



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA.
Ministerio de Cultura y Turismo.

Informe estadístico del sector turismo en la Provincia de Salta

Año 2011

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
Subsecretaría de Planificación
Lic. Ana Cornejo

Dirección de Planificación
Lic Jose Piu

Programa de Estadísticas:
CPN Lucia Rodriguez Cornejo
Mabel Castellanos
Lucas Gutierrez

Colaboradores:
Area de Informes de la Secretaria

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
METODOLOGÍA	48
EVENTOS DE LA TEMPORADA	5
CAPITULO 1.	7
OFERTA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA	7
CAPITULO 2.	16
DEMANDA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA	16
CAPITULO 3.	22
GASTO TURISTICO E IMPACTO ECONOMICO	22
CAPITULO 4.	24
PERFIL DEL TURISTA	24
CAPITULO 5.	34
PERFIL DEL TURISTA - INTERIOR	34
CAPITULO 6.	47
CUADROS SOBRE EL PERFIL DEL TURISTA DE RESIDENCIA EN EL EXTRANJERO	47

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo es una actividad de gran relevancia para el desarrollo económico de nuestra región. 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 políticas, 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 la temporada invernal 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 la características fundamentales (oferta y demanda) del sector hotelero
2. Estimar el número de arribos en la Provincia, aproximación a su comportamiento turístico y conocer el gasto turístico de los visitantes
3. 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 2011.

EVENTOS Y PUBLICIDADES MÁS DESTACADAS

- 100 eventos y ferias nacionales
- Se participo en 13 ferias internacionales
- Se trajo a 70 medios periodísticos.
- Participación en más de 30 ferias y misiones comerciales realizadas en, Brasil, Bolivia, Chile, Paraguay, Uruguay y Perú.
- Acciones destinadas al Desarrollo y Fomento de Salta como Sede de eventos: más de 190 eventos en 2011 (congresos, convenciones. Etc)

EVENTOS DESTACADOS

DAKAR 4 de enero

SHAKIRA

COPA AMERICA

Generación dorada en salta.

Estado de Rutas:

Rutas	Recorrido	Estado	
		Transit.	c/Prec
Nac. 09	Guemes - Salta - La Caldera		X
Nac. 16	Ruta Nac. 34 - Tolloche		x
Nac. 34	R. Frontera - Guemes - S. Mazza		x
Nac. 40	Prcia.de Jujuy - S.A. Cobres -Tolombón		x
Nac. 50	Pichanal - Oran - A. Blancas		x
Nac. 51	Salta - Quijano - Paso Sico		x
Nac. 68	Salta - Cafayate		x
Nac. 81	Ruta Nac. 34 - Cap. Pages	x	
Prov. 02	La Candelaria - R. Frontera	x	
Prov. 05	Lumbreras - Lajitas - Pichanal		x
Prov. 07	Abra Lizoite - S. Victoria Oeste		x
Prov. 17	Salar de Pocitos - Mina Tincalayo		x
Prov. 18	Ruta Prov. 50 - Baritu		x
Prov. 19	Baritú - Los Toldos		x
Prov. 33	El Carril - Chiconana - Cachi		x
Prov. 38	S.A.Cobres - Cobres-Prov.Jujuy		x
Prov. 75	Prov. Jujuy - Cobres		x
Prov. 133	Oran - La Maroma - Iruya		x
Nac. 86	Tonono - tartagal		x
Prov. 145	A Nazareno		x
Pasos Internacionales			
Sico	Argentina - Chile		x
Jama	Argentina - Chile		x
Socompa	Argentina - Chile		x
A. Blancas	Argentina - Bolivia	x	
La Quiaca	Argentina - Bolivia	x	
S. Mazza	Argentina - Bolivia	x	
Ramal C-14	Salta - S.A.Cobre-Socompa		x

CAPITULO 1.

OFERTA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA

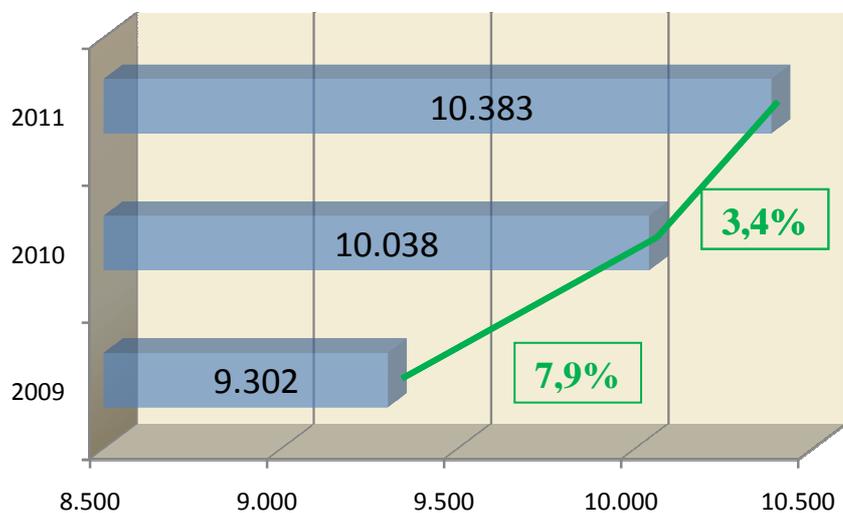
Alojamientos y plazas

Cantidad de plazas hoteleras y para hoteleras en la Provincia de Salta

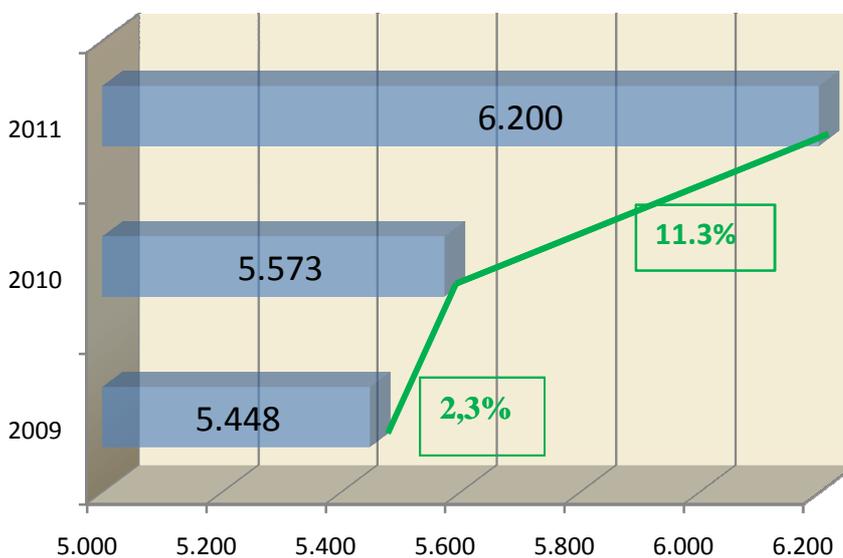
Localidad	2011	2010	%
Ciudad de Salta	10.383	10.038	3,4%
5*	624	624	0,0%
4*	1.360	1.212	12,2%
3*	1.877	1.842	1,9%
2*	1.028	879	17,0%
1*	981	861	13,9%
AP	698	705	-1,0%
RA	1.330	1.355	-1,8%
RB	2.313	2.328	-0,6%
S/C	76	90	-15,6%
GR	96	142	-32,4%
Alrededores	1.036	1.013	2,3%
Principales Destinos	2.591	2.538	2,1%
Resto de la Provincia	2.573	1.964	31,0%
Total de plazas en la Provincia	16.583	15.611	6,2%

Fuente: Base de Fiscalización

Evolución de cantidad de plazas hoteleras y para hoteleras en la Capital de Salta



Evolución de cantidad de plazas hoteleras y para hoteleras en el Interior de Salta



Cantidad de Establecimientos según Localidad

Localidad	Para-Hoteles	Hoteles	Total
Capital			
Capital	90	128	218
Región La Puna y Norte Andino			
Iruya		5	5
San Antonio de los Cobres	1	1	2
Región Norte Verde			
Colonia Sta.Rosa		2	2
Embarcación	1	2	3
Los Toldos		1	1
Mosconi	1		1
Orán	3	2	5
Salvador Mazza	2	1	3
Tartagal	6	4	10
Región Sur Histórico y Gaucho			
El Bordo		1	1
Gral. Guemes	2	1	3
Joaquín V.Gonzalez	2	1	3
Las Lajitas	1	1	2
Metán		5	5
Rosario de la Frontera	4	6	10
Región Valle de Lerma			
Campo Quijano		3	3
Cerrillos		6	6
Coronel Moldes	1	9	10
Chicoana	1	1	2
La Caldera		3	3
La Silleta		3	3
Rosario de Lerma		2	2
San Agustín		1	1
San Luis		2	2
Vª San Lorenzo	3	30	33
Vaqueros		7	7
Región Valles Calchaquíes			
Angastaco		3	3
Cachi	2	12	14
Cafayate	11	29	40
Molinos	1	3	4
Payogasta	1	1	2
San Carlos		4	4
Seclantás		2	2
Talapampa		1	1
Tolombón	1	1	2
Total general	134	284	418

Cantidad de Plazas según Localidad

Plazas	Total Hotel	Total Hotel	Para	Total general	Proporción
Capital	6614	4021		10635	64,1%
Capital	6614	4021		10635	
Region La Puna y Norte Andino	16	144		160	1,0%
Iruya		122		122	
San Antonio de los Cobres	16	22		38	
Region Norte Verde	783	367		1150	6,9%
Colonia Sta.Rosa		68		68	
Embarcación	45	56		101	
Los Toldos		15		15	
Mosconi	16			16	
Orán	121	146		267	
Salvador Mazza	116	39		155	
Tartagal	485	43		528	
Region Sur Historico y Gaucho	464	668		1132	6,8%
El Bordo		42		42	
Gral. Guemes	93	50		143	
Joaquín V.Gonzalez	34	16		50	
Las Lajitas	70	0		70	
Metán		357		357	
Rosario de la Frontera	267	203		470	
Region Valle de Lerma	178	1319		1497	9,0%
Campo Quijano		37		37	
Cerrillos		58		58	
Coronel Moldes	54	251		305	
Chicoana	12	20		32	
La Caldera		61		61	
La Silleta		31		31	
Rosario de Lerma		22		22	
San Agustín		7		7	
San Luis		20		20	
Vª San Lorenzo	112	708		820	
Vaqueros		104		104	
Region Valles Calchaquies	634	1375		2009	12,1%
Angastaco		26		26	
Cachi	58	326		384	
Cafayate	492	780		1272	
Molinos	18	71		89	
Payogasta	26	0		26	
San Carlos		120		120	
Seclantás		22		22	
Talapampa		16		16	
Tolombón	40	14		54	
Total general	8.689	7.894		16.583	100%

Perfil de Establecimientos Hoteleros en Capital

Antigüedad promedio del Establecimiento: 10 años

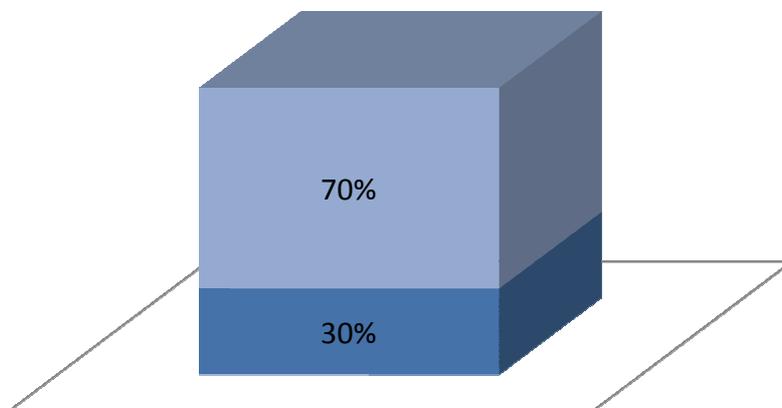
Antigüedad promedio del Encargado en Turismo: 11 años

Pertenencia a una Cámara:



Certificaciones de calidad

■ si ■ no

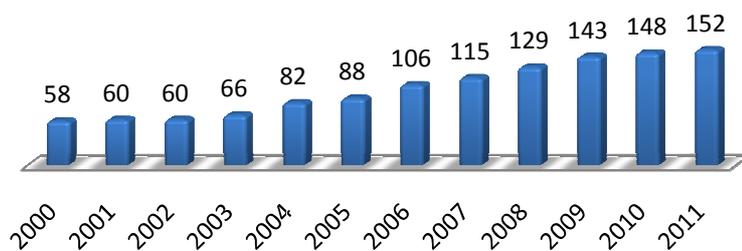


Agencias de Viajes

Localidad	Cantidad
Cachi	1
EVT	1
Cafayate	3
EVT	3
Capital	133
AT	7
EVT	126
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
V^a San Lorenzo	3
EVT	3
Vaqueros	2
EVT	2
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



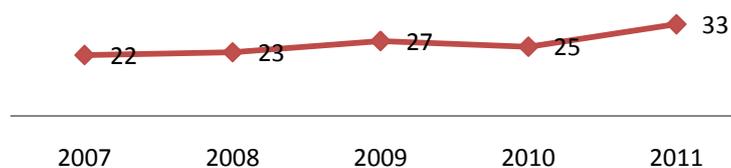
Prestadores de Turismo Alternativo

Prestadores Habilitados y en trámite por región			
	Total habilitados y en trámite	Habilitados	En trámite
Capital	23	20	3
Ciudad y Alrededores	5	4	1
Valle de Lerma	7	6	1
Valles Calchaquíes	4	1	3
Zona Sur	2	2	
	41	33	8

Actividad	Cantidad de prestadores	Distribución por región y por actividad				
		Capital	Ciudad y Alrededores	Valle de Lerma	Valles Calchaquíes	Sur
Cabalgata	16	4	4	6	1	1
Montañismo (senderismo, trekking, alta montaña)	24	16	4		2	2
Escalada	1	1				
Espeleología	1	1				
Travesía 4x4	9	8	1			
Rafting	3	2		1		
Rappel	3	3				
Tirolesa	3	3				
Campamentismo	4	2			1	1
Tobogan de Agua	1	1				
Motos de Agua	1	1				
Mountain Bike	3	2			1	
Safaris Fotográficos	3	3				
Motos	1	1				
Cuatriciclos	1	1				
Canotaje	1	1				
Observación de Aves	1	1				

Fuente: Base de Fiscalización

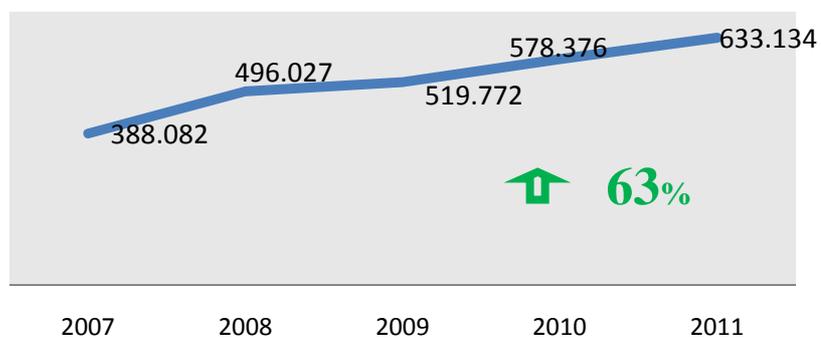
Evolución cantidad prestadores T.A.



Transporte Aéreo y Terrestre

Tipo	2011	2010	%
Terrestre Autos y Pick up (cat. 1 y 3)	3.067.340	2.748.024	12%
Terrestre (Camiones y Colectivos)	687.605	640.860	7%
Aeropuerto M.M. de Güemes	633.134	578.376	9%

Fuente: Aunor S.A. y Aeropuertos Argentina 2000



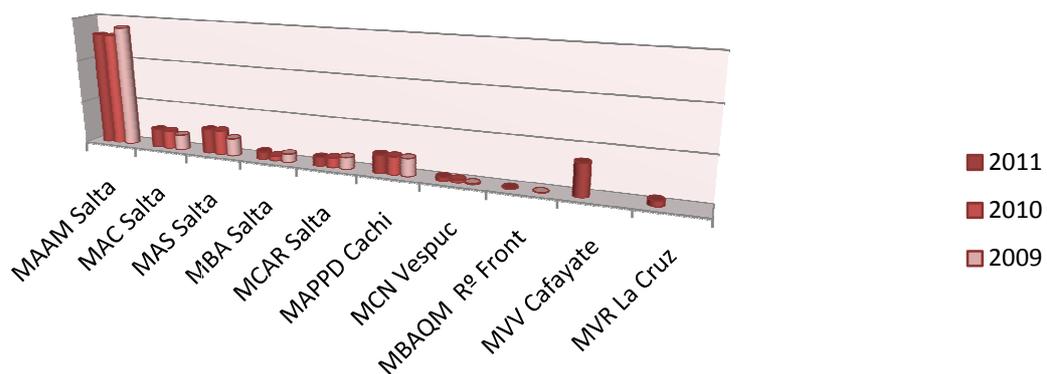
Cantidad de Pasajeros transportados

Tipo	2011	2010	%
Tren a las Nubes	19.187	22.136	15%

Fuente: Gerencia del Tren a las Nubes

Cantidad de visitantes a museos

Museo	2011
MAAM Salta	130.497
MAC Salta	21.630
MAS Salta	28.333
MBA Salta	9.180
MCAR Salta	10.238
MAPPD Cachi	21.145
MCN Vespuc	4.356
MBAQM R° Front	950
MVV Cafayate	36.078
MVR La Cruz	6.335
Total 2011	268.742
Total 2010	220.899
Total 2009	223.582



CAPITULO 2.

DEMANDA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE SALTA

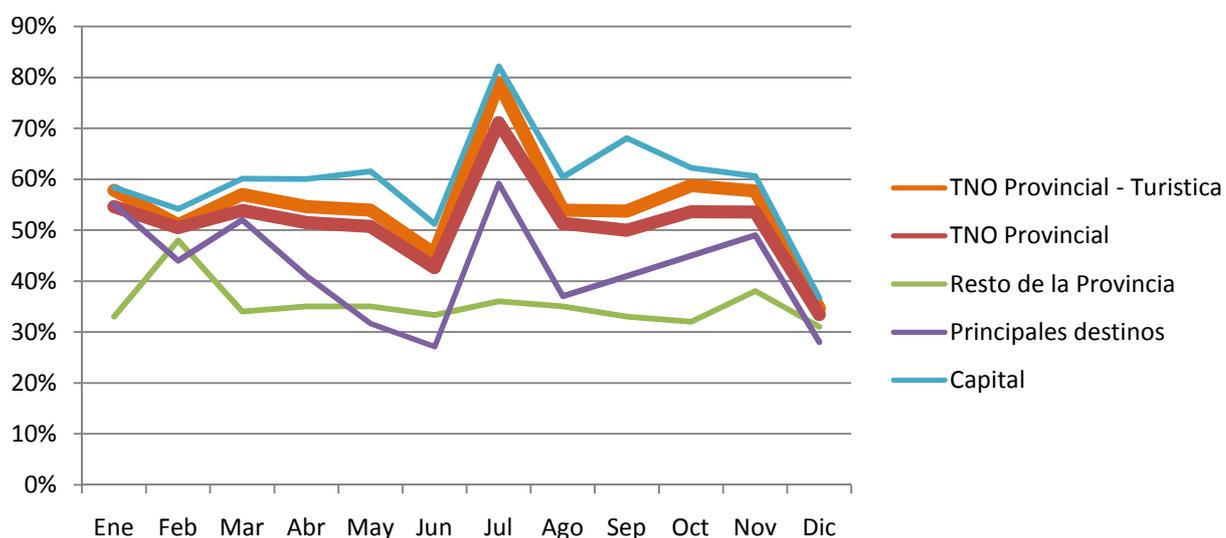
Tasa Neta de Ocupación (ponderada por cantidad de plazas)

	2011	2010	2009
Capital	59,6%	58%	47%
Alrededores	33,8%	33%	28%
Principales destinos	42,5%	39%	29%
Resto de la Provincia	35,3%	40%	35%
TNO Provincial	51,5%	50,7%	40,9%
TNO Provincial – Turística*	54,5%	52,5%	42,0%

(*) Turística incluye Capital, Alrededores y Principales Destinos

Tasa Neta de Ocupación por mes

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Prom. Anual
Capital	58,3%	54%	60,1%	60,0%	61,5%	51,2%	82%	60,4%	68,0%	62,2%	60,6%	36,7%	59,6%
5*	45%	56%	52%	50%	53%	39%	70%	51%	57%	54%	62%	29%	51%
4*	53%	49%	60%	62%	64%	58%	83%	69%	74%	70%	72%	41%	63%
3*	55%	47%	58%	59%	62%	49%	84%	61%	72%	64%	58%	28%	58%
2*	51%	46%	54%	54%	61%	53%	86%	56%	66%	61%	53%	30%	56%
1*	76%	65%	77%	72%	67%	67%	88%	76%	77%	78%	78%	57%	73%
Apart	89%	76%	76%	78%	73%	61%	100%	78%	93%	72%	65%	50%	76%
RA	63%	55%	59%	61%	52%	38%	71%	47%	48%	51%	49%	40%	53%
RB	74%	69%	66%	62%	55%	46%	78%	48%	55%	52%	50%	41%	58%
S/C	60%	54%	61%	63%	50%	45%	77%	68%	74%	73%	76%	60%	63%
GR	64%	58%	60%	59%	87%	69%	94%	66%	83%	52%	47%	39%	65%
Alrededores	60%	36%	36%	27%	24%	16%	63%	31%	33%	33%	27%	20%	34%
Pples Dest.	55%	44%	52%	41%	32%	27%	59%	37%	41%	45%	49%	28%	42%
Cafayate	66%	52%	54%	38%	30%	24%	64%	36%	41%	42%	46%	24%	43%
Cachi	31%	33%	47%	41%	53%	21%	68%	36%	36%	45%	49%	30%	41%
Ros. Front	41%	44%	60%	46%	26%	46%	58%	37%	46%	40%	42%	37%	44%
S.A.C.	52%	41%	57%	58%	38%	30%	51%	42%	38%	65%	75%	33%	48%
Moldes	60%	52%	49%	31%	27%	24%	53%	23%	38%	40%	42%	29%	39%
Iruya	17%	17%	14%	22%	16%	18%	17%	S/D	S/D	33%	29%	21%	21%
Resto	33%	48%	34%	35%	35%	33%	36%	35%	33%	32%	38%	31%	35%
TNO	55%	50%	54%	51%	51%	43%	71%	51%	50%	54%	54%	33%	51%
TNO Turística	58%	51%	57%	55%	54%	45%	79%	54%	54%	59%	58%	35%	55%



Tasa Neta de Ocupación según la Categoría (Capital)

CATEGORÍA	2011	2010	2009
5*	51,5%	53%	53%
4*	63,0%	59%	43%
3*	58,0%	58%	40%
2*	56,0%	52%	65%
1*	73,1%	69%	48%
Ap	75,9%	68%	38%
RA	52,9%	49%	54%
RB	58,1%	58%	51%
S/C	63,4%	59%	38%
GR	64,9%	56%	47%
TNO Capital	59,6%	58%	47%

Tasa Neta de Ocupación en Alrededores y Principales Destinos

LOCALIDAD	2011	2010	2009
Alrededores	33,8%	33%	28%
San Lorenzo/ Vaqueros/ La Caldera/ San Luis/ La Silleta	33,8%	33%	28%
Principales Destinos	42,5%	39%	29%
Cafayate	43,1%	39%	31%
Cachi	40,7%	37%	29%
Ros. De la Frontera	43,5%	44%	27%
San Antonio de los Cobres	48,2%	54%	45%
Coronel Moldes	38,9%	29%	26%
Iruya	20,6%	18%	23%
Resto de la provincia	35,3%	40%	35%

Pernocte Promedio

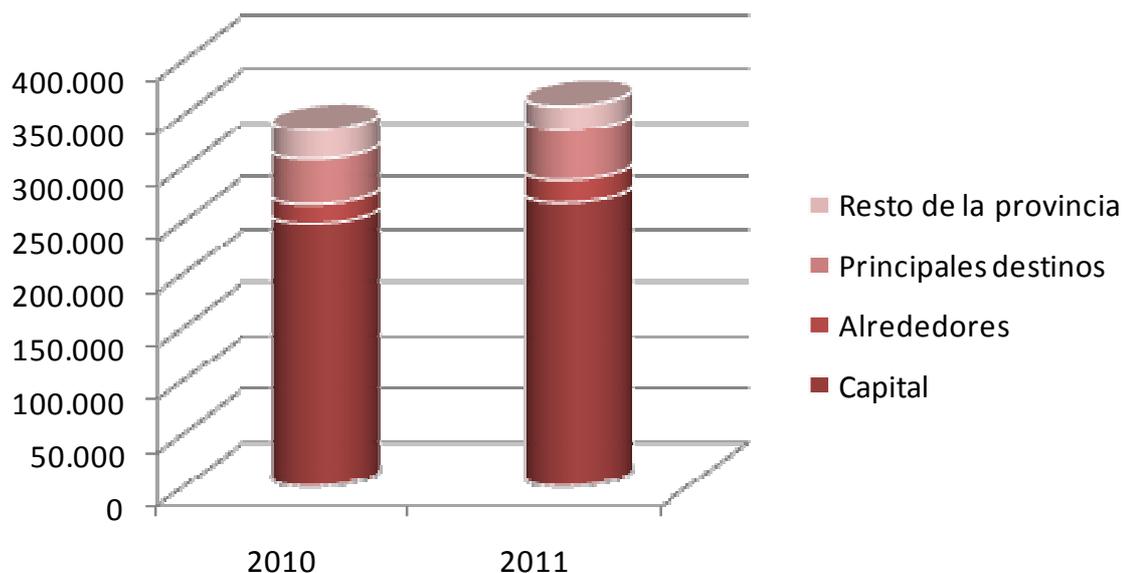
El pernocte es el número de noches que cada viajero permanece alojado, fuera de su lugar de residencia habitual, en el lugar visitado.

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
Capital	2,58	2,28	2,34	2,48	2,52	2,50	3,11	2,59	2,66	2,64	2,37	2,27	2,53
5*	3,11	2,40	2,86	2,31	2,54	2,69	3,41	2,63	3,12	2,61	2,72	2,55	2,75
4*	2,51	2,30	2,30	2,37	2,50	2,47	3,21	2,77	2,83	2,68	2,43	2,11	2,54
3*	3,20	3,00	2,65	3,39	3,20	2,97	4,85	3,38	3,48	3,51	2,85	3,03	3,29
2*	2,40	2,12	2,11	2,21	2,45	2,43	2,89	2,50	2,69	2,56	2,29	1,87	2,38
1*	2,42	2,25	2,17	2,48	2,41	2,57	2,73	2,40	2,62	2,50	2,26	2,25	2,42
AP	2,91	2,88	2,92	3,35	2,99	2,91	3,13	2,88	2,81	2,89	2,75	2,55	2,91
RA	1,96	1,91	1,91	2,06	2,04	2,00	2,27	1,95	1,84	2,01	2,10	2,00	2,00
RB	2,25	1,99	2,33	2,16	2,32	2,03	2,38	1,99	2,05	1,97	1,97	1,90	2,11
GR	2,09	1,95	2,23	2,32	2,47	2,61	3,37	2,75	2,98	2,78	2,29	2,17	2,50
S/C	2,97	2,04	1,93	2,13	2,25	2,36	2,89	2,69	2,20	2,84	2,07	2,24	2,38
Alrededores	4,10	2,20	2,80	2,83	2,50	2,59	2,46	1,70	1,97	1,92	2,18	1,74	2,42
Principales destinos	2,18	1,62	1,78	1,87	1,56	1,26	1,50	1,27	1,48	1,63	1,58	1,26	1,58
CAFAYATE	2,50	2,00	2,20	1,80	1,70	1,30	1,21	1,05	1,18	1,08	1,39	1,17	1,55
CACHI	1,90	2,00	1,50	1,70	1,60	1,33	1,31	1,10	1,33	1,23	1,21	1,36	1,46
ROSARIO	2,20	1,80	2,00	2,50	2,00	1,17	2,08	1,70	1,30	1,88	1,53	1,10	1,77
MOLDES	2,50	1,90	2,10	3,00	2,05	1,75	1,92	1,50	2,60	3,01	2,98	1,80	2,26
SAC	2,00	1,00	1,90	1,20	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,58	1,23	1,00	1,24
IRUYA	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	S/D	S/D	1,00	1,00	1,00	1,10
Resto de la provincia	2,30	1,50	1,90	1,73	1,53	1,70	1,50	1,60	1,93	2,22	2,40	1,25	1,80
Pernocte Promedio en la Pcia.	2,57	2,06	2,22	2,31	2,24	2,21	2,61	2,20	2,33	2,37	2,23	1,92	2,27

Cantidad de pernoctaciones

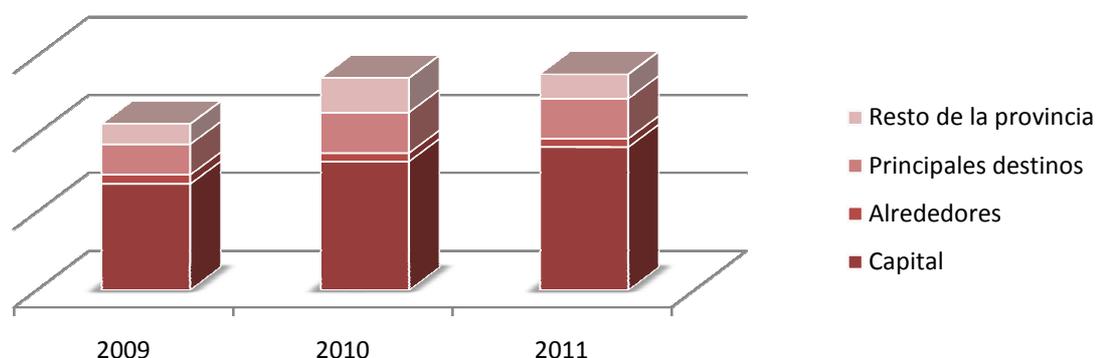
Las pernoctaciones representan la cantidad de plazas vendidas. Resulta de multiplicar la cantidad de plazas disponibles x la cantidad de días del período x el promedio de ocupación.

	2011
Capital	2.270.537
Alrededores	130.132
Principales destinos	400.808
Resto de la provincia	266.676
Total de pernoctaciones en est. habilitados 2011	3.068.154



Cantidad de arribos turísticos

Localidad	2011	2010	2009
Ciudad de Salta	915.254	824.430	680.519
5*	42.778	40.614	34.197
4*	110.227	100.985	87.546
3*	127.298	127.502	106.509
2*	80.483	68.124	55.593
1*	101.250	72.801	63.582
AP	66.385	61.357	41.967
RA	128.200	105.956	73.490
RB	233.442	211.637	197.545
S/C	5.347	12.184	9.103
GR	19.844	12.344	10.986
Alrededores	54.770	53.610	58.635
Principales Destinos	256.519	259.907	195.787
CAFAYATE	142.416	126.016	76.731
CACHI	36.544	29.539	27.613
ROSARIO DE LA FRONTERA	43.457	52.426	40.270
CORONEL MOLDES	23.844	42.138	43.293
SAC	4.443	3.336	2.812
IRUYA	6.284	6.280	5.067
Resto de la Provincia	155.306	219.730	129.089
Subtotal	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	125.232	123.229	95.113
Cantidad Total de arribos	1.507.082	1.480.906	1.159.143



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

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

Procedencia	jul-11
Gasto promedio diario residentes en dólares	97,09
Gasto promedio diario no residentes en dólares	102,18

Localidad	GDT pesos en	GDT dólares en
Salta Capital	409	99
Cnel Moldes	394	95
San Lorenzo	319	77
Rosario de la Frontera	267	65
Cafayate	262	63
Cachi	214	52
San Carlos	207	50
S. A. de los Cobres	181	44

Aproximación al Impacto Económico

Conceptos	Valores	Proyección Impacto del
Cantidad de arribos	1.381.850	
Pernocte Promedio	2.27	

Gasto turístico diario turistas \$ 405,00

Total 1.242.602.000

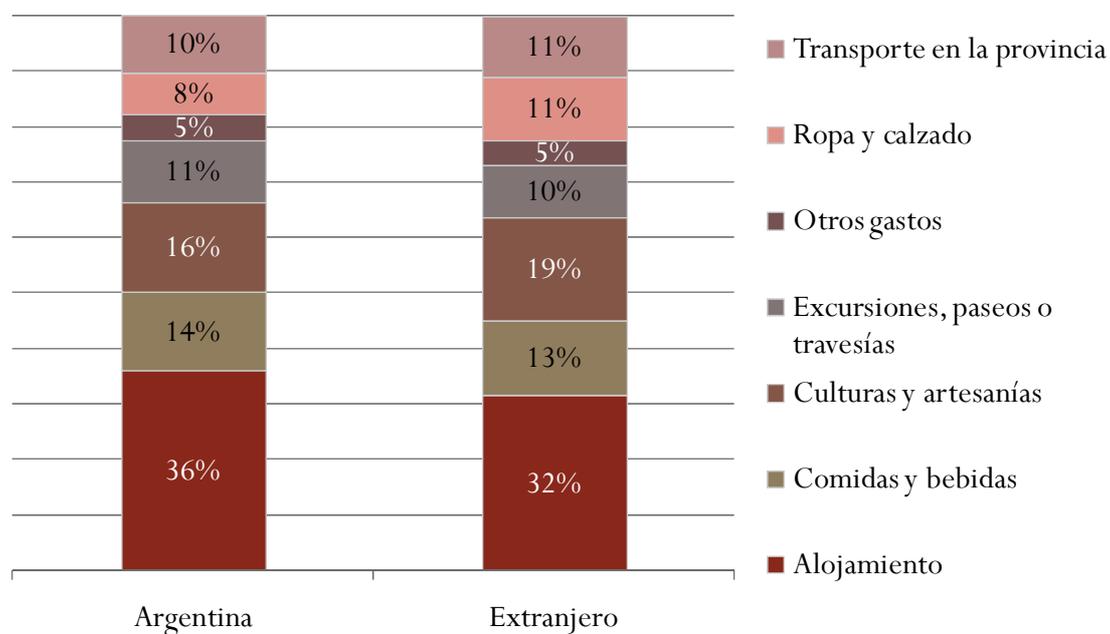
+ 40%

2010 \$ 886.217.000

Aproximación al Impacto Económico por localidad

Localidad	GDT en pesos	Impacto económico en pesos
Salta Capital	409	951.597.617
Cnel Moldes	394	21.048.488
San Lorenzo	319	41.447.914
Rosario de la Frontera	267	19.495.574
Cafayate	262	55.303.727
Cachi	214	11.011.321
San Carlos	207	
S. A. de los Cobres	181	975.189

Composición del gasto según tipo de gasto



CAPITULO 4.

PERFIL DEL TURISTA

Origen de los turistas nacionales

Provincias	Verano	Semana Santa	Invierno	Octubre	2011	2010
Buenos Aires y Capital Federal	39%	25%	41%	29%	36%	39.8%
Salta	18%	14%	4%	7%	11%	8.5%
Córdoba	7%	13%	12%	14%	10%	11.1%
Tucumán	11%	10%	6%	9%	9%	9.1%
Santa Fe	5%	9%	7%	9%	7%	7%
Mendoza	1%	2%	5%	4%	3%	3.4%
Chaco	2%	5%	3%	2%	3%	2.4%
Entre Ríos	1%	1%	5%	3%	3%	1.8%
Jujuy	3%	6%	0%	5%	3%	3.1%
Corrientes	1%	3%	3%	2%	2%	1.7%
Santiago del Estero	2%	1%	0%	3%	1%	1.7%
Catamarca	2%	2%	0%	2%	1%	1%
Formosa	2%	1%	0%	1%	1%	1.6%
Misiones	1%	2%	0%	1%	1%	1.2%
San Juan	0%	1%	0%	3%	1%	0.7%
Santa Cruz	1%	0%	0%	0%	1%	0.7%
San Luis	0%	0%	0%	4%	1%	0.6%

Provincias	I Trimestre	II Trimestre	III Trimestre	IV Trimestre	2011	2010
Buenos Aires	124.426	74.333	153.558	83.524	435.841	453.838
Salta	57.361	40.399	15.626	19.364	132.750	96.925
Córdoba	22.260	38.379	46.685	40.172	147.496	126.573
Tucumán	36.101	31.107	22.571	26.878	116.656	103.767
Santa Fe	15.839	27.067	26.815	26.878	96.598	79.821
Mendoza	4.709	5.656	17.941	11.849	40.155	38.770
Chaco	6.849	13.736	11.382	5.491	37.458	27.367
Entre Ríos	4.851	4.040	17.555	8.670	35.117	20.525
Jujuy	10.131	16.563	0	14.451	41.145	35.349
Corrientes	3.853	9.696	10.996	4.913	29.457	19.385
Santiago del Estero	6.278	4.444	0	8.670	19.393	19.385
Catamarca	5.422	4.848	0	5.780	16.050	11.403
Formosa	6.421	2.020	0	2.023	10.464	18.245
Misiones	2.996	7.272	0	2.023	12.291	13.684
San Juan	1.284	4.444	0	8.670	14.398	7.982
Santa Cruz	4.709	1.212	0	0	5.921	7.982
San Luis	1.284	0	0	11.271	12.556	6.842
Río Negro	2.568	3.232	0	1.156	6.956	6.842
Neuquén	2.426	1.616	0	2.601	6.643	7.982
La Rioja	999	2.424	0	3.757	7.180	4.561
La Pampa	1.570	1.616	0	1.734	4.920	7.982
Chubut	1.712	2.424	0	0	4.136	7.982
Tierra del Fuego	2.140	0	0	0	2.140	1.140
Otras	0	0	52.279	0	52.279	15.964
Total	326.190	296.525	375.407	289.877	1.288.000	1.140.298

Procedencia del Turismo Internacional

Países	Trimestre I	Trimestre II	Trimestre III	Trimestre IV	2011	2010
Francia	11%	10%	16%	11%	13%	14,3%
Bolivia	11%	8%	8%	14%	10%	11,2%
Chile	11%	9%	6%	18%	9%	9,5%
EEUU	9%	8%	6%	11%	7%	6,1%
Paraguay	3%	1%	12%	0%	6%	2,6%
Alemania	6%	8%	5%	11%	6%	4,3%
España	6%	8%	4%	7%	6%	9,5%
Brasil	4%	3%	6%	4%	5%	7,9%
Inglaterra	3%	4%	7%	0%	5%	5,0%
Canadá	9%	2%	0%	0%	4%	2,5%
Uruguay	4%	5%	0%	4%	2%	2,2%
Suiza	2%	6%	0%	0%	2%	3,7%
Holanda	3%	3%	0%	7%	2%	4,0%
Italia	2%	5%	0%	4%	2%	4,4%
México	3%	1%	0%	4%	2%	1,2%
Australia	2%	4%	0%	0%	1%	1,2%
Bélgica	1%	4%	0%	0%	1%	1,5%
Perú	2%	1%	0%	0%	1%	1,7%
Cuba	1%	1%	0%	0%	1%	0%
Israel	1%	1%	0%	0%	0%	1,0%
Venezuela	1%	0%	0%	4%	0%	0,8%
Colombia	1%	0%	0%	0%	0%	1,5%
Suecia	0%	0%	0%	4%	0%	0,1%
Ecuador	1%	0%	0%	0%	0%	0,1%
Irlanda	1%	0%	0%	0%	0%	0,6%
Noruega	0%	2%	0%	0%	0%	0%
Ucrania	1%	0%	0%	0%	0%	0%
Austria	0%	1%	0%	0%	0%	0,1%
Dinamarca	0%	1%	0%	0%	0%	0%
Eslovenia	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Grecia	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Japón	0%	1%	0%	0%	0%	1,0%
General	17%	13%	11%	17%	15%	23%

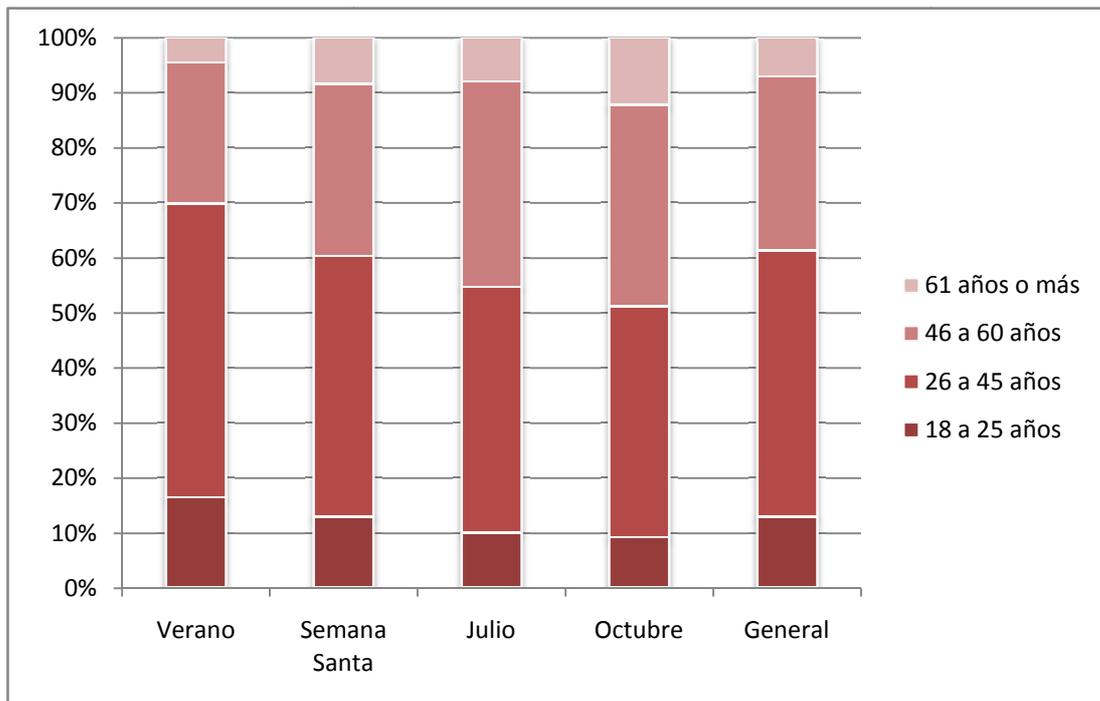
Países	I Trimestre	II Trimestre	III Trimestre	IV Trimestre	2011	2010
Francia	7.246	4.305	7.741	6.204	25.496	48.714
Bolivia	7.729	3.767	4.039	8.291	23.826	38.275
Chile	7.568	4.036	2.805	10.379	24.787	32.476
EEUU	5.957	3.498	2.693	6.204	18.352	20.877
Paraguay	1.771	538	5.834	0	8.143	8.892
Alemania	4.025	3.767	2.356	6.204	16.352	14.691
España	4.347	3.767	1.683	4.117	13.914	32.476
Brasil	3.059	1.345	2.917	2.087	9.409	27.063
Inglaterra	2.254	1.883	3.254	0	7.391	17.011
Canadá	6.440	807	0	0	7.248	8.506
Uruguay	2.415	2.153	0	2.087	6.655	7.346
Suiza	1.449	2.691	0	0	4.140	12.758
Holanda	1.932	1.345	0	4.117	7.394	13.532
Italia	1.288	2.153	0	2.087	5.528	15.078
México	2.254	538	0	2.087	4.880	4.253
Australia	1.288	1.614	0	0	2.902	4.253
Bélgica	966	1.614	0	0	2.580	5.026
Perú	1.127	538	0	0	1.665	5.799
Cuba	644	538	0	0	1.182	-
Israel	483	538	0	0	1.021	3.480
Venezuela	483	0	0	2.087	2.570	2.706
Colombia	644	0	0	0	644	5.026
Suecia	322	0	0	2.087	2.409	387
Ecuador	483	0	0	0	483	387
Irlanda	483	0	0	0	483	1.933
Noruega	0	807	0	0	807	-
Ucrania	483	0	0	0	483	-
Austria	0	538	0	0	538	387
Dinamarca	0	538	0	0	538	-
Eslovenia	322	0	0	0	322	-
Grecia	322	0	0	0	322	-
Japón	161	269	0	0	430	3.480
General	68.269	45.203	47.571	58.039	219.082	340.608

Región	2011	2010
Europa	89.237	156.966
Norte América	25.600	33.636
Latino América	79.526	100.907

Edades

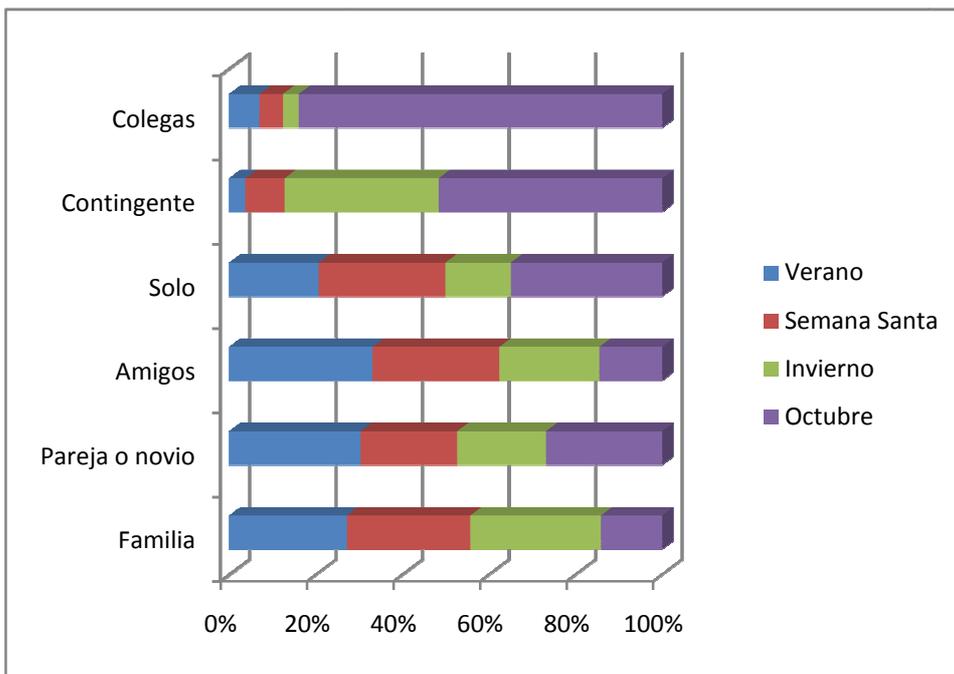
Edad	Ene	Sem. Santa	Julio	Octubre	2011	2010
De 18 a 24	16,4%	12,9%	10,0%	9,2%	12,9%	26,4%
De 25 a 45	53,4%	47,3%	44,7%	41,9%	48,3%	45,9%
De 46 a 60	25,7%	31,3%	37,3%	36,6%	31,7%	24,3%
Mas de 60	4,6%	8,4%	8,0%	12,3%	7,1%	3,3%

Composición del Grupo por edades:



Tipo del Grupo del Viaje

Acompañante	Ene	Sem. Santa	Invierno	Octubre	2011	2010
Familia	42,0%	44,6%	46,8%	22,0%	42,4%	39,5%
Pareja o novio	27,1%	19,8%	18,3%	23,9%	22,5%	25,7%
Amigos	17,6%	15,5%	12,2%	7,7%	14,5%	18,1%
Solo	11,2%	16,1%	8,3%	19,1%	11,5%	12,8%
Contingente	1,5%	3,5%	14,1%	20,4%	8,1%	3,3%
Colegas	0,6%	0,4%	0,3%	6,9%	1,0%	0,5%



Percepciones

Percepciones	Verano	Semana Santa	Invierno	Octubre	Prom impresión *
Impresión de Información y señalización turística	1,64	1,54	1,44	1,36	1,49
Impresión de Señalización en caminos y rutas	1,73	1,68	1,63	1,36	1,60
Impresión de Centros culturales y museos	1,56	1,52	1,32	1,24	1,41
Impresión de Calidad de las artesanías	1,56	1,59	1,37	1,33	1,46
Impresión de Diversidad de actividades	1,61	1,59	1,30	1,36	1,47
Impresión de Conservación de lugares y edificios	1,59	1,55	1,27	1,29	1,43
Impresión de la Diversidad de la oferta gastronómica	1,66	1,65	1,34	1,32	1,49
Impresión de la Seguridad	1,50	1,49	1,30	1,51	1,45
Impresión de la calidad del servicio de Alojamiento	1,59	1,68	1,36	1,32	1,49
Impresión de la Limpieza e higiene	1,68	1,62	1,36	1,65	1,58
Impresión de Excursiones y paseos	1,61	1,60	1,35	1,36	1,48
Prom temporada *	1,61	1,59	1,37	1,37	1,49

1: Muy buena 5: muy mala

Lo Mejor de Salta	Enero	Sem. Santa	Julio	Octubre	General
Todo	6,0%	4,2%	7,2%	5,2%	5,7%
Relacionados a la naturaleza	24,0%	33,6%	26,4%	25,8%	27,5%
Relacionados a la tranquilidad, amabilidad & hospitalidad	18,0%	22,4%	23,5%	16,8%	20,2%
Relacionados al patrimonio arquitectónico y cultural	14,0%	23,8%	24,0%	38,7%	25,1%
Relacionados a la noche, folklore y gastronomía	3,0%	1,4%	2,1%	1,3%	2,0%

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 2011, en la siguiente proporción:

	Verano	Semana Santa	Julio	Octubre	Total
Salta	1.332	653	1.702	377	4.064
Cafayate	534	156	176	100	966
Cachi	394	-	113	-	507
San Antonio de los Cobres	-	-	60	-	70

SALTA CAPITAL

Origen:

Provincia	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Buenos Aires	42,4%	18,8%	29,7%	33,8%	32,5%
Córdoba	9,8%	13,4%	14,5%	17,3%	13,1%
Santa Fe	6,0%	10,9%	7,6%	9,5%	7,8%
Tucumán	8,6%	5,2%	4,5%	6,1%	6,1%
Capital Federal	0,2%	10,3%	9,2%		5,6%
Salta	4,8%	7,2%	2,1%	0,6%	3,7%
Mendoza	1,9%	2,3%	5,4%	4,5%	3,7%
Entre Ríos	1,6%	1,9%	5,3%	3,9%	3,4%
Chaco	3,1%	4,5%	3,1%	2,2%	3,3%
Jujuy	3,1%	5,4%	1,6%	2,5%	2,8%
Corrientes	1,6%	4,1%	2,9%	1,4%	2,5%
Misiones	0,7%	3,5%	2,8%	1,1%	2,1%
Catamarca	2,1%	2,3%	1,1%	2,5%	1,7%
Santiago del Estero	3,0%	1,9%	0,7%	0,6%	1,7%
Formosa	3,0%	1,0%	0,9%	1,1%	1,6%
San Juan	0,7%	1,4%	1,2%	4,2%	1,4%
Santa Cruz	2,1%	0,6%	0,7%		1,1%
La Rioja	0,4%	1,2%	1,4%	2,0%	1,1%
Río Negro	1,3%	1,6%	0,9%	0,0%	1,0%
La Pampa	0,5%	0,8%	1,4%	0,6%	0,9%
Chubut	0,7%	1,2%	1,2%		0,9%
Neuquén	1,2%	0,8%	0,9%	0,3%	0,9%
San Luis	0,2%		0,7%	5,9%	0,9%

Tierra del Fuego	0,9%		0,3%		0,4%
------------------	------	--	------	--	------

Pais	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Bolivia	14,6%	7,3%	9,9%	21,1%	13,2%
Chile	12,0%	8,0%	5,7%	15,8%	10,5%
Francia	8,6%	8,8%	12,9%	5,3%	9,4%
España	7,3%	10,2%	4,2%	5,3%	6,9%
EEUU	6,0%	8,0%	6,0%	15,8%	6,4%
Brasil	5,6%	3,6%	6,3%	5,3%	5,6%
Alemania	6,0%	7,3%	2,1%	10,5%	5,4%
Inglaterra	3,9%	5,1%	7,5%		4,6%
Canadá	6,0%	2,2%	1,2%		4,5%
Paraguay	1,7%	1,5%	15,3%		4,4%
Uruguay	4,3%	4,4%	2,7%	0,0%	3,9%
Suiza	2,6%	7,3%	3,3%		3,0%
Australia	3,0%	2,9%	2,7%		2,9%
México	3,4%		1,2%	0,0%	2,6%
Holanda	2,6%	3,6%	1,2%	10,5%	2,6%
Italia	1,7%	5,1%	0,9%	5,3%	1,9%
Bélgica	1,3%	4,4%	2,7%		1,8%
Venezuela	1,3%		3,3%	5,3%	1,7%
Colombia	1,7%		1,8%		1,5%
Suecia	0,9%		1,5%	0,0%	0,9%
Perú	0,4%	1,5%	1,5%		0,7%
Cuba	0,9%				0,6%
Grecia	0,9%				0,6%
Irlanda			2,7%		0,6%
Ecuador	0,4%		0,9%		0,5%
Japón	0,4%	0,7%			0,4%
Ucrania	0,4%				0,3%
Finlandia	0,4%				0,3%
Israel		1,5%	0,6%		0,2%
Dinamarca			0,9%		0,2%
Puerto Rico		1,5%	0,3%		0,2%
Noruega		0,7%	0,3%		0,1%
Sudafrica		1,5%			0,1%
Austria		1,5%			0,1%
Rusia		1,5%			0,1%
Nueva Zelanda			0,3%		0,1%
Polonia			0,3%		0,1%

Composición del grupo:

Grupo	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Familia	42,5%	42,1%	45,1%	24,9%	41,9%

Pareja o novio	27,5%	17,6%	18,5%	22,8%	21,7%
Amigos	16,2%	16,2%	11,9%	9,3%	13,7%
Solo	11,1%	20,1%	9,3%	11,9%	11,9%
Contingente	2,3%	3,4%	14,8%	29,2%	10,2%
Colegas	0,5%	0,6%	0,4%	1,9%	0,6%
Ns/Nc					0,0%

Motivo	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Ocio, esparcimiento o recreación	88,2%	80,9%	83,4%	50,4%	81,5%
Visitas a familiares o amigos	6,8%	8,6%	7,3%	8,5%	7,5%
Motivos religiosos	0,7%	3,8%	3,2%	15,6%	3,6%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	1,9%	4,6%	2,2%	9,8%	3,2%
Participación en eventos	0,3%	1,4%	3,3%	13,5%	3,0%
Salud	0,5%	0,5%	0,2%	0,3%	0,3%
Estudio	0,1%	0,3%	0,1%	0,8%	0,2%
Belleza, bienestar	0,4%			0,8%	0,2%

Actividades	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Culturales					
peñas folclóricas	41,7%	44,3%	26,1%	58,8%	37,2%
Visitas a museos o Iglesias	49,3%	44,9%	29,3%	70,6%	42,2%
Ferias o exposición de artesanías	35,1%	22,4%	27,4%	45,1%	30,8%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	0,5%	2,9%	1,7%	3,9%	1,7%
Turismo de aventura					
Treking	1,7%	1,8%	3,1%	2%	2,3%
Rafting	0,5%	0,0%	1,6%	0,0%	0,8%
Cabalgata	1,1%		3,7%	0,0%	1,9%
Travesías en 4*4	0,1%	0,2%	0,2%	0,0%	0,1%
Otra actividad de turismo alternativo	1,7%	2,3%	2,6%	5,9%	2,6%
Experiencias vinculadas al mundo del vino					
	6,1%	2,8%	9,1%		6,3%
Observación de aves					
	0,3%	0,0%	0,7%		0,4%

Medio de transporte	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Automóvil particular	39,4%	42,0%	45,5%	29,7%	41,4%
Ómnibus de línea regular	39,1%	36,6%	28,7%	26,8%	33,2%
Transporte aéreo	18,1%	14,4%	12,6%	12,2%	14,6%
Ómnibus alquilado	1,7%	3,7%	12,3%	31,3%	9,2%
Automóvil alquilado	1,0%	2,0%	0,5%	0,0%	0,9%
Otros medios	0,8%	1,4%	0,2%		0,6%

Había venido a Salta?

Fidelidad	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Si	36,9%	51,1%	45,5%	50,1%	44,0%
No	63,1%	48,9%	55,5%	49,9%	56,4%

Satisfacción	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General	
Satisfacción general	1,55	1,69	1,39	1,34	1,49	1 Muy Bueno
Satisfacción de Precios	2,73	2,91	2,81	2,82	2,80	5 Muy caro

Lo mejor	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	18,0%	23,2%	23,2%	21,5%	21,3%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	8,6%	23,0%	24,9%	29,2%	19,7%
Casco histórico / arquitectura / edificios	5,0%	29,8%	21,3%	16,8%	16,9%
Todo	17,5%	2,7%	7,0%	6,9%	9,7%
Cultura/ museos	3,2%	5,6%	7,7%	9,9%	6,1%
Ofertas turísticas, eventos	0,5%	7,1%	5,3%	6,1%	4,1%
Peñas folklóricas / Pub	2,6%	1,6%	2,6%	2,2%	2,4%
Infraestructura	2,1%	2,4%	1,6%	2,5%	2,0%
Calidad de los servicios	0,0%	1,7%	3,2%	3,3%	1,9%
Limpieza	0,0%	1,6%	1,8%	1,1%	1,1%
Lugares Turísticos	0,3%	1,3%	1,4%	0,6%	1,0%

Lo que Cambiaría	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Tránsito	11,5%	16,2%	15,9%	19,3%	14,8%
Nada	40,2%	5,7%	0,2%		14,2%
Limpieza	7,6%	12,0%	18,8%	19,8%	14,1%
Oferta turística	0,3%	14,9%	15,0%	11,1%	9,8%
Calidad de servicios /calidad de atención	4,2%	13,1%	12,4%	11,6%	9,7%
Precios	4,4%	11,5%	11,9%	8,2%	9,1%
Información Turística	1,6%	8,1%	9,1%	11,6%	6,7%
Infraestructura y mantenimiento	4,2%	10,2%	6,9%	8,2%	6,6%
Señalizar	6,3%	4,2%	7,6%	6,3%	6,5%
Rutas y caminos	0,3%	3,7%	2,0%	3,9%	1,9%
Servicios de transporte	0,8%	0,5%	0,1%		0,4%

Gasto	Julio
-------	-------

GDPT	427,39
------	--------

VALLES CALCHAQUIES

Cafayate

Provincia	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Buenos Aires	27,4%	7,2%	15,1%	29,8%	22,1%
Tucumán	23,4%	28,8%	15,8%	13,8%	21,9%
Salta	19,8%	38,8%	18,5%	5,3%	21,1%
Córdoba	3,8%	9,4%	10,3%	8,5%	6,4%
Santa Fe	4,4%	5,0%	9,6%	4,3%	5,4%
Jujuy	3,8%	2,2%	2,7%	14,9%	4,5%
Capital Federal	3,2%	5,8%	4,1%	0,0%	3,4%
Santiago del Estero	1,4%	0,7%	2,1%	14,9%	2,8%
Entre Ríos	2,0%	0,0%	4,1%	0,0%	1,9%
Mendoza	1,0%	0,0%	3,4%	3,2%	1,5%
Chaco	1,6%	2,2%	1,4%	0,0%	1,5%
Misiones	1,4%	0,0%	3,4%	0,0%	1,4%
Catamarca	1,8%	0,0%	0,7%	1,1%	1,2%
Corrientes	0,6%	0,0%	4,1%	1,1%	1,2%
Neuquén	0,6%	0,0%	2,1%	2,1%	0,9%
La Pampa	0,8%	0,0%	0,7%	1,1%	0,7%
Formosa	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
Río Negro	0,6%	0,0%	0,7%	0,0%	0,5%
San Juan	0,2%	0,0%	0,7%	0,0%	0,2%
Santa Cruz	0,2%	0,0%	0,7%	0,0%	0,2%
La Rioja	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
San Luis	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Chubut	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Tierra del Fuego	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	10000,0%	100,0%

Pais	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Francia	14,7%	23,5%	26,7%	33,3%	21,8%
Chile	5,9%	11,8%	10,0%	33,3%	10,3%
Uruguay	8,8%	0,0%	10,0%	16,7%	8,4%
Alemania	5,9%	11,8%	6,7%	16,7%	7,9%
Brasil	5,9%	0,0%	10,0%	0,0%	6,0%
Paraguay	11,8%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%
Holanda	5,9%	0,0%	6,7%	0,0%	4,8%
Bolivia	2,9%	11,8%	3,3%	0,0%	4,3%
Australia	2,9%	11,8%	3,3%	0,0%	4,3%
EEUU	5,9%	0,0%	3,3%	0,0%	3,6%

España	8,8%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%
Inglaterra	2,9%	0,0%	6,7%	0,0%	3,6%
Italia	5,9%	5,9%	0,0%	0,0%	3,3%
México	2,9%	0,0%	3,3%	0,0%	2,4%
Suiza	2,9%	0,0%	3,3%	0,0%	2,4%
Colombia	0,0%	0,0%	6,7%	0,0%	2,4%
Noruega	0,0%	11,8%	0,0%	0,0%	1,8%
Dinamarca	0,0%	11,8%	0,0%	0,0%	1,8%
Perú	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
Ucrania	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%

Grupo	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Familia	44,2%	52,6%	54,5%	31,0%	46,1%
Pareja o novio	26,0%	30,8%	17,6%	42,0%	26,9%
Amigos	18,4%	8,3%	13,1%	9,0%	14,8%
Solo	9,7%	5,8%	9,1%	10,0%	9,0%
Contingente	0,4%	2,6%	5,7%	6,0%	2,3%
Colegas	1,3%	0,0%	0,0%	2,0%	0,9%
Ns/Nc	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Motivo	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Ocio, esparcimiento o recreación	91,2%	95,5%	86,9%	69,0%	88,8%
Visitas a familiares o amigos	3,2%	3,8%	9,1%	1,0%	4,1%
Participación en eventos	1,1%	0,0%	0,6%	21,0%	2,9%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	2,4%	0,6%	2,8%	7,0%	2,7%
Estudio	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Belleza, bienestar	0,6%	0,0%	0,0%	2,0%	0,5%
Salud	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Otros	0,2%	0,0%	0,6%	0,0%	0,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Actividades	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Culturales					
peñas folclóricas	16,7%	7,7%	67,0%	32,0%	26,0%
Visitas a museos o Iglesias	31,6%	60,9%	81,8%	67,0%	49,2%
Ferias o exposición de artesanías	39,5%	58,3%	76,1%	49,0%	50,2%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	0,2%	0,0%	2,8%	0,0%	0,6%
Turismo de aventura					
Treking	9,9%	0,0%	0,0%	11%	6,6%
Rafting	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%	0,3%
Cabalgata	5,2%	1,3%	10,2%	7,0%	5,7%
Travesías en 4*4	0,4%	2,6%	0,6%	0,0%	0,7%

Otra actividad de turismo alternativo	4,7%	8,3%	6,8%	5%	5,7%
Experiencias vinculadas al mundo del vino					
	50,0%	42,3%	25,6%	48,0%	44,1%
Observación de aves	0,0%	0,0%	2,3%	0,0%	0,4%
Turismo rural	0,0%	0,0%	0,0%	1%	0,1%

Medio de transporte	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Automóvil particular	57,3%	63,5%	59,7%	71,0%	60,1%
Ómnibus de línea regular	34,0%	26,3%	29,0%	17,0%	30,1%
Automóvil alquilado	4,0%	3,8%	5,1%	1,0%	3,9%
Transporte aéreo	2,3%	0,6%	2,8%	5,0%	2,4%
Ómnibus alquilado	0,8%	5,1%	1,7%	6,0%	2,2%
Otro	0,9%	0,6%	1,1%		0,8%
A dedo	0,4%		0,6%		0,3%
Moto	0,2%		0,0%		0,1%
Remis	0,2%		0,0%		0,1%

Fidelidad	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Si	57,5%	69,2%	46,8%	56,0%	57,3%
No	42,5%	30,8%	53,2%	44,0%	42,7%

Satisfacción	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General	
Satisfacción general	S/D	1,59	1,57	1,75	1,62	1 Muy Bueno
Satisfacción de Precios	S/D	3,21	3,11	2,93	3,11	5 Muy caro

Lo mejor	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	52,2%	62,2%	42,2%	21,4%	48,8%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	14,2%	32,1%	20,2%	23,5%	19,1%
Todo	8,6%	0,0%	7,5%	10,2%	7,2%
Casco histórico / arquitectura / edificios	3,7%	1,3%	6,9%	18,4%	5,4%
Lugares Turísticos	4,8%	0,0%	9,8%	0,0%	4,4%
Ofertas turísticas, eventos	4,2%	4,5%	4,6%	4,1%	4,3%
Infraestructura	4,7%	0,0%	5,8%	3,1%	4,0%
Cultura/ museos	3,1%	0,0%	0,0%	15,3%	3,3%
Peñas folklóricas / Pub	2,1%	0,0%	1,2%	2,0%	1,6%
Calidad de los servicios	1,5%	0,0%	1,2%	1,0%	1,1%
Limpieza	0,9%	0,0%	0,6%	1,0%	0,7%

Lo que Cambiaría	Verano	Sem Santa	Julio	Octubre	General
Precios	9,2%	24,4%	2,5%	8,9%	10,4%

Calidad de servicios /calidad de atención	3,8%	19,8%	11,1%	13,3%	8,7%
Oferta turística	1,9%	23,3%	14,8%	11,1%	8,7%
Nada	14,6%	2,3%	0,0%	0,0%	8,4%
Infraestructura y mantenimiento	1,3%	15,1%	13,6%	20,0%	7,7%
Información Turística	4,9%	7,0%	17,3%	0,0%	7,0%
Limpieza	3,2%	2,3%	12,3%	22,2%	6,7%
Rutas y caminos	3,2%	1,2%	17,3%	0,0%	5,1%
Señalizar	3,6%	1,2%	11,1%	4,4%	4,7%
Servicios de transporte	2,4%	2,3%	0,0%	0,0%	1,7%
Tránsito	1,7%	1,2%	0,0%	4,4%	1,6%

Gasto	Julio
GDPT	263,15

Cachi:

Provincia	Verano	Julio	General
Buenos Aires	40,9%	57,1%	45%
Salta	33,5%	2,0%	27%
Tucumán	6,5%	5,1%	6%
Capital Federal	4,1%	12,2%	6%
Córdoba	3,5%	5,1%	4%
Santa Fe	2,1%	3,1%	2%
Jujuy	2,6%	0,0%	2%
Mendoza	1,5%	3,1%	2%
Entre Ríos	0,9%	5,1%	2%
Corrientes	1,2%	2,0%	1%
Otras Provincias	0,0%	3,1%	1%
Formosa	0,9%	0,0%	1%
Misiones	0,9%	0,0%	1%

Pais	Verano	Julio	Octubre
Francia	32,2%	33,3%	32,6%
Otros paises	0,0%	26,7%	9,0%
España	10,2%	6,7%	9,0%
Alemania	6,8%	13,3%	9,0%
Inglaterra	5,1%	13,3%	7,9%
Chile	6,8%	0,0%	4,5%
EEUU	6,8%	0,0%	4,5%
Canadá	6,8%	0,0%	4,5%
Bolivia	5,1%	0,0%	3,4%
Bélgica	5,1%	0,0%	3,4%
Paraguay	0,0%	6,7%	2,2%
Suiza	3,4%	0,0%	2,2%
Perú	1,7%	0,0%	1,1%
Ecuador	1,7%	0,0%	1,1%
Italia	1,7%	0,0%	1,1%

Grupo	Verano	Julio	General
Familia	35,3%	45,1%	37%
Pareja o novio	27,4%	6,2%	23%
Amigos	23,4%	12,4%	21%
Solo	12,2%	2,7%	10%
Contingente	1,2%	33,6%	8%
Colegas	0,5%	0,0%	0%

Motivo	Verano	Julio	General
Ocio, esparcimiento o recreación	86,0%	98,2%	88,7%
Participación en eventos	4,6%	0,0%	3,6%

Visitas a familiares o amigos	4,1%	0,0%	3,2%
Belleza, bienestar	2,0%	0,0%	1,6%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	1,8%	0,0%	1,4%
Otros	1,2%	0,0%	0,9%
Salud	0,3%	0,0%	0,2%
Estudio	0,0%	0,9%	0,2%
Motivos religiosos	0,0%	0,9%	0,2%

Actividades	Verano	Julio	General
Cultutales			
peñas folclóricas	5,9%	23,9%	9,9%
Visitas a museos o Iglesias	52,3%	23,0%	45,8%
Ferias o exposición de artesanías	50,5%	23,9%	44,6%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	22,6%	2,7%	18,2%
Turismo de aventura			
Treking	3,9%	0,9%	3,2%
Rafting	0,0%	0,0%	0,0%
Cabalgata	4,8%	2,7%	4,3%
Travesías en 4*4			0,0%
Otra actividad de turismo alternativo	0,5%	1,8%	0,8%
Experiencias vinculadas al mundo del vino	4,8%	6,2%	5,1%
Observación de aves	1,0%	0,9%	1,0%
Turismo rural	1,0%	0,0%	0,8%

Medio de transporte	Verano	Julio	General
Automóvil particular	43,6%	53,1%	45,7%
Ómnibus de línea regular	43,4%	6,2%	35,1%
Ómnibus alquilado	1,5%	37,2%	9,4%
Automóvil alquilado	6,6%	1,8%	5,5%
Transporte aéreo	2,1%	1,8%	2,0%
Otro	1,8%	0,0%	1,4%
A dedo	0,7%	0,0%	0,5%
Moto	0,3%	0,0%	0,2%

Fidelidad	Verano	Julio	Octubre
Si	41,0%	46,8%	42%
No	59,0%	53,2%	58%

Satisfaccion	Verano	Julio	Octubre
--------------	--------	-------	---------

Satisfacción general	1,64	1,25	1,55	1 Muy Bueno 5 Muy caro
Satisfacción de Precios	2,73	2,64	2,71	

Lo mejor	Verano	Julio	General
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	36,5%	36,6%	37%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	8,1%	16,1%	10%
Todo	8,1%	8,0%	8%
Casco histórico / arquitectura / edificios	5,8%	11,6%	7%
Ofertas turísticas, eventos	0,0%	11,6%	3%
Limpieza	0,3%	6,3%	2%
Cultura/ museos	0,3%	5,4%	1%
Infraestructura	0,8%	3,6%	1%

Lo que Cambiaría	Verano	Julio	General
Nada	37,0%	0,0%	28,8%
Rutas y caminos	7,5%	14,8%	9,1%
Precios	8,3%	3,7%	7,3%
Oferta turística	3,7%	14,8%	6,2%
Infraestructura y mantenimiento		25,9%	5,8%
Limpieza	3,7%	11,1%	5,4%
Servicios de transporte	5,6%	0,0%	4,4%
Calidad de servicios /calidad de atención		18,5%	4,1%
Tránsito	1,9%	7,4%	3,1%
Información Turística	1,9%	3,7%	2,3%
Señalizar	1,9%	0,0%	1,5%

Gasto	Julio
GDPT	361,1

PUNA

San Antonio de los Cobres

Provincia	General
Buenos Aires	61,1%
Capital Federal	24,1%
Chaco	3,7%
Córdoba	3,7%
Mendoza	3,7%
Corrientes	1,9%
Santa Fe	1,9%

Países	Julio
Francia	33,3%
Otros países	33,3%
EEUU	16,7%
Alemania	16,7%

Grupo	Julio
Contingente	40,0%
Familia	38,3%
Pareja o novio	11,7%
Amigos	8,3%
Solo	1,7%
Colegas	0,0%

Motivo	Julio
Ocio, esparcimiento o recreación	98,3%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	1,7%

Actividades	Julio
Cultutales	
peñas folclóricas	61,7%
Visitas a museos o Iglesias	71,7%
Ferias o exposición de artesanías	66,7%
Asistir a un festival folclórico u otro evento cultural	1,7%
Turismo de aventura	
Trekking	13,3%
Cabalgata	8,3%
Otra actividad de turismo alternativo	6,7%
Observación de aves	1,7%

Medio de transporte	Julio
Automóvil particular	41,7%
Ómnibus de línea regular	28,3%
Transporte aéreo	23,3%
Ómnibus alquilado	6,7%

Fidelidad	Julio
Si	46,8%
No	53,2%

Satisfaccion	Julio
Satisfacción general	1,74
Satisfacción de Precios	2,79

1 Muy
Bueno
5 Muy caro

Lo mejor	Julio
Todo	46,7%
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación/ clima	25,0%
Hospitalidad/ amabilidad/ Tranquilidad/ seguridad	16,7%
Casco histórico / arquitectura / edificios	6,7%
Cultura/ museos	5,0%

Lo que Cambiaria	Julio
Rutas y caminos	31,3%
Precios	18,8%
Calidad de servicios /calidad de atención	18,8%
Oferta turística	12,5%
Información Turística	12,5%
Señalizar	6,3%

Gasto	Julio
GPDT	230,13

Invierno

¿Cuándo llegó a la localidad?	Residencia habitual- País							Total
	Bolivia	Chile	Brasil	Paraguay	EEUU	Francia	Inglaterra	
Un día y una noche	36,1%	32,0%	34,6%	44,2%	33,3%	59,4%	58,6%	45,6%
Dos noches y una semana	50,0%	48,0%	38,5%	50,0%	37,5%	21,7%	31,0%	37,9%
Una semana a un mes	8,3%	12,0%	11,5%	1,9%	12,5%	11,6%	3,4%	8,4%
Excursionistas	5,6%	8,0%	15,4%	3,8%	8,3%	7,2%	6,9%	7,3%
Más de un mes					8,3%			,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

¿Viene de vacaciones, por trabajo o por otro motivo?	Residencia habitual- País							Total
	Bolivia	Chile	Brasil	Paraguay	EEUU	Francia	Inglaterra	
Ocio, esparcimiento o recreación	61,1%	68,0%	92,3%	32,7%	91,7%	87,0%	93,1%	72,4%
Participación en eventos	2,8%			61,5%				12,6%
Visitas a familiares o amigos	27,8%	12,0%	7,7%	1,9%		7,2%		8,0%
Trabajos, negocios, motivos profesionales	2,8%	12,0%		3,8%	4,2%		3,4%	3,1%
Motivos religiosos	5,6%	8,0%			4,2%	2,9%		2,7%
por la peregrinación Virgen del Cerro						2,9%		,8%
Por Conocer							3,4%	,4%

	Residencia habitual- Pais							Total
	Bolivia	Chile	Brasil	Paraguay	EEUU	Francia	Inglaterra	
Cultura	19,4%	28,0%	34,6%	26,9%	20,8%	42,0%	44,8%	32,2%
Paisajes naturales y le gusta la provincia	11,1%	20,0%	23,1%	13,5%	45,8%	21,7%	24,1%	21,1%
Entretenimientos			7,7%	30,8%		4,3%		8,0%
Recomendación	5,6%	4,0%	11,5%	1,9%	4,2%	5,8%	17,2%	6,5%
Proximidad	16,7%	8,0%				5,8%		4,6%
Conocer el Norte Argentino	2,8%	8,0%	3,8%	1,9%	4,2%	4,3%	3,4%	3,8%
Ns nc	8,3%			3,8%		1,4%		2,3%
Visita a ferias / congresos	2,8%	8,0%				1,4%		1,5%
Trabajo / Negocios				3,8%	4,2%			1,1%
Estaba de paso	2,8%					1,4%		,8%
Contacto con la naturaleza		4,0%			4,2%			,8%
Precios					4,2%	1,4%		,8%

¿Ya había venido a la provincia de Salta antes?	Residencia habitual- Pais						
	Bolivia	Chile	Brasil	Paraguay	EEUU	Francia	Inglaterra
No	47,2%	44,0%	61,5%	75,0%	66,7%	65,2%	82,8%
Si	52,8%	56,0%	38,5%	25,0%	33,3%	34,8%	17,2%

¿Vinieron en auto, colectivo, avión, o de qué manera?	Residencia habitual- País							Total
	Bolivia	Chile	Brasil	Paraguay	EEUU	Francia	Inglaterra	
Ómnibus de línea regular	44,4%	44,0%	50,0%	30,8%	25,0%	49,3%	65,5%	44,1%
Automóvil particular	33,3%	40,0%	34,6%	38,5%	12,5%	31,9%	20,7%	31,4%
Ómnibus alquilado	11,1%	12,0%	7,7%	19,2%	4,2%	11,6%	3,4%	11,1%
Transporte aéreo	2,8%	4,0%	3,8%	11,5%	54,2%	2,9%	10,3%	10,3%
Automóvil alquilado	5,6%		3,8%			4,3%		2,3%
Trafic de turismo					4,2%			,4%
Remis	2,8%							,4%

Que es lo mejor de la Localidad?	Residencia habitual- País							Total
	Bolivia	Chile	Brasil	Paraguay	EEUU	Francia	Inglaterra	
Paisaje / cerros / naturaleza / vegetación / clima	14,3%	24,0%	38,5%	19,2%	21,7%	27,3%	25,9%	24,0%
Hospitalidad / amabilidad / Tranquilidad / seguridad	20,0%	20,0%	7,7%	28,8%	26,1%	19,7%	22,2%	21,3%
Casco histórico / arquitectura / edificios	22,9%	20,0%	30,8%	17,3%	21,7%	12,1%	14,8%	18,5%
Ofertas turísticas, eventos	14,3%	8,0%	7,7%	11,5%	13,0%	7,6%	7,4%	9,8%
Cultura / museos	5,7%			13,5%	8,7%	6,1%	18,5%	7,9%
Todo	14,3%	16,0%		3,8%	4,3%	6,1%		6,3%
Lugares Turísticos	2,9%	4,0%	3,8%			7,6%		3,1%
Infraestructura						6,1%	11,1%	2,8%
Calidad de los servicios	2,9%		7,7%	1,9%		3,0%		2,4%
Peñas folklóricas / Pub		8,0%	3,8%	1,9%	4,3%	1,5%		2,4%
Limpieza	2,9%			1,9%		3,0%		1,6%

Que debería Cambiar en la Localidad	Residencia habitual- Pais							Total
	Bolivia	Chile	Brasil	Paraguay	EEUU	Francia	Inglaterra	
Oferta turística	20,0%	30,8%	25,0%	9,7%		8,6%	30,0%	15,3%
Calidad de servicios /calidad de atención	8,0%	7,7%		29,0%	9,1%	11,4%	30,0%	14,6%
Limpieza	20,0%	15,4%	16,7%	9,7%	18,2%	17,1%		14,6%
Información Turística	8,0%	7,7%	16,7%	25,8%	9,1%	14,3%		13,9%
Infraestructura y mantenimiento	16,0%	7,7%	25,0%	6,5%	18,2%	17,1%		13,1%
Tránsito	8,0%	15,4%	16,7%	12,9%	18,2%	14,3%	10,0%	13,1%
Precios	16,0%	15,4%		3,2%	18,2%	8,6%	20,0%	10,2%
Señalizar	4,0%			3,2%	9,1%	2,9%	10,0%	3,6%
Rutas y caminos						5,7%		1,5%

Residencia habitual- Pais	Gasto
Bolivia	360,11
Chile	428,90
Brasil	433,26
Paraguay	540,76
EEUU	673,72
Francia	418,18
Inglaterra	274,42

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, Oran y Metan

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, Julio y Octubre de 2011
5. *Puntos de muestreo:*

- a. Salta Capital: Plaza 9 de Julio, Cabildo, Catedral, Museos, Iglesias, Convento, Calle Balcarce, Parque San Martín, Monumento a Guemes, 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, Metan, Oran, Rosario de la Frontera, San Carlos, San Antonio de los Cobres, Tartagal.

6. Alcance:

	Verano	Semana Santa	Julio	Octubre	Total	%
Salta	1.332	653	1.702	377	4.064	63,0%
San Lorenzo	212	93	151	-	456	7,1%
Cafayate	534	156	176	100	966	15,0%
Cachi	394	-	113	-	507	7,9%
Rosario de la Frontera	61	-	74	-	135	2,1%
SA de los Cobres	10	-	60	-	70	1,1%
Metan	20	-	-	-	20	0,3%
Cnel. Moldes	44	-	70	-	114	1,8%
San Carlos	-	-	24	-	24	0,4%
Oran	-	-	-	47	47	0,7%
Tartagal	-	-	-	44	44	0,7%
Total	2.607	902	2.370	568	6.447	100,0%

	Frecuencia	%
Femenino	2.973	46%
Masculino	3.474	54%
Total	6.447	100,0%

	Frecuencia	%
Argentino	5.460	85%
Extranjero	987	15%
Total	6.447	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". 5

- 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.