con carácter exploratorio, dado que se basan en una pequeña muestra. Por esta razón, con el objetivo de presentar datos más robustos, parte de la información de las secciones 17.3 y 17.4 se muestra para el agregado región de origen "Resto del Norte", conformado por las provincias de Santiago del Estero, Catamarca y La Rioja. Aquí se realiza un recorte de estos resultados, para los turistas que viajan por motivo de ocio o esparcimiento.

¿CON CUÁNTA ANTICIPACIÓN DECIDEN VIAJAR? TURISTAS CON ORIGEN EN RESTO DEL NORTE*



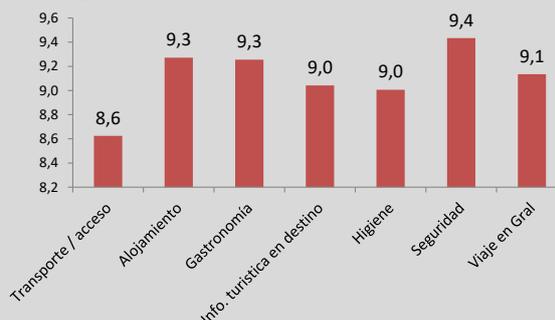
***LOS TURISTAS CON ORIGEN EN CATAMARCA Y LA RIOJA SE ORGANIZAN CON MENOR ANTICIPACIÓN: SÓLO 2% SE ORGANIZA CON MÁS DE UN MES DE ANTELACIÓN**

87% VISITA POR PRIMERA VEZ EL DESTINO

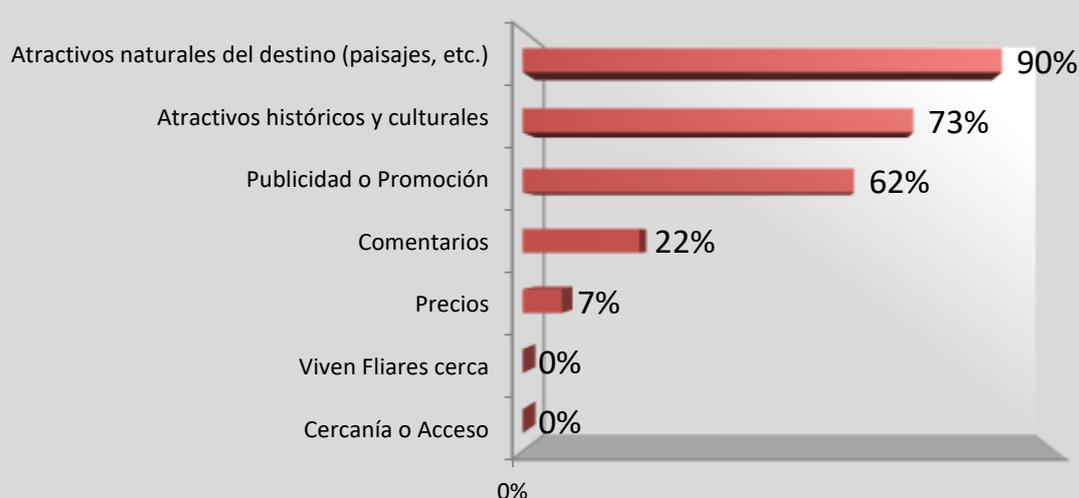


21% USA INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA EL VIAJE

¿CÓMO CALIFICAN SUS VIAJES?



¿QUÉ FACTOR INFLUYÓ EN LA ELECCIÓN DEL DESTINO?



A continuación se ofrece información que surge del promedio anual de los resultados de la EOH para los años 2012 y 2016. Para los fines de este informe se observará a los viajeros que visitan los dos principales destinos de la Provincia de Salta (Salta Capital y Cafayate, que concentran cerca del 75% de las plazas) y se alojan en Hoteles y parahoteles. En este caso, la encuesta capta a todos los viajeros que residen en las provincias de Catamarca y La Rioja (por separado), sea que lo hagan en algún gran aglomerado urbano o en el resto de la provincia.

PROVINCIA DE CATAMARCA



1,9
noches
estadía promedio

12°
puesto
en el Ranking de llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24²⁶ provincias

²⁶Este ranking está compuesto por veintidós provincias -se excluye a Salta debido a los objetivos del informe- y un distrito federal. Asimismo, la Provincia de Buenos Aires se divide entre Partidos del Gran Buenos Aires e Interior de la provincia, para profundizar el análisis de estos mercados. Ranking: CABA, Córdoba, Tucumán, Interior de Bs As, Partidos de GBA, Santa Fe, Jujuy, Mendoza, Chaco, Entre Ríos, Santiago del Estero, Catamarca, Corrientes, Misiones, San Juan, Formosa, La Rioja, La Pampa, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Neuquén, San Luis, Tierra del Fuego.



1,9
noches
estadía promedio

17°
puesto
en el Ranking de Llegadas de viajeros a la
Provincia de Salta de 24 provincias

