
**Informe Estadístico
Turismo
2012**

AUTORIDADES

GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DE SALTA

Dr. Juan Manuel Urtubey

MINISTRO DE CULTURA Y TURISMO DE SALTA

Dr. Mariano Ovejero

SECRETARIO DE TURISMO

Lic. Fernando García Soria

EQUIPO DE TRABAJO

Subsecretaria de Desarrollo Turístico

Lic. Ana Cornejo

Dirección General de Planificación

Lic. Jose Piu

Programa de Estadísticas

Lic. Nelson Copa

Mabel Castellanos

Lucas Gutierrez

ÍNDICE	
ÍNDICE	3
RESUMEN EJECUTIVO	4
CAPITULO 1.	5
OFERTA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA	5
CAPITULO 2.	11
DEMANDA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA	11
CAPITULO 3.	16
GASTO TURISTICO E IMPACTO ECONOMICO	16
CAPITULO 4.	17
PERFIL DEL TURISTA	17
CAPITULO 5.	21
PERFIL DEL TURISTA – POR LOCALIDADES	21
CAPITULO 6.	39
CUADROS ADICIONALES SOBRE EL PERFIL DEL TURISTA DE RESIDENCIA EN EL EXTRANJERO	39
METODOLOGÍA Y CONCEPTOS	54

RESUMEN EJECUTIVO

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

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

Al mismo tiempo, permiten monitorear efectos de programas, orientar decisiones y establecer rápidamente una visión estratégica siendo sumamente útiles a la hora de planificar inversiones privadas y proyectar tendencias.

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar información que permita definir las principales características del comportamiento turístico durante el año 2012 a los efectos de evidenciar el creciente desarrollo turístico en distintas localidades de la Provincia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

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

El presente material es un trabajo de recopilación de la información recogida y procesada durante el año 2012.

CAPITULO 1.

OFERTA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA

1.1. Alojamientos y plazas

En el año 2.012 la oferta hotelera contó con un total de 17.658 plazas distribuidas en 418 establecimientos hoteleros y parahoteleros de toda la Provincia de Salta, estando el 63% de las plazas concentradas en la capital.

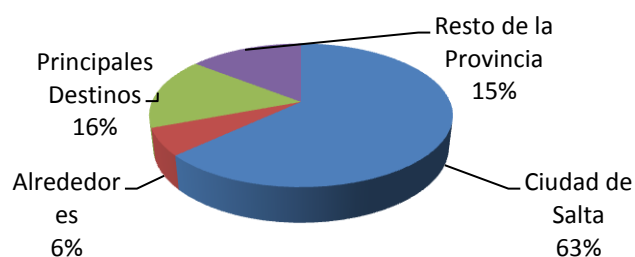
Con respecto al año 2.011, del Cuadro N°1 se puede ver que la cantidad de plazas totales ofrecidas creció un 6,48% viendo un incremento considerable (10,58%) en los principales destinos de la Provincia. Por otro lado, de los Gráficos N° 2 y N°3, se aprecia que en Capital se vio un crecimiento del 7,41% de las plazas, mientras que en el interior aumentaron un 4,94%.

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

Localidad	2011	2012	Variación
Ciudad de Salta	10.383	11.152	7,41 %
5*	624	624	0,00 %
4*	1.360	1.360	0,00 %
3*	1.877	1.991	6,07 %
2*	1.028	973	-5,35 %
1*	981	1.180	20,29 %
AP	698	746	6,88 %
RA	1.330	1.418	6,62 %
RB	2.313	2.570	11,11 %
S/C	76	65	-14,47 %
GR	96	225	134,38 %
Alrededores	1.036	1.084	4,63 %
Principales Destinos	2.591	2.865	10,58 %
Resto de la Provincia	2.573	2.557	-0,62 %
Total de plazas en la Provincia	16.583	17.658	6,48 %

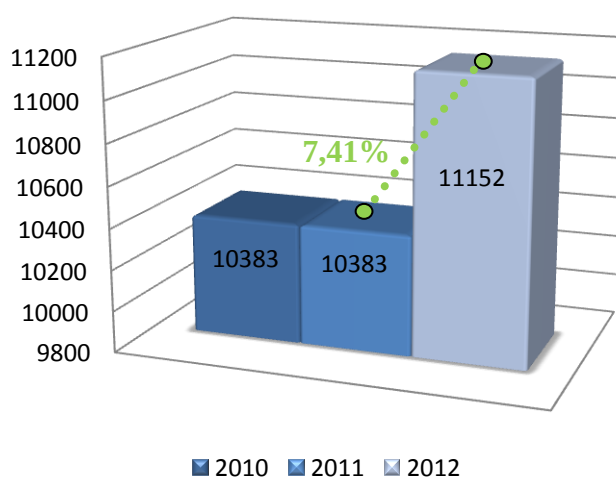
Fuente: Registro Hotelero. Dirección de Calidad. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta.

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



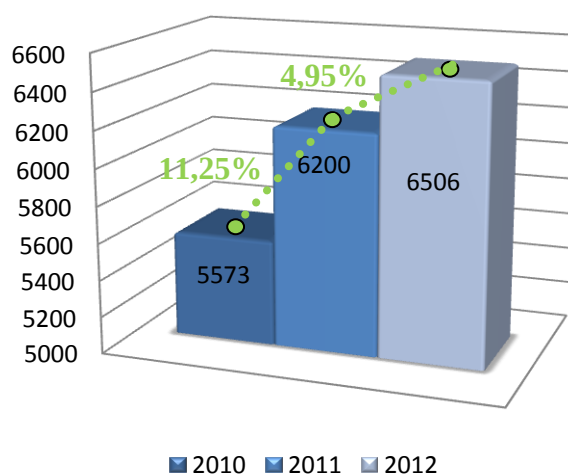
Fuente: Elaboración propia con información provista por la Dirección de Calidad. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta

Gráfico N° 2: Evolución de cantidad de plazas hoteleras y para hoteleras en la Capital de Salta



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

Gráfico N° 3: Evolución de cantidad de plazas hoteleras y para hoteleras en el Interior de Salta



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

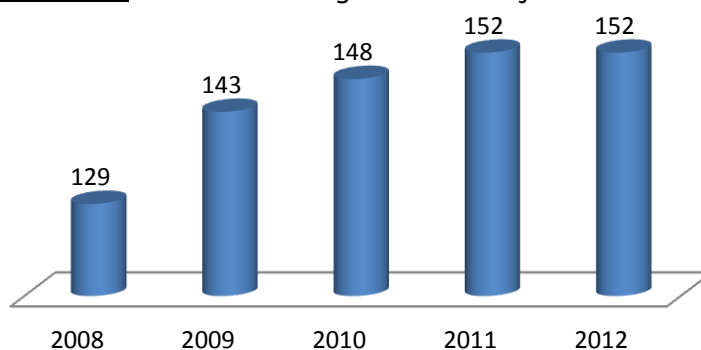
1.2. Agencias de Viajes

Cuadro N°2: Cantidad de agencias de viajes por localidad

Localidad	Cantidad
Cachi	1
EVT	1
Cafayate	2
EVT	2
Capital	126
AT	7
EVT	119
Cerrillos	1
EVT	1
El Jardín	1
EVT	1
Metán	1
EVT	1
Orán	3
EVT	3
Rosario de la Frontera	1
AT	1
San Antonio de los Cobres	1
EVT	1
Tartagal	2
EVT	2
Vª San Lorenzo	3
EVT	3
Vaqueros	2
EVT	2
Total de Agencias 2012	152
Total de Agencias 2011	152
Total de Agencias 2010	148
Total de Agencias 2009	143
Total de Agencias 2008	129

AT: Agencia de Turismo EVT: Empresa de Viajes y Turismo.
Fuente: Base de Fiscalización – Ministerio de Cultura y Turismo

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



1.3. Prestadores de Turismo Alternativo

Cuadro N°3: Cantidad de prestadores de Turismo Alternativo por región

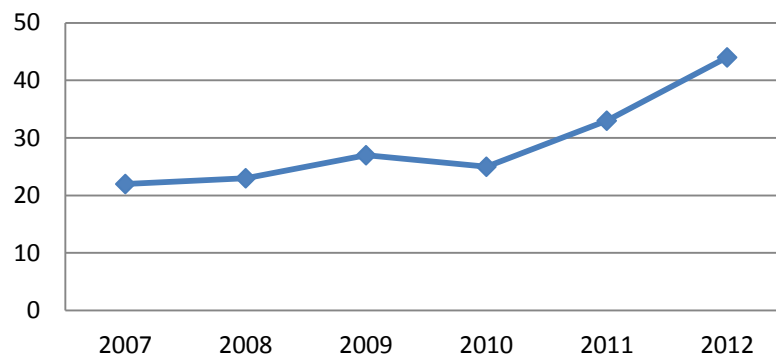
Prestadores Habilitados y en trámite por región			
	Total habilitados y en trámite	Habilitados	En trámite
Capital	24	20	4
Alrededores	4	3	1
Valle de Lerma	9	9	0
Valles Calchaquies	5	2	3
Zona Sur	2	2	0
	44	36	8

Cuadro N°4: Cantidad de prestadores de Turismo Alternativo por servicios brindados.

Actividad	Cantidad de prestadores	Distribución por región y por actividad				
		Capital	Ciudad y Alrededores	Valle de Lerma	Valles Calchaquies	Sur
Cabalgata	14	4	3	6	1	0
Montañismo (senderismo, trekking, alta montaña)	20	11	3	3	2	1
Escalada	1	1	0	0	0	0
Espeleología	1	1	0	0	0	0
Travesía 4x4	11	9	2	0	0	0
Rafting	3	2	0	1	0	0
Rappel	2	2	0	0	0	0
Tirolesa	3	3	0	0	0	0
Campamentismo	3	2	0	0	1	0
Tobogan de Agua	1	1	0	0	0	0
Motos de Agua	1	1	0	0	0	0
Mountain Bike	4	2	0	0	1	1
Safaris Fotográficos	3	3	0	0	0	0
Motos	1	1	0	0	0	0
Cuatriciclos	1	1	0	0	0	0
Observación de Aves	1	0	0	0		1

Fuente: Base de Fiscalización – Ministerio de Cultura y Turismo

Gráfico N° 5: Evolución anual de prestadores de Turismo Alternativo



Fuente: Elaboración propia en base a información aportada por Área de Fiscalización – Ministerio de Cultura y Turismo de Salta

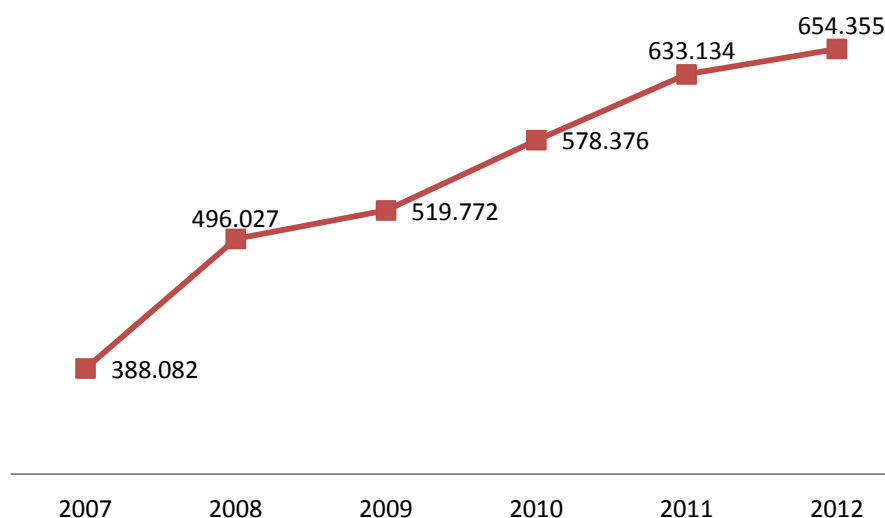
1.4. Transporte

Cuadro N°5: Transporte Terrestre y Aéreo

Transporte	Concepto	2012	2011	2010
Terrestre	Cantidad de vehículos. Peaje AUNOR entrada a la Ciudad de Salta. Autos y Pick up (cat. 1 y 3)	3.121.503	3.067.340	2.748.024
	Cantidad de vehículos. Peaje AUNOR entrada a la Ciudad de Salta. Terrestre (Camiones y Colectivos)	662.510	687.605	640.860
Aéreo	Movimiento total de pasajeros en el Aeropuerto M.M. de Güemes (incluye pasajeros de Terminal y en Tránsito directo)	690.712	633.134	578.376

Fuente: Aunor S.A: y Aeropuertos Argentina 2000

Gráfico N° 6: Evolución anual de Total de Pasajeros en Aeropuerto M.M. Güemes



Fuente: Elaboración propia con datos provistos por Aeropuertos Argentina 2000

Cuadro N° 6: Cantidad de Toques (entradas y salidas) contabilizados en Terminal de Salta.

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Corta	594	557	601	564	638	597	556	491	432	595	558	541	6.724
Media	2.442	2.190	2.285	2.270	2.464	2.263	2.075	2.083	1.987	2.344	2.207	2.303	26.913
Larga	5.198	4.936	5.107	4.995	5.165	5.017	3.531	4.727	4.552	5.166	4.945	5.056	58.395

Fuente: Terminal Salta SA

1.5. Visitantes a Museos

Cuadro N° 6: Cantidad de Visitantes a Museos de la Provincia

Museo	2011	2012	Variación % Anual
MAAM Salta	130.497	140.017	7%
MAC Salta	21.630	27.117	25%
MAS Salta	28.333	17.805	-37%
MBA Salta	9.180	23.322	154%
MCAR Salta	10.238	11.938	17%
MAPPD Cachi	21.145	24.500	16%
MCN Vespuc	4.356	6.520	50%
MBAQM R° Front	950	1.439	51%
MVV Cafayate	36.078	38.071	6%
MVR La Cruz	6.335	5.154	-19%
MyS Sta. Rosa de Tastil	-	724	-
Total 2012	296.607		
Total 2011	268.742		
Total 2010	220.899		
Total 2009	223.582		

CAPITULO 2.

DEMANDA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA

2.1. Tasa Neta de Ocupación

Cuadro N°7: Tasa Neta de Ocupación, ponderada por cantidad de plazas.

	2012	2011	2010
Capital	54,8%	59,6%	58%
Alrededores	30,5%	33,8%	33%
Principales destinos	37,4%	42,5%	39%
Resto de la Provincia	29,4%	35,3%	40%
TNO Provincial	46,8%	51,5%	50,7%
TNO Provincial – Turística*	52,8%	54,5%	52,5%

(*) Turística incluye Capital, Alrededores y Principales Destinos

Cuadro N°8: Tasa Neta de Ocupación por mes

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Prom Anual
Capital	52%	51%	44%	63%	50%	49%	72%	59%	62%	63%	54%	38%	55%
5*	35%	46%	41%	59%	47%	52%	71%	58%	60%	64%	47%	27%	50%
4*	57%	56%	45%	66%	54%	57%	75%	64%	71%	72%	65%	33%	60%
3*	45%	42%	38%	61%	53%	48%	68%	58%	63%	62%	49%	20%	51%
2*	48%	44%	37%	60%	43%	39%	69%	52%	51%	51%	44%	20%	46%
1*	68%	68%	66%	73%	62%	60%	85%	71%	73%	77%	76%	47%	69%
Apart	70%	67%	64%	90%	68%	67%	86%	65%	74%	70%	70%	47%	70%
RA	53%	48%	39%	60%	38%	35%	67%	45%	50%	51%	44%	35%	47%
RB	64%	54%	48%	61%	45%	41%	72%	52%	53%	53%	47%	46%	53%
S/C	72%	70%	66%	80%	60%	54%	82%	71%	77%	79%	83%	62%	71%
GR	55%	50%	40%	52%	41%	45%	67%	54%	54%	54%	52%	38%	50%
Alrededores	54%	37%	18%	34%	13%	16%	54%	24%	34%	37%	25%	17%	30%
Pples Dest.	55%	43%	36%	42%	29%	20%	54%	33%	34%	39%	37%	24%	37%
Cafayate	58%	47%	36%	42%	28%	21%	54%	33%	37%	38%	36%	20%	37%
Cachi	63%	46%	39%	51%	23%	20%	58%	35%	34%	47%	45%	27%	41%
Ros. Front	40%	32%	22%	34%	26%	25%	55%	31%	34%	27%	29%	23%	32%
S.A.C.	49%	37%	54%	60%	45%	17%	49%	22%	29%	52%	46%	41%	43%
Moldes	78%	65%	37%	44%	38%	15%	53%	31%	34%	50%	32%	29%	42%
Resto	25%	30%	32%	34%	28%	28%	33%	30%	27%	26%	27%	22%	28%
TNO	49%	46%	39%	54%	41%	40%	63%	49%	53%	52%	46%	32%	47%
TNO Turística	53%	48%	43%	61%	46%	45%	73%	56%	59%	61%	52%	36%	53%

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

Cuadro N°9: Tasa Neta de Ocupación de Capital según categoría

CATEGORÍA	2012	2011	2010	2009
5*	50,00%	51,50%	53%	53%
4*	60,00%	63,00%	59%	43%
3*	51,00%	58,00%	58%	40%
2*	46,00%	56,00%	52%	65%
1*	69,00%	73,10%	69%	48%
Ap	70,00%	75,90%	68%	38%
RA	47,00%	52,90%	49%	54%
RB	53,00%	58,10%	58%	51%
S/C	71,00%	63,40%	59%	38%
GR	50,00%	64,90%	56%	47%
TNO Capital	55%	59 %	58%	47%

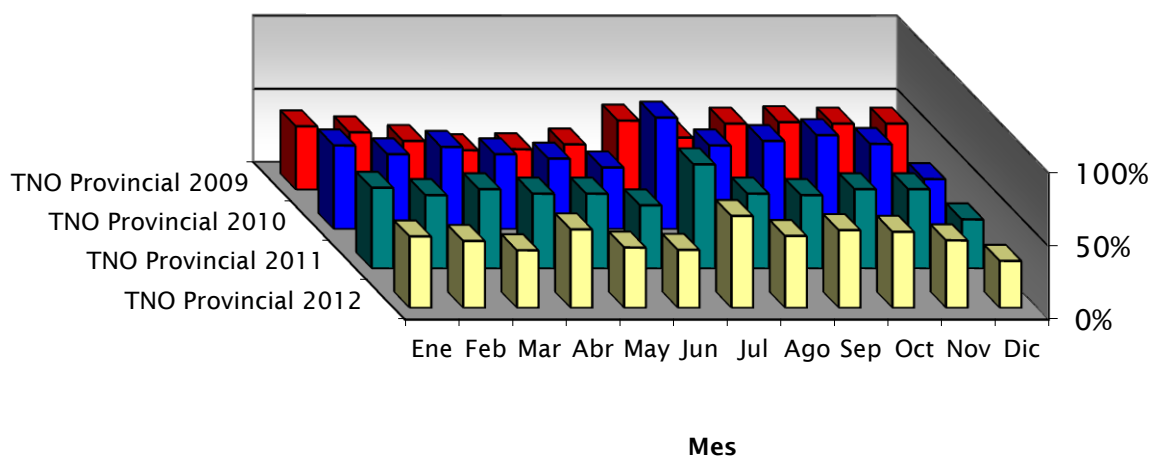
Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo – Área de Estadísticas en base al Relevamiento Hotelero Diario

Cuadro N°10: Tasa Neta de Ocupación en Alrededores y Principales Destinos

LOCALIDAD	2012	2011	2010	2009
Alrededores	30,24%	33,80%	33%	28%
San Lorenzo/ Vaqueros/ La Caldera/ San Luis/ La Silleta	30,24%	33,80%	33%	28%
Principales Destinos	37,22%	42,50%	39%	29%
Cafayate	37,40%	43,10%	39%	31%
Cachi	40,62%	40,70%	37%	29%
Ros. De la Frontera	31,55%	43,50%	44%	27%
San Antonio de los Cobres	42,51%	48,20%	54%	45%
Coronel Moldes	42,10%	38,90%	29%	26%
Resto de la provincia	28,46%	35,30%	40%	35%

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

Gráfico N° 7: Tasa de Ocupación provincial por año



2.2. Pernocte Promedio

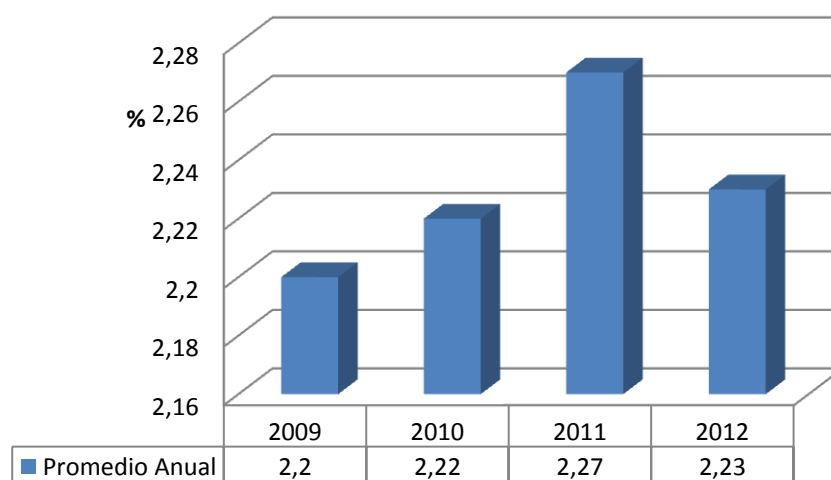
El pernocte es la cantidad promedio de noches que cada viajero permanece alojado en un establecimiento hotelero o parahotelero, fuera de su lugar de residencia habitual, en el lugar visitado. Se estima a partir de la información suministrada por los hoteles en relación a ingresos y egresos de pasajeros.

Cuadro N°11: Pernocte promedio por mes

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
Capital	2,68	2,70	2,33	2,51	2,35	2,75	2,97	2,43	2,69	2,53	2,54	2,17	2,55
5*	2,76	3,03	2,58	3,28	2,44	3,06	3,68	3,17	3,26	2,58	2,80	2,25	2,91
4*	2,97	2,67	2,23	2,59	2,43	3,00	3,22	2,73	3,12	2,76	2,63	2,17	2,71
3*	3,03	3,10	2,70	2,70	2,68	3,30	2,76	2,39	2,76	2,66	3,24	1,92	2,77
2*	2,27	2,22	2,18	2,40	2,35	2,35	2,83	2,23	2,27	2,25	2,30	1,93	2,30
1*	2,53	2,59	2,39	2,38	2,31	2,85	2,65	2,23	2,62	2,59	2,37	1,92	2,45
AP	3,61	3,78	3,05	3,16	2,81	3,38	4,14	2,87	3,34	3,27	3,13	2,70	3,27
RA	2,19	1,94	1,72	2,13	2,06	2,09	2,27	1,94	2,16	2,26	2,07	1,83	2,05
RB	2,22	2,00	2,14	2,35	2,10	2,12	2,40	2,13	2,13	2,06	2,02	1,89	2,13
GR	2,67	2,57	2,40	2,41	2,31	3,10	3,13	2,63	2,77	2,57	2,50	2,19	2,60
S/C	2,53	3,12	1,88	1,73	2,03	2,21	2,62	1,99	2,48	2,28	2,38	2,90	2,35
Alrededores	3,55	2,19	1,77	3,04	2,02	2,55	3,11	1,17	3,10	2,19	2,13	2,76	2,46
Principales destinos	1,66	1,59	1,28	1,33	1,38	1,22	1,29	1,31	1,28	1,27	1,30	1,37	1,36
CAFAYATE	1,70	1,80	1,34	1,39	1,41	1,27	1,30	1,35	1,31	1,27	1,31	1,42	1,41
CACHI	1,40	1,20	1,16	1,28	1,14	1,07	1,29	1,20	1,31	1,25	1,46	1,44	1,27
ROSARIO	1,70	1,36	1,24	1,26	1,58	1,32	1,32	1,40	1,34	1,34	1,25	1,23	1,36
MOLDES	1,80	1,45	1,16	1,20	1,19	1,01	1,20	1,35	1,25	1,54	1,33	1,19	1,31
SAC	1,05	1,35	1,41	1,62	1,72	1,36	1,65	1,03	1,01	1,17	1,08	1,24	1,31
Resto de la provincia	1,80	1,60	1,76	1,70	1,65	1,73	1,74	1,66	1,59	1,50	1,60	1,57	1,66
Pernocte Promedio en la Pcia.	2,44	2,33	2,04	2,23	2,07	2,35	2,53	2,06	2,33	2,16	2,18	1,99	2,23

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

Gráfico N° 8: Evolución anual de pernocte promedio en Salta



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

2.3. Cantidad de pernoctaciones

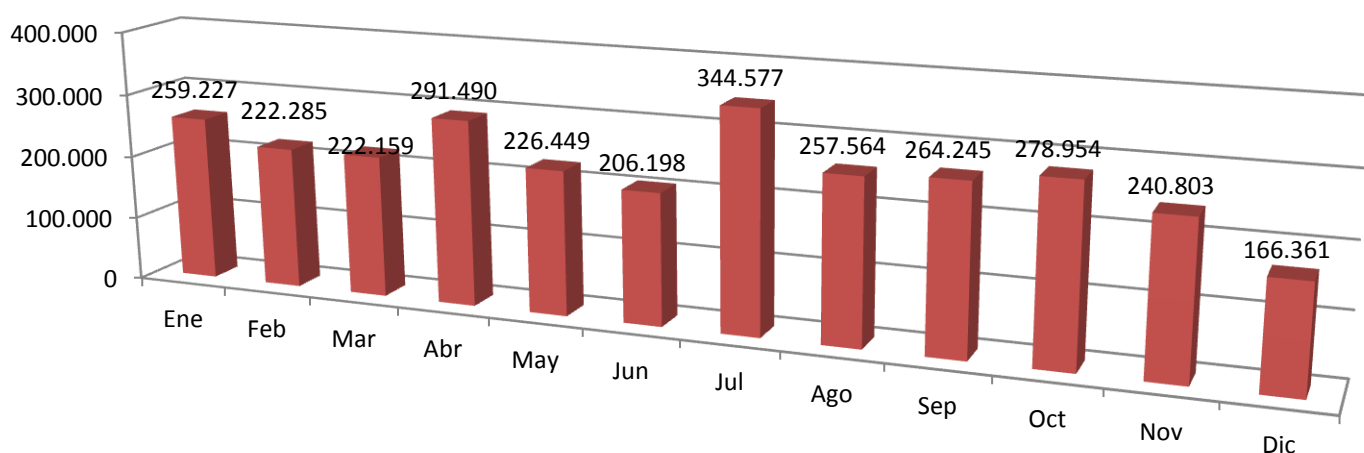
Corresponde a la cantidad de noches camas que los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros y parahoteleros.

Cuadro Nº12: Cantidad de pernoctaciones por región

Capital	2.205.658
Alrededores	118.972
Principales destinos	381.824
Resto de la provincia	273.860
Total de pernoctaciones en est. habilitados 2012	2.980.314

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

Gráfico Nº9: Evolución de Pernoctaciones Mensuales



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

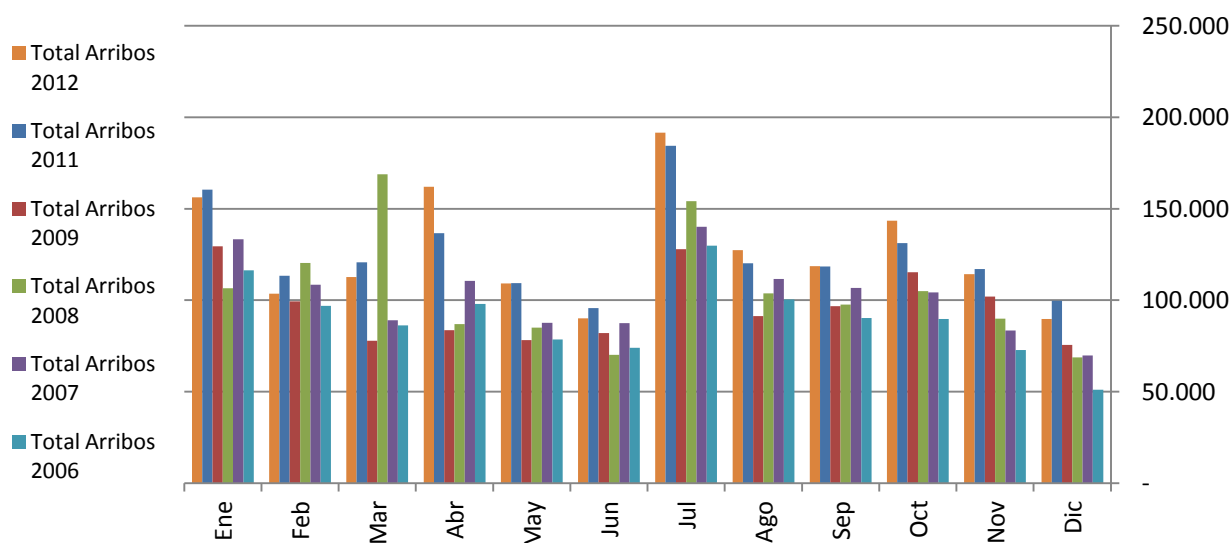
El Gráfico Nº9 representa el comportamiento que tuvo el total de las pernoctaciones en la provincia de Salta en el año 2012, en el cual se observa claramente picos por encima del valor promedio mensual (248.360 pernoctaciones) en los meses de Enero, Abril, Julio, Septiembre, Agosto y Octubre.

2.4. Arribos turísticos

Cuadro N°13: Cantidad de arribos turísticos

Localidad	2012	2011	2010	2009
Ciudad de Salta	897.318	915.254	824.430	680.519
5*	39.426	42.778	40.614	34.197
4*	108.814	110.227	100.985	87.546
3*	133.235	127.298	127.502	106.509
2*	72.592	80.483	68.124	55.593
1*	118.003	101.250	72.801	63.582
AP	58.020	66.385	61.357	41.967
RA	116.126	128.200	105.956	73.490
RB	227.657	233.442	211.637	197.545
S/C	6.841	5.347	12.184	9.103
GR	16.604	19.844	12.344	10.986
Alrededores	49.203	54.770	53.610	58.635
Principales Destinos	281.757	256.519	259.907	195.787
CAFAYATE	148.874	142.416	126.016	76.731
CACHI	43.949	36.544	29.539	27.613
ROSARIO DE LA FRONTERA	36.703	43.457	52.426	40.270
CORONEL MOLDES	37.401	23.844	42.138	43.293
SAC	4.636	4.443	3.336	2.812
IRUYA	10.194	6.284	6.280	5.067
Resto de la Provincia	164.949	155.306	219.730	129.089
Subtotal	1.393.227	1.381.850	1.357.677	1.064.030
Estimación de la cantidad de turistas que se hospedaron en casas de familiares, camping y otros	125.291	125.232	123.229	95.113
Cantidad Total de arribos	1.518.517	1.507.082	1.480.906	1.159.143

Gráfico N°10: Comparación de Arribos entre los años 2006 y 2012.



CAPITULO 3.

GASTO TURISTICO E IMPACTO ECONOMICO

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

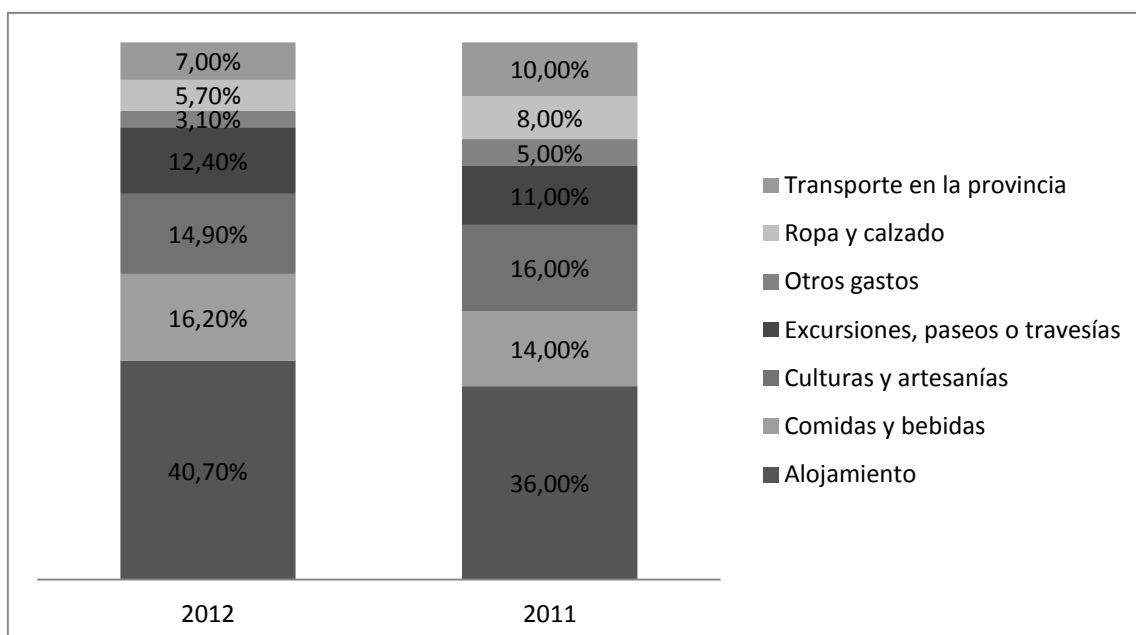
Cuadro N°14: Gasto promedio diario por turista

	jul-12	jul-11	Jul-10	jul-09
Gasto promedio diario general en \$	\$ 483	\$ 405,00	\$ 315,00	\$204,4
Gasto promedio diario general en U\$D	111,26 USD	98,06 USD	80,09 USD	53,37 USD

La siguiente tabla muestra el GPDT de Julio de 2012 por localidad y su composición:

Localidad	Gasto diario x Turista	Alojamiento	Comidas y bebidas	Culturas y artesanías	Excursiones	Otros	Ropa y calzado	Transporte
Salta Capital	\$ 485	38,2%	18,0%	16,0%	11,6%	2,8%	6,3%	7,1%
San Lorenzo	\$ 475	27,7%	26,4%	10,0%	9,4%	0,9%	17,6%	8,1%
Cachi	\$ 413	23,2%	18,8%	17,2%	26,4%	0,8%	5,0%	8,6%
S. A. de los Cobres	\$ 388	28,9%	32,7%	30,3%	0,7%	0,3%		7,0%
Rosario de la Frontera	\$ 365	47,4%	23,7%	10,7%	0,1%	5,2%	8,5%	4,5%
Cafayate	\$ 356	43,4%	19,9%	15,8%	8,7%	2,6%	4,7%	4,9%
Cnel. Moldes	\$ 341	44,8%	13,0%	11,3%	13,9%			17,0%

Gráfico N° 11: Composición del gasto según tipo de gasto. Julio 2012 vs. Julio 2011



CAPITULO 4.

PERFIL DEL TURISTA

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

4.1. Origen de los turistas

Cuadro N°15: Origen del turista por temporada

	Verano	Semana Santa	Invierno
Nacionales	82%	84%	86%
Extranjeros	18%	16%	14%

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

Cuadro N°16: Origen del turista por mes

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Nacionales	80%	81%	79%	86%	86%	90%	90%	88%	90%	85%	79%	75%	84%
Extranjeros	20%	19%	21%	14%	14%	10%	10%	12%	10%	15%	21%	25%	16%

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

Cuadro N°17: Proporción de turistas nacionales según provincia de origen.

Provincias	Verano	Semana Santa	Invierno	2012	2011
Buenos Aires y Capital Federal	42,6%	41,8%	43,4%	42,6%	36%
Tucumán	13,6%	7,8%	7,3%	9,57%	11%
Salta	9,7%	5,7%	3,3%	6,23%	10%
Córdoba	7,8%	11,6%	11,9%	10,43%	9%
Santa Fe	5,3%	7,9%	8,5%	7,23%	7%
Mendoza	1,1%	2,1%	5,1%	2,77%	3%
Chaco	3,1%	4,9%	2,8%	3,60%	3%
Entre Ríos	1,1%	2,1%	2,5%	1,9%	3%
Jujuy	3,4%	3%	2,1%	2,83%	3%
Corrientes	1,1%	2,6%	2%	1,9%	2%
Santiago del Estero	2,6%	1,7%	1,8%	2,03%	1%
Catamarca	2,2%	1,4%	1,1%	1,57%	1%
Formosa	1,4%	1,4%	1,5%	1,43%	1%
Misiones	1,2%	2,1%	1,9%	1,73%	1%
San Juan	1,2%	1,6%	1,8%	1,53%	1%
Santa Cruz	1,5%	1,2%	1,6%	1,43%	1%
San Luis	1,1%	1,1%	1,4%	1,2%	1%

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

Cuadro N°16: Proporción de turistas extranjeros según país de origen

Países	Verano	Semana Santa	Invierno	2012	2011
Francia	8,40%	12,10%	13,10%	11,20%	13%
Chile	16,50%	-	5,20%	10,85%	9%
Bolivia	12,00%	9,20%	8,70%	9,97%	10%
Alemania	7,50%	8,50%	6,70%	7,57%	6%
España	3,60%	6,40%	11,50%	7,17%	6%
Uruguay	4,20%	12,80%	3,60%	6,87%	2%
EEUU	4,80%	5,70%	9,50%	6,67%	7%
México	-	-	6,00%	6,00%	2%
Brasil	6,00%	2,80%	6,30%	5,03%	5%
Holanda	6,00%	2,80%	3,60%	4,13%	2%
Australia	5,40%	2,80%	-	4,10%	1%
Italia	-	5,00%	2,80%	3,90%	2%
Inglaterra	5,10%	3,50%	2,80%	3,80%	5%
Suiza	3,60%	2,80%	2,80%	3,07%	2%
Perú	3,00%	-	-	3,00%	1%
Colombia	3,00%	-	-	3,00%	0%
Dinamarca	-	2,80%	-	2,80%	0%
Canadá	-	3,50%	2,00%	2,75%	4%
Bélgica	1,80%	2,10%	3,60%	2,50%	1%
Paraguay	2,10%	2,80%	-	2,45%	6%
Rep. Checa	-	-	2,00%	2,00%	0%
Otros Países	6,90%	14,20%	9,90%	10,33%	0%
General	18,50%	15,70%	14,00%	16%	15%

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

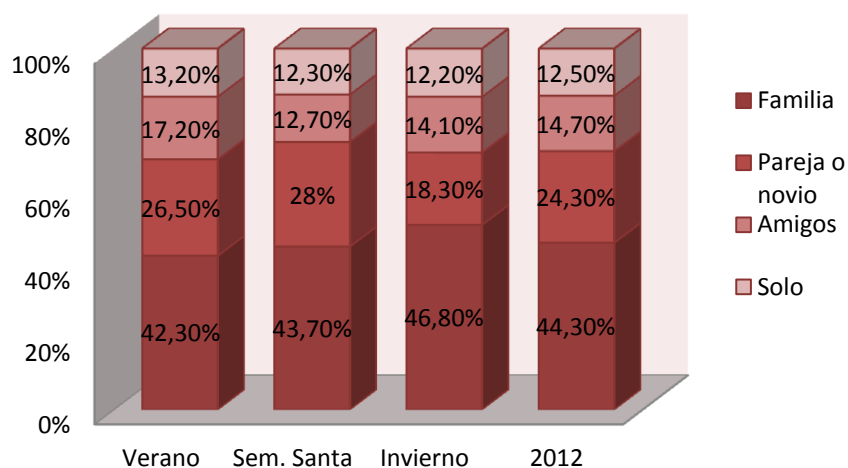
4.2. Edades

Cuadro N°17: Distribución por edades según temporada

Edad	Verano	Sem. Santa	Invierno	2012	2011
De 18 a 24	20,3%	11,2%	10%	13,8%	12,9%
De 25 a 45	49,7%	45,6%	44,7%	46,6%	48,3%
De 46 a 60	22,3%	30%	37,3%	29,9%	31,7%
Más de 60	7,7%	13,2%	8%	9,6%	7,1%

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

Gráfico N° 12: Distribución por edades según temporada



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

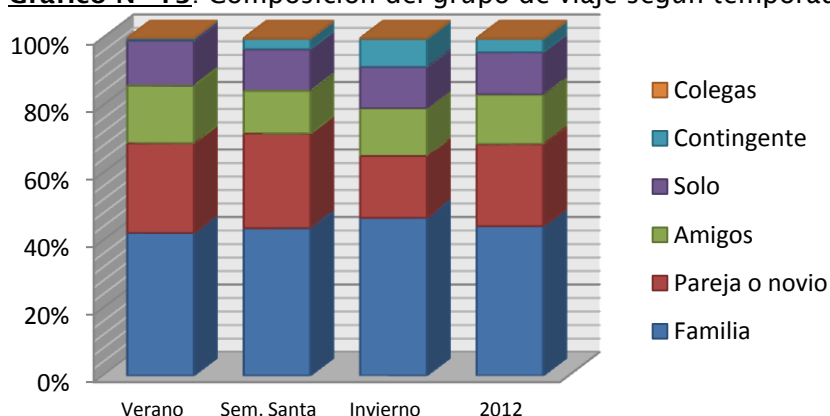
4.4. Tipo del Grupo del Viaje

Cuadro N°18: Composición del grupo de viaje según temporada

Acompañante	Verano	Sem. Santa	Invierno	2012	2011
Familia	42,3%	43,7%	46,8%	44,3%	42,4%
Pareja o novio	26,5%	28%	18,3%	24,3%	22,5%
Amigos	17,2%	12,7%	14,1%	14,7%	14,5%
Solo	13,2%	12,3%	12,2%	12,5%	11,5%
Contingente	0,7%	3,1%	8,3%	4%	8,1%
Colegas	0,1%	0,2%	0,3%	0,2%	1,0%

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

Gráfico N° 13: Composición del grupo de viaje según temporada



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

Cuadro Nº19: Lo mejor de Salta*

	Verano	Semana Santa	Invierno	General
Relacionados a la naturaleza	44,9%	37%	31,8%	37,9%
Relacionados al patrimonio arquitectónico y cultural	31,2%	37,3%	41,4	36,6%
Relacionados a la tranquilidad, amabilidad & hospitalidad	31,6%	30,7%	32,7%	31,7%
Todo	8,9%	13,5%	17,4%	13,3%
Relacionados a la noche, folklore y gastronomía	8,5%	11,4%	10,7	10,2%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados.

CAPITULO 5.

PERFIL DEL TURISTA – Por localidades

Las siguientes características de los turistas que pernoctan en localidades de la Provincia, son resultados de las encuestas realizadas en la vía pública durante el 2012, en la siguiente proporción:

	Verano	Semana Santa	Julio	Total Año
Salta	1.103	836	1.227	3.166
Cafayate	375	-	176	551
Cachi	70	64	95	229
Coronel Moldes	44	-	105	149
Metán	36	-	-	36
Rosario de la Frontera	51	-	100	151
San Antonio de los Cobres	22	-	70	92
San Carlos	31	-	-	31
San Lorenzo	65	-	25	90
Total	1.797	900	1.798	4.495

SALTA CAPITAL

5.1. Origen

Cuadro N°20: Proporción de turistas nacionales según provincia de origen en Salta Capital

Provincia	Verano	Semana Santa	Julio	General
Buenos Aires	30,4%	23,9%	27,6%	27,30%
Córdoba	8,7%	11,9%	16,6%	12,40%
Santa Fe	5,5%	8,1%	7%	6,87%
Tucumán	13,1%	7,8%	8%	9,63%
Capital Federal	16,6%	19%	9,5%	15,03%
Salta	5%	3,1%	1,8%	3,30%
Mendoza	2,1%	2,1%	6,1%	3,43%
Entre Ríos	1,1%	2%	2,4%	1,83%
Chaco	3%	5,3%	3,4%	3,90%
Jujuy	2,7%	3,1%	2,3%	2,70%
Corrientes	0,5%	2,8%	2,4%	1,90%
Misiones	1,6%	1%	2,2%	1,60%
Catamarca	1,7%	1,1%	1,2%	1,33%
Santiago del Estero	1,4%	1,7%	0,8%	1,30%
Formosa	1,7%	0,2%	0,9%	0,93%
San Juan	0,9%	1,7%	1%	1,20%
Santa Cruz	1,6%	0,1%	0,5%	0,73%
La Rioja	1,2%	1,1%	0,8%	1,03%
Río Negro	0,2	0,1%	0,4%	0,23%
La Pampa	0,2	0,2%	1,8%	0,73%
Chubut	0,1	0,2%	0,8%	0,37%
Neuquén	0,1%	0,2%	0,8%	0,37%
San Luis	0,3	1%	1,3%	0,87%
Tierra del Fuego	0,2%	0,1%	0,7%	0,33%

Cuadro N°21: Proporción de turistas extranjeros según país de origen en Salta Capital

País	Verano	Semana Santa	Julio	General
Francia	8,70%	11,40%	14,50%	11,53%
Bolivia	13,50%	9,80%	9,10%	10,80%
Chile	18,70%	-	4,80%	7,83%
Alemania	7,40%	7,60%	6,70%	7,23%
Uruguay	2,60%	12,10%	5,50%	6,73%
España	2,60%	6,80%	10,30%	6,57%
Uruguay	-	12,10%	5,50%	5,87%
EEUU	4,30%	6,10%	6,10%	5,50%
Inglaterra	6,10%	3,80%	4,20%	4,70%
Holanda	7%	3%	2,40%	4,13%
Brasil	4,80%	3%	3,60%	3,80%
Suiza	1,70%	3%	4,20%	2,97%
Australia	5,70%	3%	-	2,90%
Bélgica	1,70%	2,30%	4,20%	2,73%
Italia	0,40%	3,80%	3%	2,40%
Canadá	-	3,80%	2,40%	2,07%
Paraguay	3%	3%	0	2,00%
Colombia	3,90%	-	0	1,30%
México	-	-	2,40%	0,80%
Rusia	-	-	2,40%	0,80%
Rusia	-	-	2,40%	0,80%
República Checa	-	-	2,40%	0,80%
Dinamarca	-	2,30%	-	0,77%
Perú	2,20%	-	-	0,73%
Israel	-	-	1,20%	0,40%
Irlanda	0,90%	-	-	0,30%
Otros Países	4,80%	15,20%	7,30%	9,10%

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

Cuadro N°22: Composición del grupo de viaje según temporada en Salta Capital

Grupo	Verano	Semana Santa	Julio	General
Familia	40,9%	44,1%	50%	45%
Pareja o novio	25,4%	27,9%	24,2%	25,8%
Amigos	17,8%	11,5%	13,4%	14,2%
Solo	15,1%	12,9%	6,2%	11,4%
Contingente	0,5%	3,3%	5,6%	3,1%
Colegas	0,2%	0,2%	0,5%	0,3%
Ns/Nc	0,1%	-	-	0,03%

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

Cuadro N°23: Motivo principal de viaje

	Verano	Semana Santa	Julio	General
Ocio, esparcimiento o recreación	88,5%	84,7%	86,5%	87%
Visitas a familiares o amigos	8,5%	6,6%	7,6%	7,6%
Motivos religiosos	-	2,3%	1,7%	2,0%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	1,5%	1,9%	1,6%	1,7%
Participación en eventos	0,1%	2,4%	0,7%	1,1%
Salud	0,9%	1,1%	0,3%	0,8%
Estudio	0,1%	1%	0,7%	0,60%
Belleza, bienestar	-	-	0,1%	0,03%

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

Cuadro N°24: Actividades realizadas

	Verano	Semana Santa	Julio	General
Culturales				
Peñas folclóricas	80,2%	79,6%	79,4%	79,7%
Visitas a museos o Iglesias	56,9%	55,2%	67,8%	60%
Ferias o exposición de artesanías	54,5%	53,2%	62,3%	56,7%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	8,2%	1%	1,1%	3,4%
Turismo de aventura				
Treking	1,9%	2,2%	0,4%	2%
Rafting	0,6%	0,7%	0,2%	0,5%
Cabalgata	1,1%	1,2%	0,6%	1%
Travesías en 4*4	0,3%	1,1%	-	0,7%
Otra actividad de turismo alternativo	3%	2,2%	3,9%	3%
Experiencias vinculadas al mundo del vino	4,2%	8%	8%	6,7%
Observación de aves	0,8%	0,4%	-	0,4%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°25: Medio de transporte empleado para llegar al destino

	Verano	Semana Santa	Julio	General
Automóvil particular	32,8%	38,9%	51,8%	41,2%
Ómnibus de línea regular	44,2%	34,8%	21%	33%
Transporte aéreo	20,6%	21,5%	19%	20%
Ómnibus alquilado	0,7%	2,9%	6,8%	3,5%
Automóvil alquilado	0,5%	1%	0,7%	0,7%
Otros	1,2%	1%	0,7%	1%

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

5.2. Fidelidad y percepción del destino

Cuadro N°26: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

	Verano	Semana Santa	Julio	General
Si	48,3%	48,2%	49,8%	48,8%
No	51,7%	51,8	50,2%	51,2

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

Cuadro N°27: Percepción de los turistas de Salta Capital

Satisfacción	Verano	Semana Santa	Julio	General
Satisfacción general	1,56	1,67	1,56	1,60
Satisfacción de Precios	2,94	2,93	2,93	2,93

General: 1 Muy Buena; 2 Buena; 3 Regular

Precios: 1 Muy Barato; 2 Barato; 3 Caro; 4 Muy Caro

Cuadro N°28: Porcentaje de turistas según percepción sobre Lo mejor de la Localidad

Lo mejor	Verano	Semana Santa	Julio	General
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	40,8%	35,9%	32%	36%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	28,3%	29%	32,9%	30%
Casco histórico / arquitectura / edificios	26,5%	27,3%	36,1%	30%
Todo	10,4%	14,6%	11,9%	12%
Cultura/ museos	6%	7,1%	8,3%	7%
Ofertas turísticas, eventos	8,3%	6,3%	7%	7%
Peñas folklóricas / Pub	1,6%	2,2%	2,6%	2%
Infraestructura	4,4%	3,1%	1,8%	3%
Calidad de los servicios	1%	2,3%	0,9%	1%
Limpieza	3,5%	1%	3,3%	3%
Lugares Turísticos	1,6%	1,4%	2%	2%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

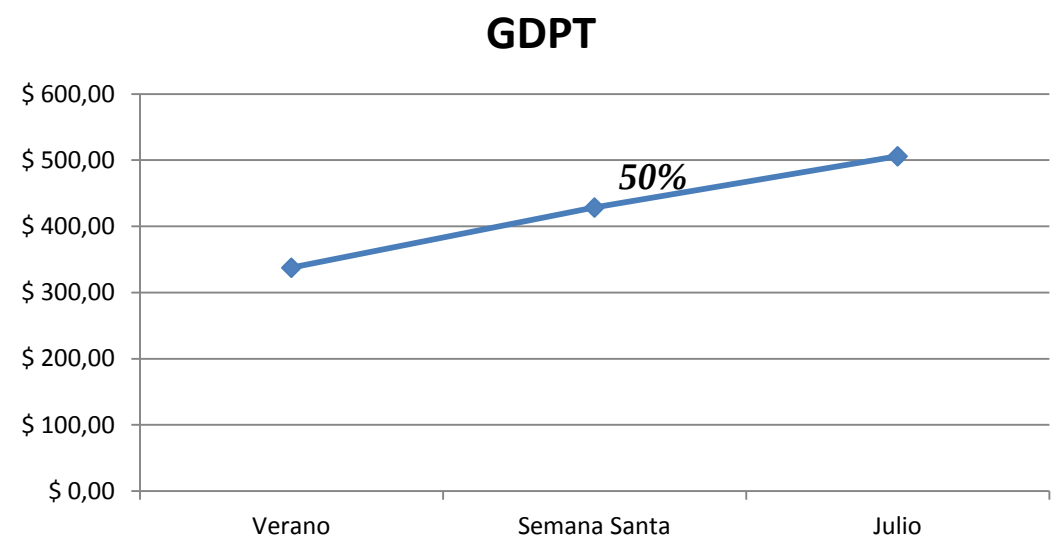
Cuadro N°29: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

Lo que Cambiaría	Verano	Semana Santa	Julio	General
Tránsito	20,90%	22,00%	20,30%	21,07%
Limpieza	18,70%	17,80%	16,10%	17,53%
Infraestructura y mantenimiento	15,00%	14,70%	12,90%	14,20%
Oferta turística	11,70%	13,20%	15,80%	13,57%
Calidad de servicios /calidad de atención	12,00%	13,90%	11,50%	12,47%
Información Turística	12,00%	9,80%	8,40%	10,07%
Señalizar	8,50%	10,80%	9,50%	9,60%
Precios	9,30%	7,10%	9,30%	8,57%
Nada	1,30%	0,50%	7,50%	3,10%
Servicios de transporte	2,20%	2,00%	0,50%	1,57%
Rutas y caminos	0,70%	0,70%	2,60%	1,33%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Gasto	Verano	Semana Santa	Julio
GDPT	\$ 337,60	\$ 428,56	\$ 505,96



VALLES CALCHAQUIES

Cafayate

5.3. Origen

Cuadro N°30: Proporción de turistas nacionales según provincia de origen en Cafayate

Provincia	Verano	Julio	General
Buenos Aires	20,60%	44,20%	32,40%
Tucumán	19,40%	11,70%	15,55%
Capital Federal	13,00%	10,40%	11,70%
Salta	16,50%	3,90%	10,20%
Santa Fe	5,10%	14,30%	9,70%
Mendoza	-	5,20%	5,20%
Santiago del Estero	4,10%	-	4,10%
Chaco	3,80%	-	3,80%
Córdoba	3,20%	-	3,20%
Jujuy	3,20%	-	3,20%
Catamarca	4,10%	1,90%	3,00%
Corrientes	-	1,30%	1,30%
Santa Cruz	1,30%	-	1,30%
La Rioja	-	1,30%	1,30%
Entre Ríos	1,00%	1,30%	1,15%
Misiones	1,00%	1,30%	1,15%
Formosa	0,30%	1,90%	1,10%
La Pampa	-	0,60%	0,60%
Otras Provincias	3,5%	0,6%	2,05%

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

Cuadro N°31: Composición del grupo de viaje según temporada en Cafayate

Grupo	Verano	Julio	General
Familia	46,7%	53,4%	50,1%
Pareja o novio	25,6%	21,6%	23,6%
Amigos	20%	13,1%	16,5%
Solo	6,4%	7,4%	6,9%
Contingente	1,3%	4%	2,3%
Colegas	-	0,6%	0,6%

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

Cuadro N°32: Motivo principal de viaje

Motivo	Verano	Julio	General
Ocio, esparcimiento o recreación	93,60%	85,80%	89,70%
Visitas a familiares o amigos	4,30%	10,20%	7,25%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	1,30%	1,10%	1,20%
Participación en eventos	0,30%	1,10%	0,70%
Belleza, bienestar	-	0,60%	0,60%
Estudio	0,30%	0,60%	0,45%
Salud	0,30%	-	0,30%

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

Cuadro N°33: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en Cafayate

Actividades	Verano	Julio	General
Culturales			
Visitas a museos o Iglesias	81,50%	81,60%	81,55%
Ferias o exposición de artesanías	62,10%	86,80%	74,45%
Peñas folclóricas	36,00%	46,00%	41,00%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	24,00%	0,60%	12,30%
Turismo de aventura			
Treking	3,5%	0,6%	2,1%
Rafting	-	-	-
Cabalgata	1,4%	1,1%	1,25%
Travesías en 4*4	0,3%	-	0,3%
Otra actividad de turismo alternativo	5,4%	2,9%	4,15%
Experiencias vinculadas al mundo del vino	58%	46%	52%
Observación de aves	0,5%	-	0,5%
Turismo rural	4,4%	-	4,4%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°34: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

Medio de transporte	Verano	Julio	General
Automóvil particular	49,1%	60,2%	54,65%
Ómnibus de línea regular	38,4%	21%	29,7%
Automóvil alquilado	0,5%	1,1%	0,8%
Transporte aéreo	6,9%	10,2%	8,55%
Ómnibus alquilado	1,6%	5,7%	3,75%
Otro	3,4%	0,6%	2,55%

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

5.4. Fidelidad y percepción de Cafayate

Cuadro N°35: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

Fidelidad	Verano	Julio	General
Si	56,8%	63,1%	59,95%
No	43,2%	36,9%	40,05%

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

Cuadro N°36: Percepción de los turistas de Salta Capital

Satisfacción	Verano	Julio	General
Satisfacción general	1,50	1,55	1,53
Satisfacción de Precios	3,04	3	3,02

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

General: 1 Muy Buena; 2 Buena; 3 Regular

Precios: 1 Muy Barato; 2 Barato; 3 Caro; 4 Muy Caro

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

Lo mejor	Verano	Julio	General
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	49,70%	28,00%	38,85%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	37,20%	22,60%	29,90%
Todo	10,40%	39,00%	24,70%
Casco histórico / arquitectura / edificios	17,90%	17,70%	17,80%
Ofertas turísticas, eventos	8,30%	2,40%	5,35%
Cultura/ museos	6,00%	2,40%	4,20%
Limpieza	3,50%	3,70%	3,60%
Infraestructura	4,40%	0,60%	2,50%
Lugares Turísticos	1,60%	1,80%	1,70%
Peñas folklóricas / Pub	1,60%	1,80%	1,70%
Calidad de los servicios	1,00%	0,60%	0,80%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

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

Lo que Cambiaría	Verano	Julio	General
Oferta turística	20,50%	20,00%	20%
Precios	26,80%	13,30%	20,05%
Infraestructura y mantenimiento	21,00%	10,00%	15,50%
Calidad de servicios /calidad de atención	11,20%	13,30%	12,25%
Tránsito	5,90%	16,70%	11,30%
Limpieza	13,20%	8,30%	10,75%
Señalizar	8,80%	11,70%	10,25%
Nada	-	10,00%	10,00%
Información Turística	11,20%	8,30%	9,75%
Rutas y caminos	0,50%	3,30%	1,90%
Servicios de transporte	-	1,70%	1,70%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Gasto	Verano	Julio
GDPT	\$ 301,65	\$ 339,35

Cachi:

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

Grupo	Verano	Semana Santa	Julio	General
Familia	24,3%	37,5%	41,1%	34,3%
Pareja o novio	44,3%	29,7%	44,3%	39,4%
Amigos	24,3%	28,1%	24,3%	25,6%
Solo	7,1%	4,7%	7,1%	6,3%

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

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

Actividades	Verano	Semana Salta	Julio	General
Cultutales				
Peñas folclóricas	44,3%	36,5%	25%	35,3%
Visitas a museos o Iglesias	87,1%	79,4%	92,4%	86%
Ferias o exposición de artesanías	84,3%	73%	90,2%	83%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	2,9%	-	-	2,9%
Turismo de aventura				
Treking	51,4%	3,2%	3,3%	19%
Rafting	1,4%	-	-	1,4%
Cabalgata	21,4%	-	-	21,4%
Travesías en 4*4	2,9%	-	1,1%	2%
Otra actividad de turismo alternativo	17,1%	9,5%	-	13%
Experiencias vinculadas al mundo del vino	4,3%	6,3%	10,9%	7,2%
Observación de aves	1,4%	1,6%	-	1%
Turismo rural	-	12,7%	-	12,7%
Caminar por el pueblo	100%	100%	-	100%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

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

Medio de transporte	Verano	Semana Santa	Julio	General
Automóvil particular	38,6%	62,5%	49,5%	50,2%
Ómnibus de línea regular	44,3%	17,2%	8,4%	23%
Ómnibus alquilado	-	4,7%	29,5%	17%
Automóvil alquilado	-	12,5%	4,2%	8,4%
Transporte aéreo	11,4%	1,6%	5,3%	6,1%
Otro	5,7%	1,6%	3,2%	3,5%

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

5.2. Fidelidad y percepción de Cachi

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

Fidelidad	Verano	Semana Santa	Julio	General
Si	47,1%	39,1%	35,8%	40,7%
No	52,9%	60,9%	64,2%	59,3%

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

Cuadro N°43: Percepción de los turistas de Cachi

Satisfacción	Verano	Semana Santa	Julio	General
Satisfacción general	1,57	1,64	1,4	1,54
Satisfacción de Precios	2,84	3,08	3,04	2,99

General: 1 Muy Buena; 2 Buena; 3 Regular

Precios: 1 Muy Barato; 2 Barato; 3 Caro; 4 Muy Caro

Cuadro N°44: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

Lo mejor	Verano	Semana Santa	Julio	General
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	72,5%	50%	56,8%	60%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	23,2%	51,6%	24,7%	33%
Todo	2,9%	-	3,7%	3%
Casco histórico / arquitectura / edificios	15,9%	25%	22,2%	21%
Ofertas turísticas, eventos	2,9%	1,6%	9,9%	5%
Limpieza	2,9%	1%	-	2%
Cultura/ museos	4,3%	7,1%	7,4%	6%
Infraestructura	4,3%	3,1%	3,7%	4%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°45: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

Lo que cambiaría	Verano	Semana Santa	Julio	General
Precios	6,70%	7,10%	16,70%	10,17%
Tránsito	-	22,00%	-	22,00%
Limpieza	11,10%	17,80%	27,80%	18,90%
Rutas y caminos	35,60%	0,70%	-	18,15%
Oferta turística	17,80%	13,20%	11,10%	14,03%
Señalizar	22,20%	10,80%	5,60%	12,87%
Infraestructura y mantenimiento	8,90%	14,70%	11,10%	11,57%
Calidad de servicios /calidad de atención	2,20%	13,90%	16,70%	10,93%
Información Turística	11,10%	9,80%	11,10%	10,67%
Servicios de transporte	4,40%	2,00%	-	3,20%
Nada	-	0,50%	-	0,50%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Gasto	Verano	Semana Santa	Julio
GDPT	\$ 192,58	\$ 273,58	\$ 432,26

PUNA

San Antonio de los Cobres

Cuadro N°46: Composición del grupo de viaje según temporada en San Antonio de los Cobres

Grupo	Verano	Julio	General
Contingente	-	5,7%	5,7%
Familia	13,6%	44,3%	29%
Pareja o novio	31,8%	30%	31%
Amigos	18,2%	12,9%	12,55%
Solo	36,4%	7,1%	21,75%
Colegas	-	-	-

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

Cuadro N°47: Motivo principal de viaje

Motivo	Verano	Julio	General
Ocio, esparcimiento o recreación	100%	94,3%	97,15%
Participación en eventos	-	1,4%	0,7%
Visitas a familiares o amigos	-	2,9%	1,45%
Belleza, bienestar	-	1,4%	0,7%

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

Cuadro N°48: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en la Localidad

Actividades	Verano	Julio	General
Cultutales			
Peñas folclóricas	4,8%	4,5%	4,65%
Visitas a museos o Iglesias	9,5%	61,2%	35,35%
Ferias o exposición de artesanías	-	58,2%	30%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	-	-	-
Turismo de aventura			
Trekking	4,8%	1,5%	3,15%
Cabalgata	-	-	-
Otra actividad de turismo alternativo	-	-	-
Caminar por el pueblo	100%	64,2%	82,1%
Tren a las Nubes	32%	35,8%	33,9%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°49: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

Medio de transporte	Verano	Julio	General
Automóvil particular	18,2%	58,6%	38,4%
Ómnibus de línea regular	54,5%	17,1%	35,8%
Transporte aéreo	22,7%	12,9%	17,8%
Ómnibus alquilado	-	10%	5%
Automóvil alquilado	-	1,4%	0,7%
Otros	4,5%		2,3%

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

5.2. Fidelidad y percepción de San Antonio de los Cobres

Cuadro N°50: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

Fidelidad	Verano	Julio	General
Si	22,7%	48,6%	35,7%
No	77,3%	51,4%	64,3%

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

Cuadro N°51: Percepción de los turistas de San Antonio de los Cobres

Satisfacción	Verano	Julio	General
Satisfacción general	2,02	1,63	1,83%
Satisfacción de Precios	2,75	2,98	2,87%

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

General: 1 Muy Buena; 2 Buena; 3 Regular

Precios: 1 Muy Barato; 2 Barato; 3 Caro; 4 Muy Caro

Cuadro N°52: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

Lo mejor	Verano	Julio	General
Todo	4,8%	51,6%	28,2%
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	52,4%	15,6%	34%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	28,6%	21,9%	25,3%
Casco histórico / arquitectura / edificios	-	4,7%	2,4%
Cultura/ museos	-	9,4%	4,7%
Ofertas turísticas, eventos	-	3,1%	1,6%
Infraestructura	14,3%	-	7,2%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°53: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

Lo que Cambiaría	Verano	Julio	General
Rutas y caminos	-	12%	6%
Precios	-	16%	8%
Calidad de servicios /calidad de atención	-	32%	16%
Limpieza	-	8%	4%
Información Turística	28,6%	12%	20%
Señalizar	-		-
Oferta turística	57,1%		28%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Gasto	Verano	Julio
GPDT	\$ 252, 18	\$ 370,06

VALLE DE LERMA

Coronel Moldes

Cuadro N°54: Composición del grupo de viaje según temporada en la Localidad

Grupo	Verano	Julio	General
Contingente	-	6,7%	3,35%
Familia	56,8%	52,4%	54,6%
Pareja o novio	22,7%	15,2%	18,95%
Amigos	13,6%	13,3%	13,45%
Solo	6,8%	10,5%	8,65%
Colegas	-	1,9%	1%

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

Cuadro N°55: Motivo principal de viaje

Motivo	Verano	Julio	General
Ocio, esparcimiento o recreación	90,9%	91,4%	91,15%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	-	1%	0,5%
Visitas a familiares o amigos	9,1%	2,9%	5,85%
Participación en eventos	-	1,9%	1%
Motivos religiosos	-	1,9%	1%
Estaba de Paso	-	1%	0,5%

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

Cuadro N°56: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en Coronel Moldes

Actividades	Verano	Julio	General
Culturales			
Peñas folclóricas	16,7%	72,1%	44,4%
Visitas a museos o Iglesias	26,2%	81,7	54%
Ferias o exposición de artesanías	21,4%	63,5%	42,45%
Turismo de aventura			
Trekking	7,1%	1%	4%
Cabalgata	31%	2,9%	17%
Otra actividad de turismo alternativo	42,9%	2,9%	22,9%
Observación de aves	4,8%	-	2,4%
Caminar por el pueblo	76,2%	92,3%	84,25%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°57: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

Medio de transporte	Verano	Julio	General
Automóvil particular	61,4%	49,5%	55,45%
Ómnibus de línea regular	29,5%	22,9%	26,2%
Transporte aéreo	9,1%	18,1%	13,55%
Ómnibus alquilado	-	7,6%	3,8%
Automóvil alquilado	-	1,9%	1%

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

Cuadro N°58: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

Fidelidad	Verano	Julio	General
Si	38,6%	43,8%	41,2%
No	61,4%	56,2%	58,8%

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

Cuadro N°59: Percepción de los turistas de Coronel Moldes

Satisfacción	Verano	Julio	General
Satisfacción general	1,85	1,58	1,72
Satisfacción de Precios	3,07	2,96	3,02

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

General: 1 Muy Buena; 2 Buena; 3 Regular

Precios: 1 Muy Barato; 2 Barato; 3 Caro; 4 Muy Caro

Cuadro N°60: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

Lo mejor	Verano	Julio	General
Todo	7%	10%	8,5%
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	65,1%	43,3%	54,2%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	23,3%	31,1%	27,2%
Casco histórico / arquitectura / edificios	2,3%	34,4%	18,4%
Cultura/ museos	2,3%	14,4%	8,35%
Lugares turísticos	18,6%	4,4%	11,5%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°61: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

Lo que Cambiaría	Verano	Julio	General
Rutas y caminos	-	4,3%	2,2%
Precios	25%	10,6%	17,8%
Calidad de servicios /calidad de atención	-	21,3%	10,7%
Oferta turística	25%	21,3%	23,2%
Información Turística	6,3%	2,1%	4,2%
Señalizar	25%	10,6%	17,8%
Tránsito	18,8%	14,9%	16,85%
Limpieza	6,3%	27,7%	17%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Gasto	Verano	Julio
GPDT	\$ 322,40	\$ 475,82

SUR HISTORICO

Rosario de la Frontera

Cuadro N°62: Composición del grupo de viaje según temporada en la Localidad

Grupo	Verano	Julio	General
Contingente	-	11%	5,5%
Familia	49%	59%	54
Pareja o novio	33,3%	14%	23,65%
Amigos	3,9%	7%	5,5%
Solo	13,7%	9%	11,35%
Colegas	-	-	-

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

Cuadro N°63: Motivo principal de viaje

Motivo	Verano	Julio	General
Ocio, esparcimiento o recreación	78,4%	87%	82,6%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	2%	3%	2,5%
Visitas a familiares o amigos	2%	6%	4%
Salud	2%	2%	2%
Belleza, bienestar	15,7%	1%	8,4%
Otros	-	1%	0,5%

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

Cuadro N°64: Porcentaje de turistas según actividades realizadas o a realizar en Rosario de la Frontera

Actividades	Verano	Julio	General
Culturales			
Peñas folclóricas	-	25,8%	12,9%
Visitas a museos o Iglesias	26,1%	51,7%	38,8%
Ferias o exposición de artesanías	13%	20,2%	16,6%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	-	-	-
Turismo de aventura			
Trekking	6,5%	-	3,25%
Cabalgata	2,2%	-	1,1%
Otra actividad de turismo alternativo	-	7,9%	4%
Observación de aves	-	-	-
Caminar por el pueblo o ciudad	82,6%	94,4%	88,5%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°65: Porcentaje de turistas según medio de ingreso a la Provincia

Medio de transporte	Verano	Julio	General
Automóvil particular	54,9%	53%	54%
Ómnibus de línea regular	37,3%	23%	30,1%
Transporte aéreo	7,8%	5%	6,4%
Ómnibus alquilado	-	19%	9,5%

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

Cuadro N°66: Porcentaje de turistas según fidelidad con la Provincia

Fidelidad	Verano	Julio	General
Si	58,8%	51%	54,9%
No	41,2%	49%	45,1%

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

Cuadro N°67: Percepción de los turistas de Rosario de la Frontera

Satisfacción	Verano	Julio	General
Satisfacción general	2,07	1,72	1,90
Satisfacción de Precios	3,01	2,78	2,90

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

General: 1 Muy Buena; 2 Buena; 3 Regular

Precios: 1 Muy Barato; 2 Barato; 3 Caro; 4 Muy Caro

Cuadro N°68: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo mejor de la Localidad

Lo mejor	Verano	Julio	General
Todo	8,5%	15,8%	12,15%
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	51,5%	38,9%	45,2%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	46,8%	28,4%	75,2%
Casco histórico / arquitectura / edificios	8,5%	25,3%	16,9%
Ofertas turísticas, eventos	6,4%	13,7%	10%
Cultura/ museos	-	4,2%	2,1%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Cuadro N°69: Porcentaje de turistas según percepción sobre lo que se debería mejorar en la Localidad

Lo que Cambiaría	Verano	Julio	General
Rutas y caminos	-	3,4%	1,7%
Infraestructura y mantenimiento	39,3%	20,3%	29,8%
Calidad de servicios /calidad de atención	10,7%	11,9%	11,3%
Oferta turística	10%	22%	16%
Información Turística	14,3%	16,9%	15,6%
Señalizar	17,9%	3,4%	10,7%

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

*Respuesta múltiple: % en base a encuestados

Gasto	Verano	Julio
GPDT	\$ 277,46	\$ 444,08

CAPITULO 6.

CUADROS ADICIONALES SOBRE EL PERFIL DEL TURISTA DE RESIDENCIA EN EL EXTRANJERO

Nota: Se toman los países de mayor participación en la encuesta a Turistas en la vía pública de la Temporadas 2012

Verano

Cuadro N°70: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según Tiempo de ingreso a la Localidad

	Residencia habitual - País						Total
	Bolivia	Chile	Brasil	Francia	Alemania	Holanda	
Dos noches y una semana	53,80%	42,90%	35,00%	53,60%	44,00%	42,10%	46,10%
Un día y una noche	38,50%	40,80%	60,00%	42,90%	36,00%	47,40%	42,80%
Una semana a un mes	7,70%	16,30%	5,00%	3,60%	16,00%	10,50%	10,60%
Más de un mes					4,00%		0,60%

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

Cuadro N°71: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según organización grupo de viaje

¿Con quién viaja?	Residencia habitual- País						Total
	Bolivia	Chile	Brasil	Francia	Alemania	Holanda	
Familia	51,30%	67,30%	30,00%	32,10%	28,00%	21,10%	43,90%
Amigos	28,20%	16,30%	30,00%	42,90%	20,00%	15,80%	25,00%
Pareja o novio	17,90%	12,20%	10,00%	17,90%	32,00%	36,80%	19,40%
Solo	2,60%	4,10%	25,00%	7,10%	20,00%	26,30%	11,10%
Contingente			5,00%				0,60%

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

Cuadro N°72: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según motivo principal del viaje

	Residencia habitual- País						Total
	Bolivia	Chile	Brasil	Francia	Alemania	Holanda	
Ocio, esparcimiento o recreación	87,20%	91,80%	100,00%	100,00%	92,00%	94,70%	93,30%
Visitas a familiares o amigos	10,30%	8,20%			4,00%		5,00%
Belleza, bienestar						5,30%	0,60%
Participación en eventos					4,00%		0,60%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	2,60%						0,60%

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

Cuadro N°73: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según fidelidad con la Provincia

	Residencia habitual- País						Total
	Bolivia	Chile	Brasil	Francia	Alemania	Holanda	
No	56,40%	55,10%	50,00%	67,90%	68,00%	73,70%	60,60%
Si	43,60%	44,90%	50,00%	32,10%	32,00%	26,30%	39,40%

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

Cuadro N°74: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según medio de transporte utilizado para ingresar a la Provincia

	Residencia habitual- País						Total
	Bolivia	Chile	Brasil	Francia	Alemania	Holanda	
Ómnibus de línea regular	51,30%	36,70%	50,00%	53,60%	44,00%	63,20%	47,80%
Automóvil particular	41,00%	51,00%	25,00%	21,40%	32,00%	5,30%	33,90%
Transporte aéreo	7,70%	12,20%	10,00%	17,90%	20,00%	21,10%	13,90%
Bicicleta			5,00%	3,60%		5,30%	1,70%
Automóvil alquilado			5,00%	3,60%		5,30%	1,70%
Ómnibus alquilado			5,00%		4,00%		1,10%

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

Semana Santa

Cuadro N°75: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según tiempo de ingreso a la Localidad

	Residencia habitual - País					
	Bolivia	Uruguay	EEUU	Francia	España	Alemania
Un día y una noche	23,10%	70,60%	75,00%	53,30%	33,30%	50,00%
Dos noches y una semana	53,80%	29,40%	12,50%	33,30%	66,70%	41,70%
Una semana a un mes	23,10%		12,50%	6,70%		8,30%
Más de un mes				6,70%		

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

Cuadro N°76: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según organización grupo de viaje

	Residencia habitual- País					
	Bolivia	Uruguay	EEUU	Francia	España	Alemania
Solo	23,10%	11,80%	25,00%	20,00%	11,10%	16,70%
Pareja o novio	7,70%	11,80%	50,00%	33,30%	44,40%	41,70%
Familia	30,80%	41,20%	12,50%	26,70%	11,10%	25,00%
Amigos	30,80%	17,60%	12,50%	13,30%	22,20%	16,70%
Colegas				6,70%	11,10%	
Contingente	7,70%	17,60%				

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

Cuadro N°77: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según motivo principal del viaje

	Residencia habitual- País					
	Bolivia	Uruguay	EEUU	Francia	España	Alemania
Ocio, esparcimiento o recreación	61,50%	94,10%	100,00%	93,30%	88,90%	100,00%
Visitas a familiares o amigos	7,70%	5,90%				
Trabajos, negocios, motivos profesionales	23,10%			6,70%	11,10%	
Participación en eventos	7,70%					

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

Cuadro N°78: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según criterio de elección del lugar a viajar

	Residencia habitual - País					
	Bolivia	Uruguay	EEUU	Francia	España	Alemania
Recomendación	15,4%	56,3%	37,5%	46,7%	44,4%	25,0%
Paisajes y naturaleza		43,8%	50,0%	33,3%	22,2%	50,0%
Cultura		31,3%	37,5%	33,3%		33,3%
Conocer el Norte Argentino	15,4%	25,0%		13,3%	33,3%	25,0%
Contacto con la naturaleza		12,5%	12,5%	13,3%		25,0%
Trabajo / Negocios	23,1%			6,7%	11,1%	
le gusta la provincia	23,1%			13,3%		
Proximidad	15,4%		12,5%	0,0%		
Entretenimientos	7,7%			6,7%		8,3%
Estaba de paso			12,5%			8,3%

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

Cuadro N°79: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según fidelidad con la Provincia

	Residencia habitual- País					
	Bolivia	Uruguay	EEUU	Francia	España	Alemania
Si	38,50%	94,10%	100,00%	53,30%	100,00%	66,70%
No	61,50%	5,90%		46,70%		33,30%

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

Cuadro N°80: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según medio de transporte utilizado para ingresar a la Provincia

	Residencia habitual- País					
	Bolivia	Uruguay	EEUU	Francia	España	Alemania
Ómnibus de línea regular	69,2%	17,6%	62,5%	66,7%	11,1%	66,7%
Transporte aéreo	23,1%	35,3%	37,5%	20,0%	88,9%	16,7%
Automóvil particular	7,7%	17,6%				8,3%
Ómnibus alquilado		23,5%				
Automóvil alquilado		5,9%		6,7%		8,3%
Otro				6,7%		

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

Cuadro N°81: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según percepción de lo mejor

	Residencia habitual - País					
	Bolivia	Uruguay	EEUU	Francia	España	Alemania
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	33,3%	50,0%	66,7%	16,7%	33,3%	66,7%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	25,0%	18,8%	50,0%	41,7%	33,3%	66,7%
Casco histórico / arquitectura / edificios	41,7%	25,0%	33,3%	25,0%	33,3%	22,2%
Cultura/ museos		18,8%	16,7%	16,7%		
Todo		12,5%		8,3%	11,1%	
Ofertas turísticas, eventos	16,7%			8,3%		
Calidad de los servicios	8,3%			8,3%		
Peñas folklóricas / Pub		6,3%		8,3%		
Limpieza					11,1%	

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

Cuadro N°82: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según percepción de lo que se debería cambiar

	Residencia habitual - País					
	Bolivia	Uruguay	EEUU	Francia	España	Alemania
Tránsito	16,7%		50,0%	12,5%		28,6%
Oferta turística	16,7%	16,7%	50,0%		16,7%	
Información Turística		50,0%		12,5%	16,7%	14,3%
Limpieza	16,7%			25,0%	33,3%	14,3%
Calidad de servicios /calidad de atención	33,3%	16,7%		12,5%	16,7%	
Infraestructura y mantenimiento					33,3%	14,3%
Señalizar		16,7%		12,5%		14,3%
Precios	16,7%			25,0%		
Servicios de transporte				12,5%		14,3%
Rutas y caminos		16,7%				

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

Invierno

Cuadro N°83: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según Tiempo de ingreso a la Localidad

	Residencia habitual - País						Total
	Bolivia	Brasil	EEUU	Francia	España	Alemania	
Dos noches y una semana	45,0%	35,7%	54,5%	51,7%	33,3%	66,7%	47,6%
Un día y una noche	50,0%	57,1%	36,4%	41,4%	50,0%	26,7%	43,5%
Una semana a un mes	5,0%	7,1%	9,1%	6,9%	16,7%	6,7%	8,9%

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

Cuadro N°84: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según motivo principal del viaje

	Residencia habitual - País					
	Bolivia	Brasil	EEUU	Francia	España	Alemania
Ocio, esparcimiento o recreación	75,00%	92,86%	90,91%	89,66%	75,00%	73,33%
Participación en eventos	5,00%					
Visitas a familiares o amigos	10,0%	7,1%		3,4%	16,7%	20,0%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	5,00%					
Motivos religiosos						6,67%
Por la peregrinación Virgen del Cerro			4,5%			

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

Cuadro N°85: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según criterio de elección del lugar a viajar

	Residencia habitual - País					
	Bolivia	Brasil	EEUU	Francia	España	Alemania
Paisajes y naturaleza	30,0%	28,6%	40,9%	51,7%	25,0%	60,0%
Le gusta la provincia	50,0%	21,4%	27,3%	20,7%	29,2%	40,0%
Cultura	15,0%	21,4%	27,3%	37,9%	16,7%	20,0%
Recomendación	15,0%	35,7%	18,2%	17,2%	16,7%	33,3%
Conocer el Norte Argentino	20,0%	21,4%	27,3%	20,7%	20,8%	13,3%
Contacto con la naturaleza	10,0%	14,3%	13,6%	13,8%	16,7%	13,3%
Proximidad	15,0%	0,0%	9,1%	6,9%	8,3%	0,0%
Visitar Familiar	0,0%	7,1%	4,5%	3,4%	16,7%	0,0%
Estaba de paso	5,0%	0,0%	4,5%	3,4%	0,0%	6,7%
Precios	0,0%	7,1%	0,0%	6,9%	0,0%	0,0%
Trabajo / Negocios	5,0%	0,0%	4,5%	0,0%	4,2%	0,0%
Entretenimientos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	13,3%
Conocer	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%	0,0%	0,0%

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

Cuadro N°86: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según fidelidad con la Provincia

¿Ya había venido a la provincia de Salta antes?	Residencia habitual - País					
	Bolivia	Brasil	EEUU	Francia	España	Alemania
No	40,0%	78,6%	72,7%	82,8%	54,2%	73,3%
Si	60,0%	21,4%	27,3%	17,2%	45,8%	26,7%

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

Cuadro N°87: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según medio de transporte utilizado para ingresar a la Provincia

	Residencia habitual - País					
	Bolivia	Brasil	EEUU	Francia	España	Alemania
Ómnibus de línea regular	30,0%	71,4%	22,7%	51,7%	37,5%	46,7%
Automóvil particular	45,0%	21,4%	45,5%	27,6%	25,0%	33,3%
Transporte aéreo	10,0%	7,1%	22,7%	20,7%	33,3%	13,3%
Ómnibus alquilado	15,0%				4,2%	
Automóvil alquilado			4,5%			6,7%
Combi			4,5%			

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

Cuadro N°88: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según percepción de lo mejor

	Residencia habitual - País					
	Bolivia	Brasil	EEUU	Francia	España	Alemania
Casco histórico / arquitectura / edificios	45,5%	63,6%	36,8%	37,5%	25,0%	33,3%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	27,3%	36,4%	15,8%	41,7%	20,0%	33,3%
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	18,2%	9,1%	21,1%	33,3%	40,0%	20,0%
Todo	18,2%	27,3%	26,3%	8,3%	15,0%	26,7%
Ofertas turísticas, eventos	9,1%		5,3%	8,3%	15,0%	20,0%
Cultura/ museos	9,1%	9,1%	5,3%	8,3%	15,0%	6,7%
Peñas folklóricas / Pub	9,1%	9,1%				
Lugares Turísticos			5,3%	4,2%		
Calidad de los servicios			5,3%			
Limpieza					5,0%	
Infraestructura						6,7%

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

Cuadro N°89: Porcentaje de turistas residentes extranjeros por país según percepción de lo que se debería cambiar

	Residencia habitual - País					
	Bolivia	Brasil	EEUU	Francia	España	Alemania
Limpieza	16,7%		40,0%	20,0%	53,3%	25,0%
Tránsito		20,0%		35,0%	13,3%	
Infraestructura y mantenimiento	16,7%		20,0%	10,0%	20,0%	25,0%
Señalizar		40,0%	20,0%	5,0%	13,3%	
Información Turística		40,0%	10,0%	5,0%	6,7%	50,0%
Calidad de servicios /calidad de atención	16,7%		10,0%	20,0%	6,7%	
Oferta turística	16,7%	20,0%	20,0%	5,0%	6,7%	
Nada	33,3%			15,0%		
Precios		20,0%				

Residencia habitual- País	Gasto
Bolivia	492,05
Brasil	302,24
EEUU	418,44
Francia	350,57
España	474,37
Alemania	309,41

INFORMACION COMPLEMENTARIA

Parques Nacionales

La Provincia de Salta cuenta con tres Parques Nacionales, entre sus áreas protegidas, los cuales ofrecen una diversidad de atractivos naturales que incluyen desde selva densa y tropical y paisaje de altura que sobrepasa los 5.000 metros sobre el nivel del mar.

A nivel nacional, en el año 2012, 16 de los 30 Parques Nacionales (PN) experimentaron una caída en la cantidad de personas que disfrutaron de las dichas áreas, no siendo una excepción el PN Los Cardones. A contra partida, los PN Baritú y El Rey incrementaron el número de visitas, siendo el primero uno de los que más creció a nivel nacional basando su aumento en el número de visitantes extranjeros, sobre todo de países limítrofes, que recibió entre los meses de Julio y Septiembre con destino a las aguas termales. Dichos números pueden observarse en el siguiente cuadro.

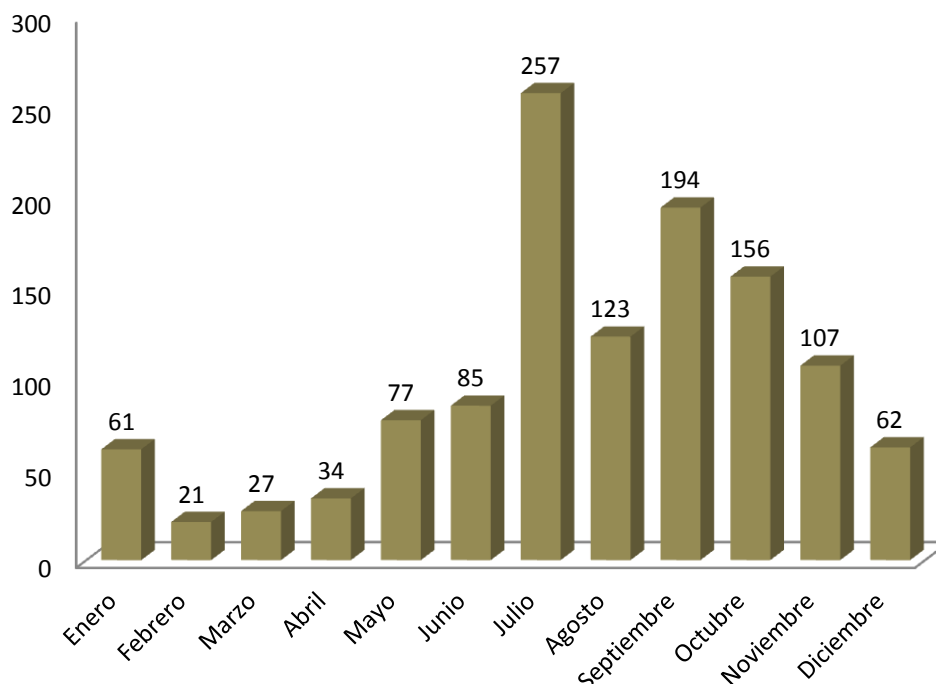
Cuadro N°90: Visitas a Áreas Protegidas, Años 2011 y 2012

Área	2011	2012	Variación
Parque Nacional Baritú	261	938	259%
Parque Nacional El Rey	812	1.204	48%
Parque Nacional Los Cardones	78.149	72.947	-7%
Total de Visitas	79.222	75.089	-5%

Fuente: Dirección de Aprovechamiento de Recursos a través del Sistema RENAPRET e información suministrada por las intendencias

Parque Nacional El Rey

Gráfico N° 14: Visitas al PN El Rey, Año 2012



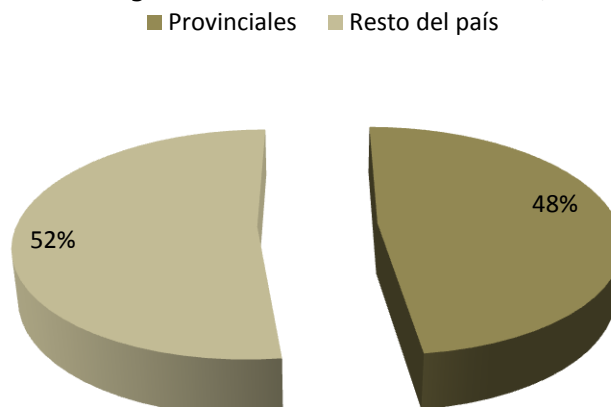
Fuente: Administración de Parques Nacionales Argentina - Informe Anual 2012

Gráfico N° 15: Origen de los visitantes al PN El Rey, Año 2012



Fuente: Administración de Parques Nacionales Argentina – Informe Anual 2012

Gráfico N° 16: Origen de los visitantes nacionales, Año 2012



Fuente: Administración de Parques Nacionales Argentina – Informe Anual 2012

Museo de la Vid y el Vino

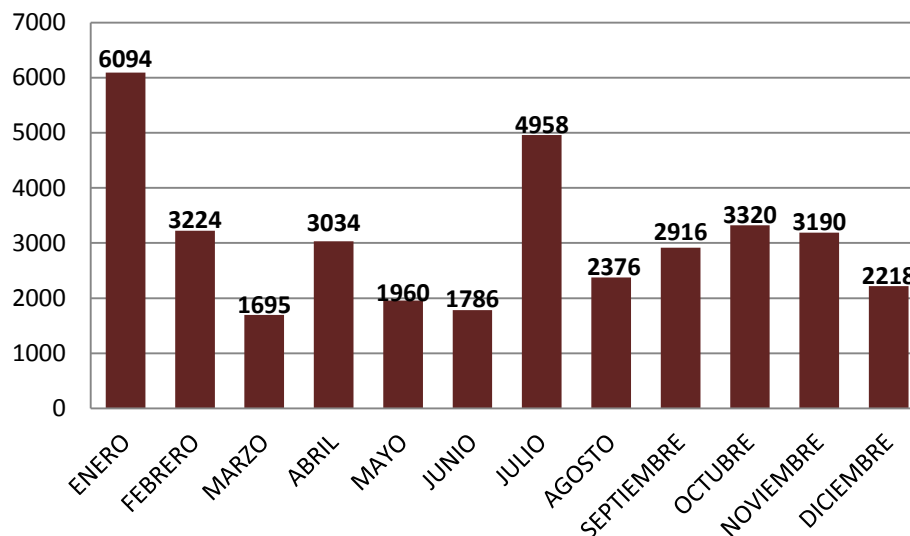
En el año 2011 se inauguró en la ciudad de Cafayate el Museo de la Vid y el Vino el cual ofrece una muestra dinámica e interactiva de la historia y características propias de la región Calchaquí y los vinos de Altura.

Cuadro N°91: Visitas al Museo de la Vid y el Vino, Años 2011 y 2012

	2011	2012	VARIACION
TOTAL DE VISITAS	36.558	36.771	1%

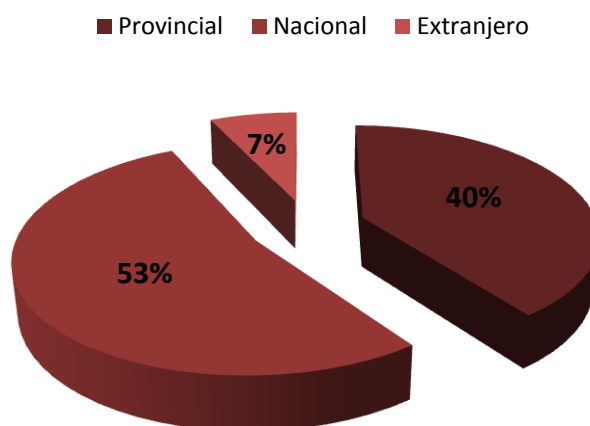
Fuente: Museo de la Vid y el Vino – Dirección General

Gráfico N° 17: Cantidad de visitantes al museo, año 2012 por mes



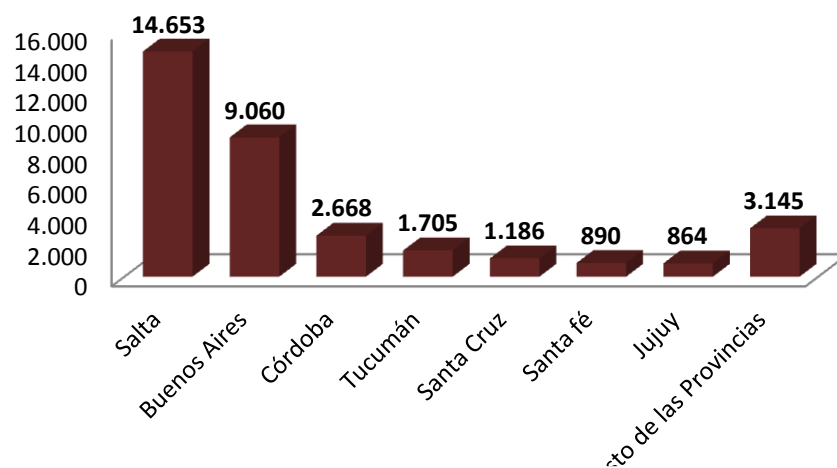
Fuente: Museo de la Vid y el Vino – Dirección General

Gráfico N° 18: Origen de los visitantes al Museo, año 2012



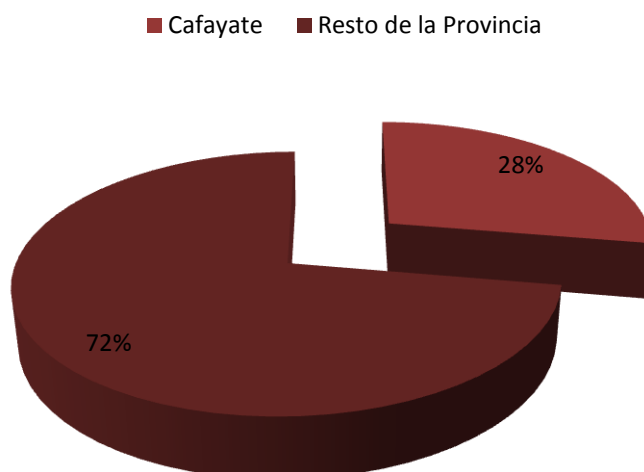
Fuente: Museo de la Vid y el Vino – Dirección General

Gráfico N° 19: Visitas Nacionales al Museo, año 2012



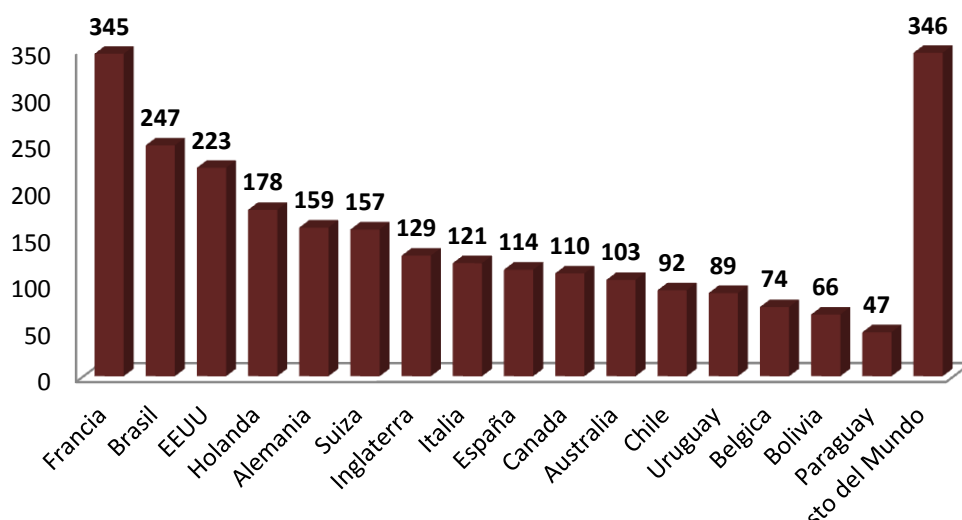
Fuente: Museo de la Vid y el Vino – Dirección General

Gráfico N° 20: Visitas Provinciales al Museo, año 2012



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

Gráfico N° 21: Visitas Extranjeras al Museo, año 2012



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

Museo de Arqueología de Alta Montaña

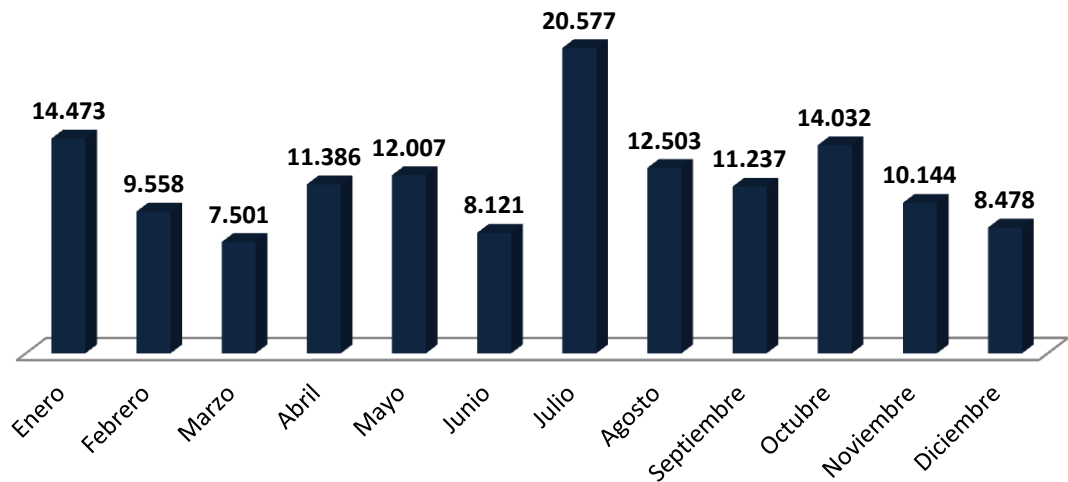
Mediante un moderno sistema de criopreservación intenta preservar y al mismo tiempo estudiar y difundir el hallazgo arqueológico denominado “Los Niños de Llullaillaco” reforzando la identidad de los pueblos andinos originarios.

Cuadro N°92: Visitas al Museo de Arqueología de Alta Montaña, Años 2011 y 2012

	2011	2012	VARIACION
TOTAL DE VISITAS	130.497	140.017	7%

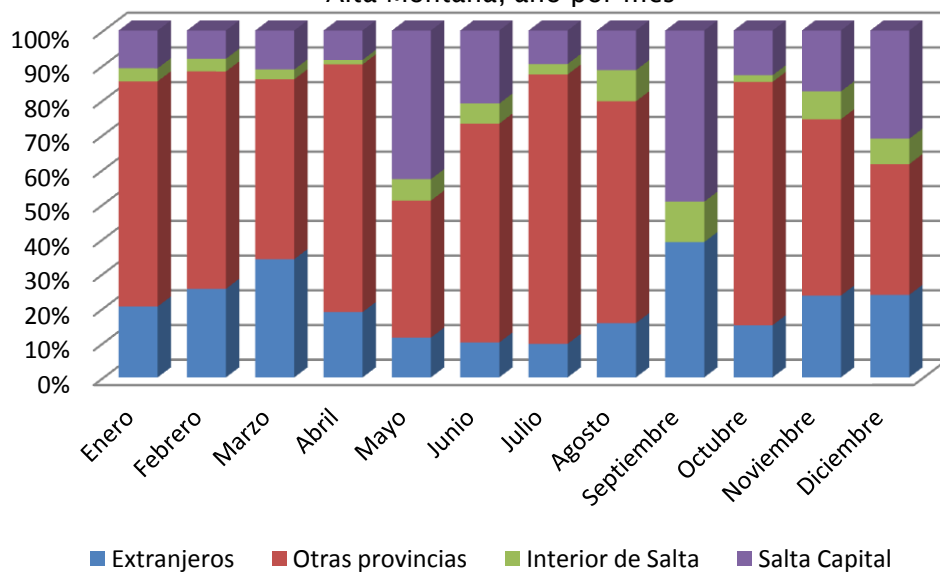
Fuente: Museo de Arqueología de Alta Montaña

Gráfico N° 22: Cantidad de Visitas al Museo, año 2012 por mes



Fuente: Museo de Arqueología de Alta Montaña

Gráfico N° 22: Origen de los visitantes al Museo de Arqueología de Alta Montaña, año por mes



Fuente: Museo de Arqueología de Alta Montaña

METODOLOGÍA Y CONCEPTOS

Relevamiento Hotelero Diario

Metodología:

Dirigida a:

Establecimientos hoteleros y para -hoteleros.

Objetivo:

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

Principales variables investigadas:

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

Cobertura:

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

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

Diseño muestral:

Marco de muestreo

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

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

Tamaño de la muestra:

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

Ajuste:

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

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

Para salvar posibles inconsistencias en los cuadros a publicar, los pesos calibrados son tratados por un algoritmo de redondeo para eliminar la componente decimal con los que salen del proceso iterativo sin destruir las concordancias alcanzadas.⁴

Periodicidad de resultados

Mensual

Definiciones y conceptos utilizados en la encuesta

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

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

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

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

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

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

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

Porcentaje de ocupación de habitaciones: Habitaciones o unidades ocupadas / Habitaciones o unidades disponibles * 100

Porcentaje de ocupación de plazas: Plazas ocupadas / Plazas disponibles * 100

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

Encuesta al Turista en la Vía Pública

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

Características de la muestra:

1. *Elemento:* Turistas mayores de 18 años que hayan pernoctado en la localidad.
2. *Unidades de muestreo:* Puntos de concurrencia del turista.
3. *Tamaño de Muestra realizada:* 6.447 casos
4. *Fecha de toma de muestra:* Enero, Semana Santa y Julio.
5. *Puntos de muestreo:*
 - a. Salta Capital: Plaza 9 de Julio, Cabildo, Catedral, Museos, Iglesias, Convento, Calle Balcarce, Parque San Martín, Monumento a Güemes, Teleférico, Mercado Artesanal, Terminal, Aeropuerto y Camping.

- b. Otras localidades: Plazas, museos, paseos tradicionales, Camping, Hoteles, eventos ocasionales, etc.

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

6. Alcance:

	Verano	Semana Santa	Julio	Total	%
Salta	1.103	836	1.227	3.166	70%
Cafayate	375	-	176	551	12%
Cachi	70	64	95	229	6%
Coronel Moldes	44	-	105	149	3%
Metán	36	-	-	36	1%
Rosario de la Frontera	51	-	100	151	3%
San Antonio de los Cobres	22	-	70	92	2%
San Carlos	31	-	-	31	1%
San Lorenzo	65	-	25	90	2%
Total	1.797	900	1.798	4.495	100,0%

	Frecuencia	%
Femenino	2.549	57%
Masculino	1.946	43%
Total	4.495	100,0%

	Frecuencia	%
Argentino	3.769	84%
Extranjero	726	16%
Total	4.495	100,0%

Definiciones

Metodología

Dirigida a:

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

Objetivo:

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

Principales variables investigadas:

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

Cobertura:

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

Periodicidad de resultados:

Trimestral.

Definiciones y conceptos utilizados

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Establecimientos de alojamiento turístico colectivo:

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

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

Alojamiento turístico privado y otros:

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

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

Forma de organización o modalidad del viaje:

- Con paquete turístico: cuando el viajero contrata en una agencia de viajes al menos dos servicios que se pagan en forma conjunta. Por este motivo este tipo de visitante puede informar el gasto total del paquete pero no su desagregación en alojamiento, comidas, traslados y excursiones.
- Por cuenta propia: cuando el viajero adquiere los servicios en forma directa contactando, ya sea personalmente o por otro medio (teléfono, internet), a la compañía aérea, al hotel, etc., o bien contratando servicios a través de una agencia de viajes, sin que éstos conformen un paquete turístico.
- Por cuenta de terceros: cuando el viaje es organizado por la empresa en la cual trabaja el viajero o por terceras personas. En estos casos, el visitante usualmente conoce las características del viaje aunque no siempre conoce el monto gastado.