

Turismo de Cultura

Dirección Nacional de Mercados y
Estadística

**SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO
ESTRATÉGICO**



Ministerio de
Turismo y Deportes
Argentina

Índice

Turismo de Cultura	3
Encuesta de Turismo Internacional (ETI)	4
Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH)	14

Turismo de Cultura

En el presente documento se brinda información estadística relacionada con las prácticas turísticas en entornos culturales. Para ello se consideró la realización de actividades relativas al turismo de cultura captadas por la **Encuesta de Turismo Internacional (ETI)** para turistas no residentes y la **Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH)** para turistas residentes.

¿Qué se entiende por Turismo de Cultura?

Según la ETI, se pueden considerar las siguientes actividades:

- Actividades culturales en lugares urbanos.
- Asistencia a eventos deportivos o culturales.
- Actividades de tango.
- Actividades vinculadas al vino.
- Actividades vinculadas con la gastronomía.

Según la EVyTH, se consideran las siguientes actividades:

- Asistencia a actos o festividades religiosas.
- Visitas a teatros, cines, conciertos o recitales.
- Visitas a museos, monumentos, parques temáticos, zoológicos, etc.
- Asistencia a espectáculos deportivos.

Encuesta de Turismo Internacional (ETI)

La **Encuesta de Turismo Internacional (ETI)** es un relevamiento de periodicidad mensual realizado de manera conjunta entre el **Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación** y el **INDEC**. Su principal objetivo es la caracterización del perfil de los **turistas no residentes en la Argentina** que visitan nuestro país y de los turistas residentes que visitan otros países. Algunos de los indicadores producidos son: lugar de origen/destino, destino/s visitado/s, motivo del viaje, tipo de alojamiento utilizado, forma de organización y gasto del viaje, entre otros.

El turismo de cultura ha tenido una participación en aumento en los últimos años; según los datos arrojados por la ETI, mientras que, en el año 2014, las actividades de cultura representaban el 68% de los turistas no residentes que visitaron el país, en el año 2019, esta cifra ascendió a 83%. Es decir, que 5 de cada 6 turistas no residentes que visitaron Argentina en 2019 (por los pasos ETI), realizaron alguna actividad relacionada con el turismo de cultura: visitas a teatros, museos, actividades de tango, asistencia a eventos culturales, actividades de gastronomía, entre otras.

PARTICIPACIÓN ANUAL DE LOS TURISTAS QUE REALIZARON TURISMO DE CULTURA* DURANTE SU VISITA A LA ARGENTINA.

Aerop. Intern. de Ezeiza, Aeroparque J. Newbery, Aerop. Intern. de Córdoba, Aerop. Intern. de Mendoza, Paso Internacional Cristo Redentor y Terminal de Buquebús en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Años 2014-2019

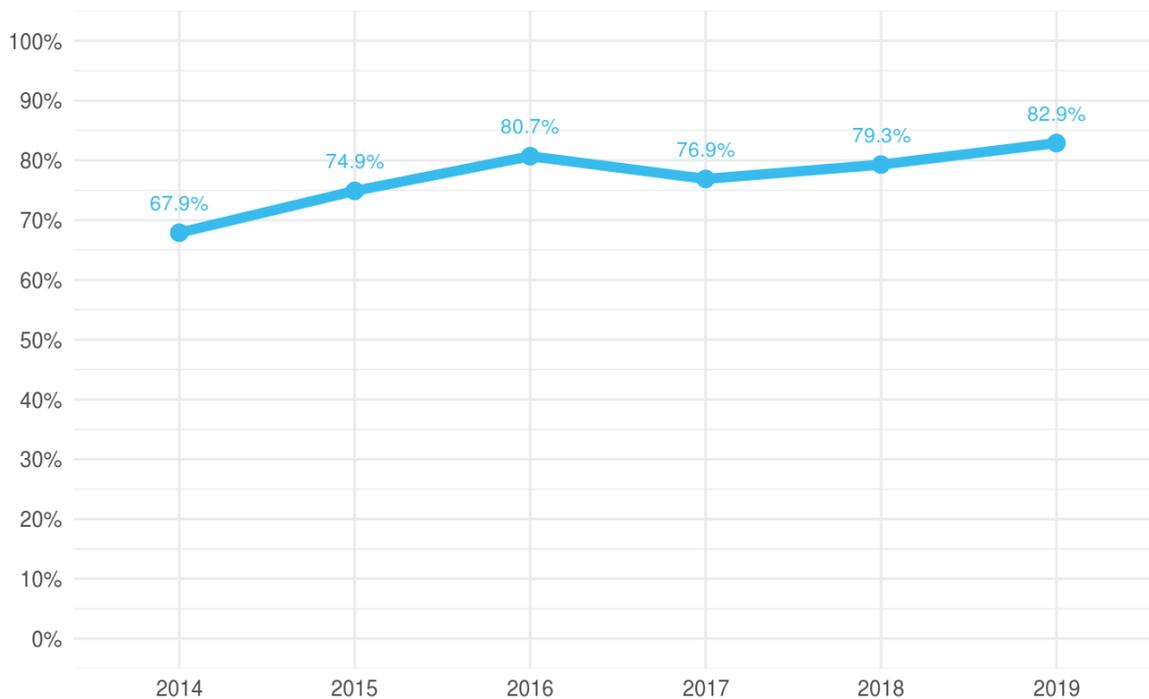
Año	Total Turistas	Turismo de Cultura	Participación del turismo de cultura respecto al total
2014	2.828.771	1.921.950	67,9%
2015	2.640.394	1.978.168	74,9%
2016	2.579.355	2.081.326	80,7%
2017	2.692.085	2.071.425	76,9%
2018	3.163.961	2.508.596	79,3%
2019	3.431.860	2.844.059	82,9%

Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística en base a la Encuesta de Turismo Internacional (ETI).

***Incluye actividades culturales en lugares urbanos, actividades de tango, asistencia a eventos deportivos o culturales, actividades vinculadas al vino/gastronomía (en los formularios 2014-2017, actividades vinculadas al vino y gastronomía eran una sola categoría, a partir del 2018 fueron consideradas dos actividades separadas, que fueron unificadas para presentar los resultados de este informe.**

Notas: Los datos correspondientes al período 2014-2017 corresponden a Ezeiza, Aeroparque, Terminal de Buquebús en el Puerto de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Aeropuerto Internacional de Córdoba.

PARTICIPACIÓN ANUAL DE LOS TURISTAS QUE REALIZARON TURISMO DE CULTURA DURANTE SU VIAJE POR ARGENTINA



Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística en base a la Encuesta de Turismo Internacional (ETI).

Las actividades más destacadas fueron, en el año 2019, aquellas vinculadas con la gastronomía y el vino del país (57% de participación de los turistas en el total) y las actividades culturales en general desarrolladas en espacios urbanos (59%).

PARTICIPACIÓN ANUAL DE LOS TURISTAS QUE REALIZARON ACTIVIDADES DE TURISMO DE CULTURA DURANTE SU VISITA A LA ARGENTINA SOBRE EL TOTAL DE TURISTAS, SEGÚN ACTIVIDAD.

Aerop. Intern. de Ezeiza, Aeroparque J. Newbery, Aerop. Intern. de Córdoba, Aerop. Intern. de Mendoza, Paso Internacional Cristo Redentor y Terminal de Buquebús en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Años 2014-2019.

Actividad	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Acts. culturales en lugares urbanos	57,0%	59,9%	61,6%	55,6%	51,0%	58,5%
Actividades de tango	24,9%	21,7%	18,9%	19,0%	14,8%	17,4%
Asistencia a eventos deportivos/culturales	6,9%	7,1%	6,8%	7,4%	7,8%	6,1%
Actividades vinculadas a la gastronomía/vino	26,5%	43,8%	55,1%	50,3%	58,2%	56,7%

Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística en base a la Encuesta de Turismo Internacional (ETI).

Al analizar el perfil de este tipo de turistas, se observó que dichas actividades se realizaron de forma homogénea durante todo el año y que Brasil fue el principal mercado que consumió este tipo de turismo en el país durante el 2019. Más precisamente, el 25,5% de los turistas que realizaron actividades culturales durante ese mismo año fueron de origen brasileño. En menor medida, se ubicaron los turistas chilenos (19%), los europeos y del resto de América (16% en cada caso).

Casi un 40% de los turistas de cultura eligieron como principal tipo de alojamiento los hoteles de 4 y 5 estrellas, y, un poco más de un 20% se hospedaron (en cada caso) en hoteles de menor categoría y en casa de familiares o amigos.

El principal motivo de viaje de los turistas de cultura durante el año 2019 fue por vacaciones, recreación y ocio (62% de participación) y no utilizaron paquetes turísticos para viajar a la Argentina.

PERFIL DEL TURISMO DE CULTURA - AÑO 2019

Aerop. Intern. de Ezeiza, Aeroparque J. Newbery, Aerop. Intern. de Córdoba, Aerop. Intern. de Mendoza, Paso Internacional Cristo Redentor y Terminal de Buquebús en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Variable	Total Turistas	Turismo de Cultura
Trimestre		
I Trimestre	26,9%	25,4%
II Trimestre	22,3%	24,2%
III Trimestre	23,9%	25,8%
IV Trimestre	26,9%	24,7%
País de residencia		
Bolivia	2,0%	2,6%
Brasil	24,6%	25,5%
Chile	14,6%	18,9%
Paraguay	2,2%	2,3%
Uruguay	8,9%	5,3%
EE.UU y Canadá	10,4%	10,6%
Resto América	13,6%	16,0%
Europa	18,1%	16,4%
Resto del mundo	5,6%	2,4%
Principal tipo de alojamiento		
Casa de familiares o amigos	25,7%	21,7%
Hotel 1, 2 y 3 estrellas	19,9%	21,2%
Hotel 4 y 5 estrellas	35,6%	36,8%
Otro	18,9%	20,3%
Principal motivo de viaje		
Vacaciones/ocio/recreación	50,9%	62,0%
Visita a familiares o amigos	24,6%	20,3%
Negocios, Congreso, Conferencia	18,6%	13,5%
Otros motivos	5,8%	4,2%
Utilización de paquete turístico		
Sin paquete turístico	86,3%	86,4%
Con paquete turístico	13,7%	13,6%

Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística en base a la Encuesta de Turismo Internacional (ETI).

Para los turistas que realizaron actividades culturales, el la estadía promedio del viaje fue, en el año 2019, de 11,4 noches, levemente inferior al promedio del total del turismo receptivo relevado por la Encuesta (12 noches en promedio).

Por otra parte, el gasto promedio por día ascendió a US\$80 y a US\$906 por turista.

Se observa que, en años anteriores, la estadía promedio y el gasto promedio por turista del perfil de cultura se encontraban aún más por debajo del promedio general, aunque con una tendencia en aumento.

PERFIL DEL TURISMO DE CULTURA - AÑO 2019

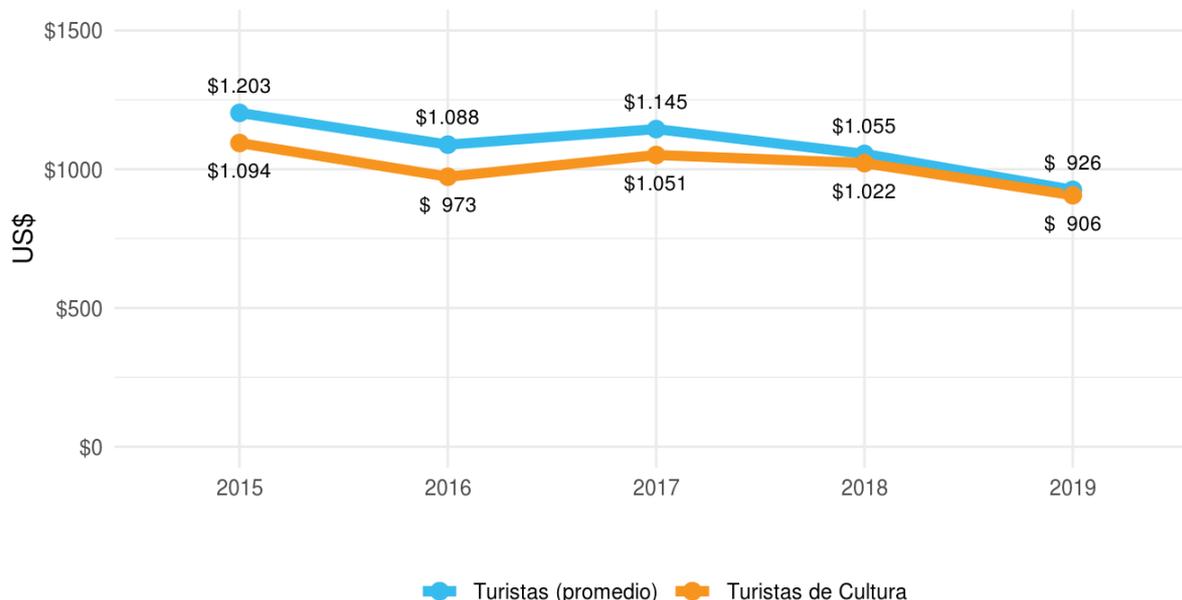
Estadía y gasto promedio

Variable:	Total Turistas	Turistas de cultura
Estadía promedio en la Argentina (en noches)	12,0	11,4
Gasto por turista (en US\$)	925,7	906,2
Gasto promedio diario (en US\$)	77,3	79,6

Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística en base a la Encuesta de Turismo Internacional (ETI).

GASTO PROMEDIO POR TURISTA EN USD (2015-2019)

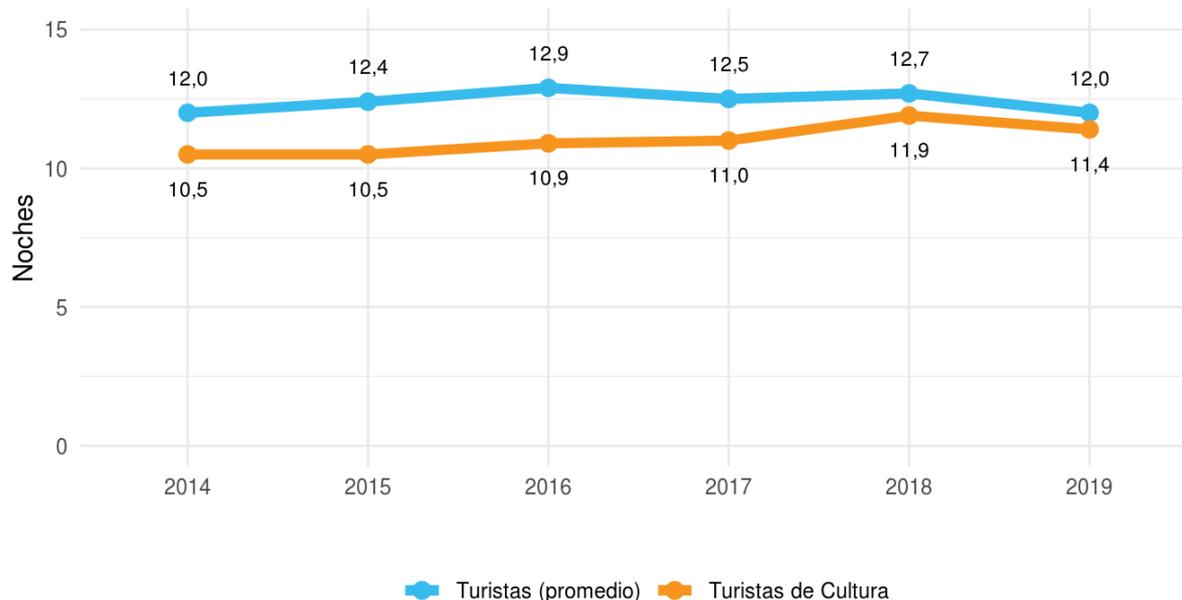
Aerop. Intern. de Ezeiza, Aeroparque J. Newbery, Aerop. Intern. de Córdoba, Aerop. Intern. de Mendoza, Paso Internacional Cristo Redentor y Terminal de Buquebús en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.



Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística en base a la Encuesta de Turismo Internacional (ETI).
 Nota: A partir de 2015 se modificó la metodología de estimación del gasto de los turistas, se omitieron los datos del 2014 por no ser comparables con el resto de la serie.

ESTADÍA PROMEDIO (EN NOCHES) POR TURISTA (2015-2019)

Aerop. Intern. de Ezeiza, Aeroparque J. Newbery, Aerop. Intern. de Córdoba, Aerop. Intern. de Mendoza, Paso Internacional Cristo Redentor y Terminal de Buquebús en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.



Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística en base a la Encuesta de Turismo Internacional (ETI).
Nota: A partir de 2015 se modificó la metodología de estimación del gasto de los turistas, se omitieron los datos del 2014 por no ser comparables con el resto de la serie.

Los valores culturales son un aspecto de gran influencia a la hora de viajar a la Argentina. El 51% del total de los turistas no residentes que visitaron el país en el año 2019, encuestados en el Aerop. Intern. de Ezeiza, Aeroparque J. Newbery, Aerop. Intern. de Córdoba, Aerop. Intern. de Mendoza, Paso Internacional Cristo Redentor y Terminal de Buquebús en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, declararon a los *valores culturales* como su principal aspecto de decisión.

No obstante, para los turistas que realizaron efectivamente actividades culturales ese mismo año, dicho aspecto también fue de relevancia, aunque su participación fue levemente inferior (48,1%) al perfil general, destacándose también aquellos aspectos relacionados con la diversidad de naturaleza y paisajes (28%), la proximidad a la Argentina (22%) y la relación precio-calidad (21% de los turistas de cultura) que ofrece el país.

Aspectos que influyeron en la decisión de viajar a la Argentina (calculada en base a los que viajaron por vacaciones, estudio, salud o compras) - Año 2019

TOTAL TURISTAS

Aspectos influyentes:	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Relación precio/calidad	23,2%	17,6%	15,2%	13,7%	16,2%	20,3%
Diversidad de naturaleza y paisaje	19,7%	22,3%	28,1%	31,1%	28,5%	30,1%
Valores culturales	36,1%	40,1%	48,1%	52,1%	48,7%	50,8%
Proximidad	28,3%	23,2%	23,4%	23,8%	22,8%	20,2%
País gay friendly	0,6%	0,4%	0,3%	0,4%	0,4%	0,5%
Actividades específicas	8,3%	8,3%	9,6%	12,8%	13,9%	11,3%
Familia/amigos (1)	-	12,9%	16,0%	14,8%	13,1%	11,2%
Otros (2)	21,8%	13,1%	9,0%	7,0%	8,2%	7,4%

(1) Se incluyó a partir del cuestionario 2015.

(2) A partir del año 2017, se incluyó dentro de los aspectos influyentes al "reintegro del IVA", que se presenta agregada en la categoría "otros".

Aspectos que influyeron en la decisión de viajar a la Argentina (calculada en base a los que viajaron por vacaciones, estudio, salud o compras) - Año 2019

TURISMO DE CULTURA

Aspectos influyentes:	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Relación precio/calidad	31,0%	22,7%	19,1%	15,8%	16,3%	21,2%
Diversidad de naturaleza y paisaje	16,7%	16,3%	21,2%	24,0%	27,2%	28,3%
Valores culturales	38,2%	43,1%	49,6%	52,2%	49,0%	48,1%
Proximidad	34,0%	32,8%	32,4%	32,4%	26,5%	21,8%
País gay friendly	0,7%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,7%
Actividades específicas	7,7%	6,9%	8,3%	11,5%	14,2%	12,8%
Familia/amigos (1)	-	10,0%	13,0%	13,3%	11,7%	11,0%
Otros (2)	16,1%	9,8%	7,2%	5,8%	8,5%	10,3%

(1) Se incluyó a partir del cuestionario 2015.

(2) A partir del año 2017, se incluyó dentro de los aspectos influyentes al "reintegro del IVA", que se presenta agregada en la categoría "otros".

La calificación promedio que los turistas no residentes de cultura durante su estadía en general en Argentina fue de 4,5 puntos, siendo los servicios de gastronomía los mejores calificados (4,4 puntos promedio) y la higiene, el peor (3,9 puntos).

PERFIL DEL TURISMO DE CULTURA - AÑO 2019

Calificación de servicios en nuestro país (5 máxima calificación)

Dimensión	Total Turistas	Turistas de cultura
Transporte interno	4,0	4,1
Alojamiento	4,2	4,3
Servicio de gastronomía	4,4	4,4
Información turística de destino	4,1	4,2
Higiene	3,8	3,9
Seguridad	4,1	4,2
In out aeropuerto	4,1	4,1
Estadía en general	4,4	4,5

Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística en base a la Encuesta de Turismo Internacional (ETI).

Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH)

La **Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH)** es una encuesta a hogares, realizada mensualmente por el **Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación**, cuyo objetivo es proporcionar información sobre los viajes turísticos de los residentes de Argentina hacia dentro y fuera del país. En este informe, sin embargo, se presentarán y analizarán datos de los viajes turísticos realizados dentro del país haciendo énfasis en el turismo de cultura. El lugar de destino, motivo del viaje, tipo de alojamiento, medio de transporte, actividades realizadas, son algunos de los indicadores generados en base a este relevamiento.

La participación del turismo de cultura realizado por la población con residencia en la Argentina muestra una tendencia general decreciente -pese a que en algunos de los años de la serie se observen pequeñas alzas-, pasando de 29,1% en 2012 a 14% en 2019.

PARTICIPACIÓN ANUAL DE LOS TURISTAS QUE REALIZARON TURISMO DE CULTURA* DURANTE SU VIAJE POR ARGENTINA

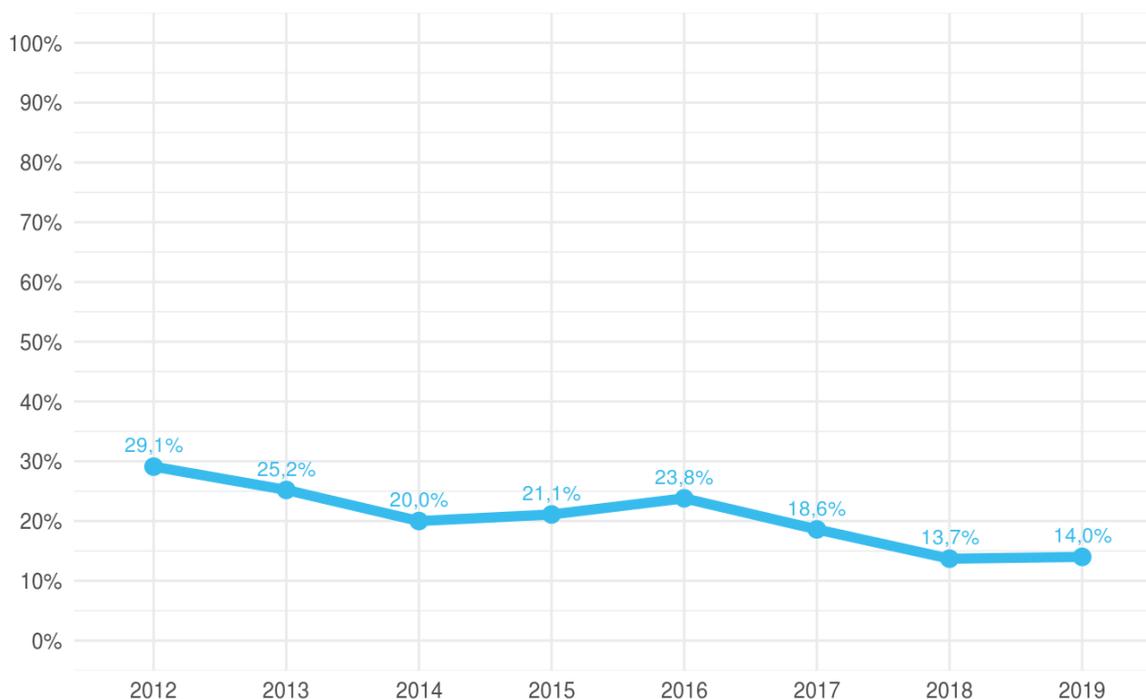
Turistas provenientes de 32 grandes aglomerados urbanos del país

Año	Total Turistas	Turistas de Cultura	Participación del Turismo de Cultura con respecto al total
2012	29.330.580	8.522.033	29,1%
2013	30.242.823	7.632.095	25,2%
2014	28.923.565	5.782.652	20,0%
2015	27.172.794	5.733.854	21,1%
2016	25.564.905	6.085.840	23,8%
2017	30.374.885	5.660.904	18,6%
2018	27.522.410	3.767.819	13,7%
2019	26.756.716	3.746.144	14,0%

Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística en base a la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH).

*** Incluye asistencia a actos y festividades religiosas, espectáculos deportivos, teatros, cines, recitales, conciertos, museos, monumentos históricos, parques temáticos, zoológicos, etc.**

PARTICIPACIÓN ANUAL DE LOS TURISTAS QUE REALIZARON TURISMO DE CULTURA DURANTE SU VIAJE POR ARGENTINA



Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística en base a la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH).

La actividad más realizada en el año 2019 fue la visita a museos, monumentos, parques temáticos, zoológicos, etc., con un 10,3% de participación sobre el total de los turistas.

Turistas según actividad realizada

Turistas provenientes de 32 grandes aglomerados urbanos del país. Año 2019.

Actividad Realizada	Turistas	Participación %
Visitaron museos, monumentos, parques temáticos, zoológicos, etc.	2.747.161	10,3%
Asistieron al teatro, al cine, a ver conciertos o a recitales.	1.134.445	4,2%
Asistieron a algún acto o festividad religiosa.	576.890	2,2%
Asistieron a ver algún espectáculo deportivo.	149.184	0,6%

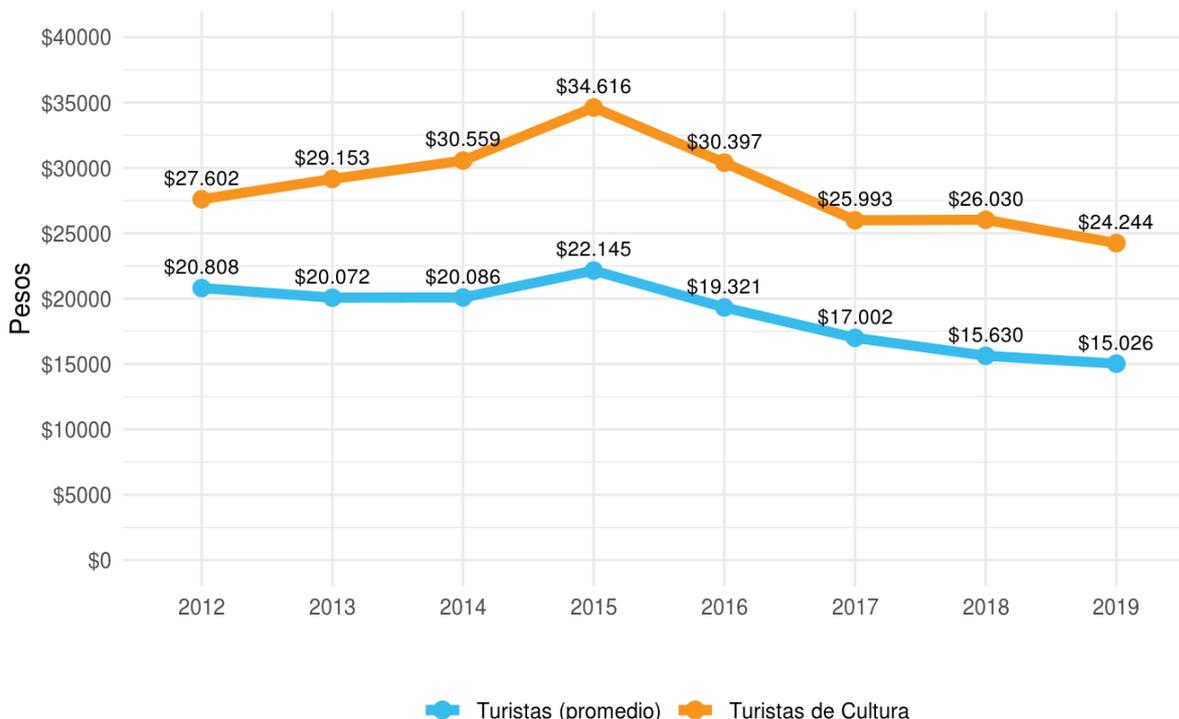
Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística en base a la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH).

La estadía media fue de 6,7 noches, por encima de la observada en el turista general (5,3 noches). El gasto promedio diario por turista alcanzó los \$3.634, superando también al gasto realizado por el total de los turistas (\$2.846), mientras que el gasto promedio total por turista (considerando toda la estadía) fue de \$24.244.

Estadía y gasto*				
	Turistas Totales		Turistas de Cultura	
	Estadía media	Gasto diario	Estadía media	Gasto diario
2012	5,6	\$3.741	7,4	\$3.739
2013	5,7	\$3.552	7,1	\$4.114
2014	5,4	\$3.694	7,4	\$4.106
2015	6,2	\$3.557	7,7	\$4.475
2016	5,9	\$3.256	7,6	\$3.974
2017	5,4	\$3.175	6,4	\$4.092
2018	5,3	\$2.930	6,6	\$3.922
2019	5,3	\$2.846	6,7	\$3.634

*** Gasto en \$ constante en pesos de febrero 2022 (IPC Turístico)**

GASTO PROMEDIO POR TURISTA



Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística en base a la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares.
 Nota: Gasto en \$ constante en pesos de febrero 2022 (IPC Turístico)

Por último, los turistas residentes que realizaron actividades vinculadas a la cultura viajaron principalmente por la Provincia de Buenos Aires (29,8%) y, en menor medida, por el Litoral y Córdoba (15,9% en ambos casos); la participación de la PBA en este tipo de turismo es menor a la observada en el total de turistas (entre los que alcanza al 37,2%).

El motivo de viaje fue principalmente "Ocio, Esparcimiento y recreación" (71,7%) - superando al valor observado en el total de turistas-, y el tipo de alojamiento mayormente elegido es el "Hotel o similar hasta 3 estrellas" (38,3%) y la "Vivienda de familiares y amigos" (31,7%) -el uso de establecimientos hoteleros de hasta 3 estrellas es significativamente mayor entre los turistas que eligen realizar actividades culturales, mientras que la vivienda de familiares y amigos tiene una participación menor en relación al perfil general de turistas.

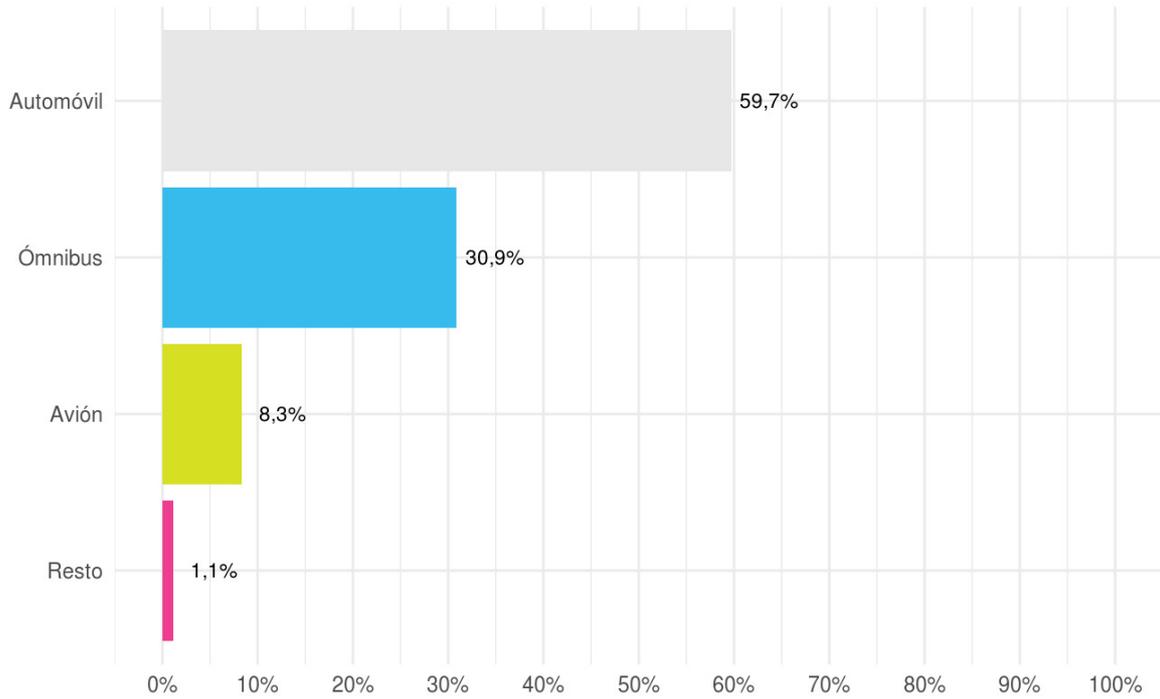
En cuanto al tipo de transporte, 6 de cada 10 turistas que realizan actividades culturales utilizaron principalmente el automóvil para arribar a destino, en tanto que 3 de cada 10 viajaron en ómnibus.

Por último, si bien la mayor parte de los turistas que realizaron actividades culturales no contrataron paquete turístico, el porcentaje que sí lo hizo (10,9%) es superior al registrado en el total de turistas.

Perfiles. Participación promedio 2012-2019

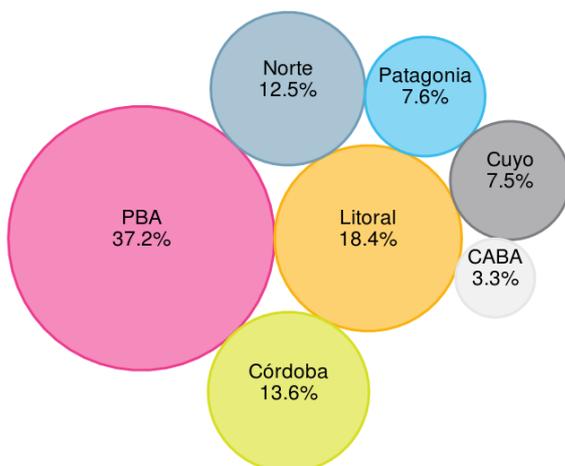
	Turistas Totales	Turistas Cultura
Región de destino		
PBA	37,2%	29,8%
Litoral	18,4%	15,9%
Córdoba	13,6%	15,9%
Norte	12,5%	14,9%
Patagonia	7,6%	9,3%
Cuyo	7,5%	8,7%
CABA	3,3%	5,7%
Motivo de viaje		
Ocio, esparcimiento, recreación	56,4%	71,7%
Visita a familiares o amigos	38,5%	24,1%
Resto	2,7%	2,6%
Trabajo y motivos profesionales	2,4%	1,6%
Tipo de alojamiento		
Vivienda de familiares y amigos	44,0%	31,7%
Hotel o similar hasta 3 estrellas	22,8%	38,3%
Segunda vivienda del hogar	15,1%	6,7%
Vivienda alquilada por temporada	10,2%	14,0%
Camping	4,6%	3,6%
Hotel similar 4 o 5 estrellas	2,8%	5,3%
Resto	0,4%	0,4%
Tipo de transporte		
Automóvil	68,5%	59,7%
Ómnibus	24,9%	30,9%
Avión	4,7%	8,3%
Resto	1,9%	1,1%
Contratación de paquete turístico		
No	95,2%	88,8%
Si	4,5%	10,9%
Ns/Nr	0,3%	0,4%

PRINCIPALES TRANSPORTES UTILIZADOS POR LOS TURISTAS DE CULTURA. AÑO 2019.



Fuente: Dirección Nacional de Mercados y Estadística en base a la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares.

PRINCIPALES REGIONES ELEGIDAS PARA REALIZAR TURISMO. AÑO 2019.



PRINCIPALES REGIONES ELEGIDAS PARA REALIZAR TURISMO DE CULTURA. AÑO 2019.

