

# Estudio del Perfil del Turista Integrado 2017



**MISIONES**  
PROVINCIA

MINISTERIO DE TURISMO



Ministerio de  
**Turismo**  
Presidencia de la Nación



**IPEC**  
INSTITUTO PROVINCIAL  
DE ESTADÍSTICA Y CENSOS

# Todos tenemos MISIONES

## Ficha técnica:

Alcance Temporal: Integrado Año 2017

Estudio: cuali-cuantitativo

Tipo de Muestra: Aleatoria

Población: Infinita

Tamaño de la Muestra: 3780 casos

Nivel de confianza para el total de casos: 90%

Margen de error con el total de casos: 1,89%

## Trabajo desarrollado por:

- Mercados y Estadísticas
- Innovación y Tecnologías

## Asistencia Técnica y Control de Calidad:

- Instituto Provincial de Estadísticas y Censos



## Municipios:

Oberá, Aristóbulo del Valle, El Soberbio, Posadas, Puerto Iguazú, San Ignacio, Santa Ana.



## Estudio del Perfil del Turista Integrado 2017

En el marco del **Turismo** como **Política de Estado** y una de las principales actividades económicas de la provincia, el Ministerio de Turismo de Misiones, a fin de contar con información precisa, válida y confiable, desarrolla el Estudio del Perfil del Turista, vinculado a los municipios (Oberá, Aristóbulo del Valle, El Soberbio, Posadas, Puerto Iguazú, San Ignacio y Santa Ana) y con la Supervisión del Instituto Provincial de Estadísticas y Censos de la Provincia. En el mismo se determinan:

- Perfil del Turista
- Planificación del Viaje
- Estadía y Gasto Turístico
- Actividades que realizan
- Nivel de satisfacción de las prestaciones turísticas

La utilización de esta información permite planificar acciones de promoción, desarrollar productos turísticos, detectar el déficit de la oferta y realizar comparaciones con otros destinos turísticos.


Este estudio fue realizado pensando en destinatarios como las empresas de turismo y afines, que necesitan contar con información de los mercados. También apunta a contribuir con la gestión de los municipios que elaboran sus agendas de acciones de promoción, capacitación e inversión en obras.

Misiones percibe un fin para conquistar nuevos inversores del sector, cuyo estudio será muy útil para analizar en que segmentos del mercado invertir.

Su carácter oficial contribuye a una base de datos útil para inversores locales e internacionales.

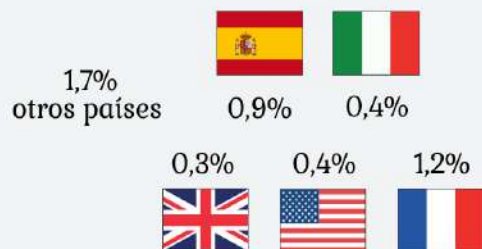
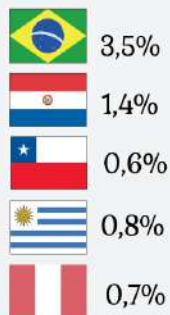
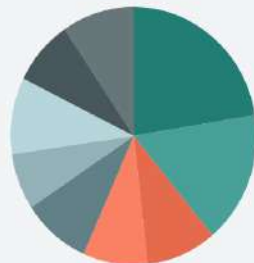
Los puntos donde se realizó el Estudio son Oberá, Aristóbulo del Valle, El Soberbio, Posadas, Iguazú, San Ignacio y Santa Ana durante 2017.

Este material está disponible para su utilización en forma libre y gratuita.

  
**Dr. José María Arrúa**  
Ministro de Turismo  
Gobierno de la Provincia de Misiones

# Perfil del turista

## origen



## motivo



## frecuencia



## origen

El principal mercado de turistas de Misiones durante el año 2017 fue el nacional en un 89%, siendo Buenos Aires y Capital Federal los principales orígenes de visitantes (22,43% y 16,53% respectivamente) seguidos por las provincias de Chaco (9,25%), Corrientes (9,02%) y Córdoba (8,44%). El turismo interno de Misiones comprendió el 9,60% de las visitas.

El turismo regional conformó el 7% siendo Brasil su principal mercado emisor seguido por Paraguay, Uruguay, Perú y Chile.

Los países extranjeros representaron el 5% restante siendo Francia el principal mercado emisor de turistas seguido por España, Italia y Estados Unidos.

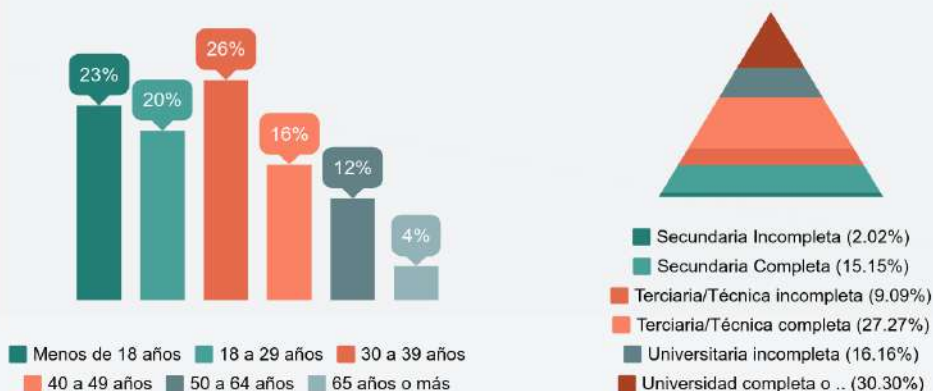
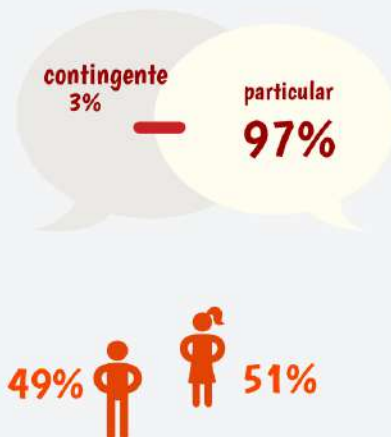
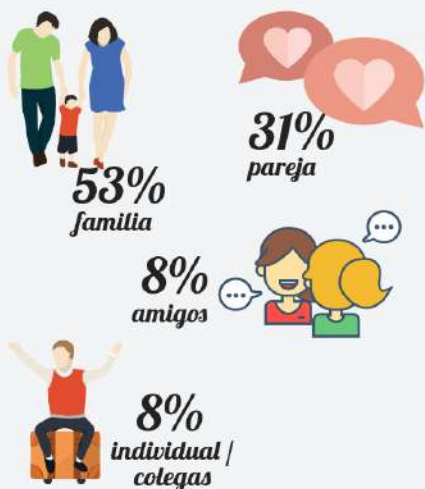
## frecuencia

Se puede destacar que durante el año 2017, el 67% de los turistas visitaron por primera vez la provincia de Misiones y el 13% repitió su visita menos de una vez por año al igual que una vez al año.

## motivo

El 90% de los visitantes vinieron a la provincia por vacaciones, por ocio y/o recreación, el 8% para visitas a familiares o amigos mientras que un 1% visitó Misiones por negocios o trabajo y el 1% restante por otros motivos como ser estudios o formación, salud o por motivos religiosos.

# Grupo de Viaje



## fecha viaje



En el año 2017, El 97% de los turistas que visitaron Misiones lo hicieron de forma particular mientras que el 3% restante formó parte de un contingente o grupo de viaje.

En la composición del grupo de viaje, se ve reflejado que un 53% se desplazó en familia, un 31% en pareja y un 8% entre grupos de amigos. El 8% restante viajó de forma individual o entre colegas.



De las personas que visitaron la provincia durante 2017, el 51% fueron mujeres mientras que el 49% pertenecieron al sexo masculino.

El 69% de los que visitaron la provincia durante el 2017 fueron menores de 39 años, mientras que sólo un 4% de los visitantes fueron personas mayores de 65 años.

El 26% de la totalidad de visitantes se encontraban en el rango etario de entre 30 y 39 años.

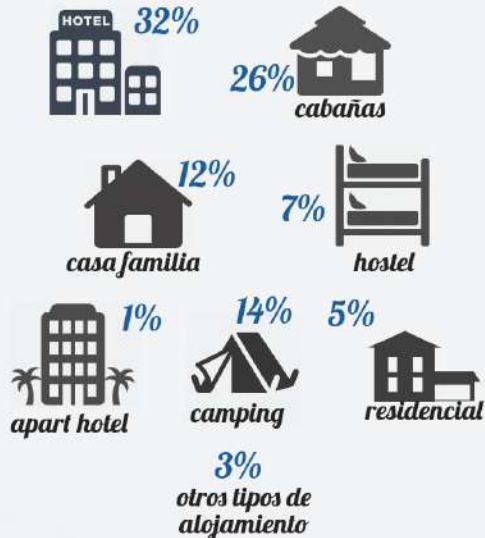
El 57,5% de los visitantes eran profesionales graduados, ya sea en nivel terciario o universitario, mientras que un 15,1% contaban con secundaria completa y el 25,2% tenían los estudios técnicos y universitarios incompletos.

## fecha viaje

Los turistas que arribaron a Misiones durante el año 2017 suelen viajar en un 62% en enero, un 37% lo hacen en febrero y en el mes de julio un 44%.

# En destino

## alojamiento



## reservas



## datos



## movilidad



## alojamiento

El 32% de los visitantes optaron por alojarse en establecimientos hoteleros, un 26% en cabañas y un 7% en hostel. El 1% eligió hacer noche en apart hotel mientras que un 12% en casas de familia (alojamiento no pago).

Un 14% de los turistas durante 2017 prefirió alojarse en campings de la provincia y un 5% en residenciales. El 3% restante utilizó otros tipos de alojamiento en la provincia como departamentos en alquiler y hosterías.

## reservas

Se puede destacar que el 48% de los visitantes no realizaron reservas previas a su viaje a la provincia mientras que un 23% lo hizo vía web, un 12% vía email y un 15% prefirió contactarse y reservar telefónicamente. El 3% restante utilizó otros medios de reservas.

## movilidad

El medio de movilidad más utilizado para visitar Misiones es el automóvil particular con un 74% seguido del transporte aéreo con un 14%. El ómnibus representa el 1% y mediante motor home un 3%. 1% utiliza taxi para combinar su arribo al destino y el 3% restante utiliza otros medios de transporte como mochileros o a dedo.

## datos

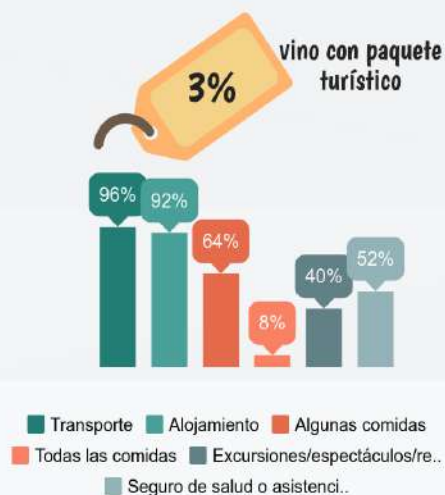
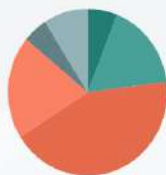
La estadía promedio en la provincia de Misiones durante el año 2017 fue de 4,7 noches.

El gasto promedio del turista que utilizó alojamiento pago en la provincia de Misiones fue de \$836,99 mientras que aquellos que no utilizaron alojamiento pago, es decir, se alojaron en casa de familiares y amigos, tuvieron un gasto promedio diario de \$443,99.

# Planificación del Viaje



- No planificó / El mismo día (6%)
- Menos de una semana (17%)
- Entre una semana y un mes (43%)
- Más de mes y hasta 6 meses (20%)
- Más de 6 meses (5%)
- Ns/Nc (9%)



Antes de viajar, el 68% de los turistas buscaron información de Misiones. Merece destacar que el medio más utilizado fue internet con un 84%. A su vez, un 37% lo hizo en las diferentes redes sociales y un 26% consultó con amigos y familiares antes de viajar. Un 2% buscó información en la casa de la provincia, un 5% en agencias de turismo y un 3% mediante diarios y revistas.

El 3% de los que visitaron Misiones contrataron paquetes turísticos en la ciudad de origen y que incluyeron varios servicios como alojamiento (92%), transporte (96%) así como algunas comidas (64%) y asistencia al viajero (52%). En menor medida contrataron excursiones o espectáculos (40%) y todas las comidas (8%).

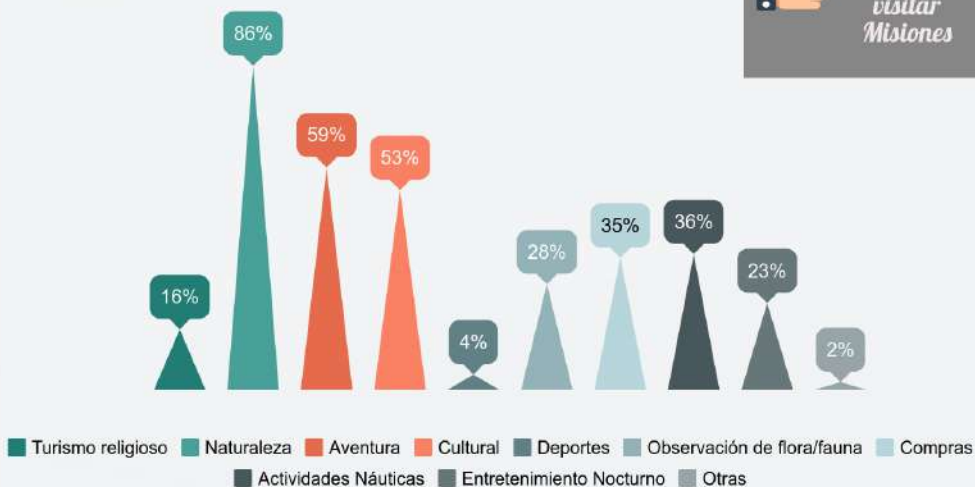
planificación

La planificación del viaje a Misiones en el año 2017 se realizó en un 43% entre un semana y un mes antes, un 20% entre más de un mes y hasta 6 meses y un 17% en menos de una semana mientras que un 6% no planificó o lo planeó durante el día.

# Actividades y Servicios

## actividades

99,7%  
volvería a  
visitar  
Misiones



## servicios

30%  
muy bueno

46%  
muy bueno

22%  
muy bueno

27%  
muy bueno

15%  
muy bueno

37%  
muy bueno

## calificación estadia

Muy Buena  
49% + Buena  
44%

## actividades

Las principales actividades que realizaron los turistas en la provincia durante el 2017 fueron aquellas relacionadas con la naturaleza en un 86%, el turismo de aventura representó el 59% mientras que aquellas actividades relacionadas con la cultura representaron un 53%.

El 35% estuvo relacionada con las compras y el 36% con las actividades náuticas.

## servicios

La calificación de las prestaciones de los servicios turísticos por quienes consumieron los mismos fue muy bueno, siendo la conservación de la naturaleza la que obtuvo la mayor puntuación (46%) y la información turística (37%).

Los servicios gastronómicos tuvieron una puntuación del 30% y los servicios de alojamiento un 22%.

## calificación estadia

La calificación de la estadia en la provincia en el año 2017 resultaron entre muy buena y buena en un 49% y 44% respectivamente.

El 99,7% de los que visitaron la provincia de Misiones en 2017 la volverían a visitar en otra oportunidad.





# Aristóbulo del Valle

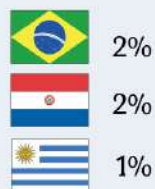
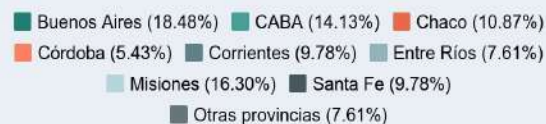
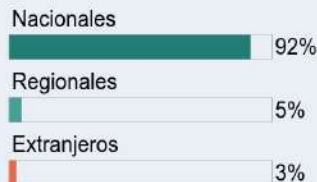
## Estudio del Perfil del Turista

### - Integrado 2017 -

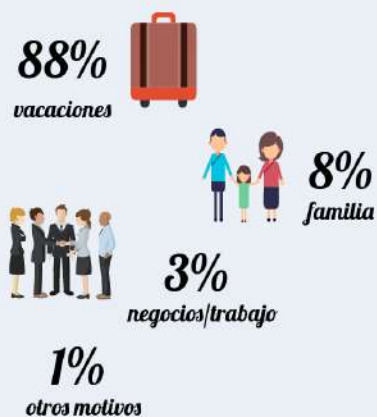


# Perfil del turista

## origen



## motivo



## frecuencia



## origen

El principal mercado de turistas en la ciudad de Aristóbulo del Valle durante el año 2017 correspondió al nacional en un 92%, siendo el origen principal de visitantes desde la provincia de Buenos Aires (18,48%) y Capital Federal (14,13%), seguidos por Chaco (10,87%), Corrientes y Santa Fe (9,78% cada una) mientras que el turismo interno de Misiones representó el 16,30%

El mercado regional representó el 5% siendo Brasil el principal mercado emisor de turistas y los países extranjeros conformaron el 3% restante con España como el más importante.

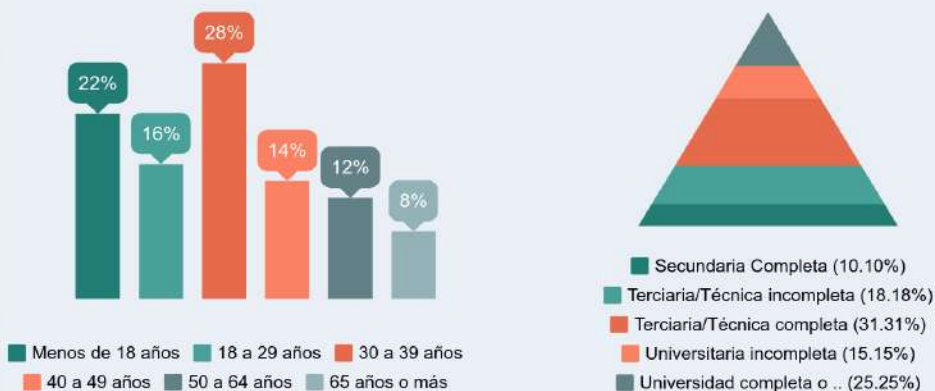
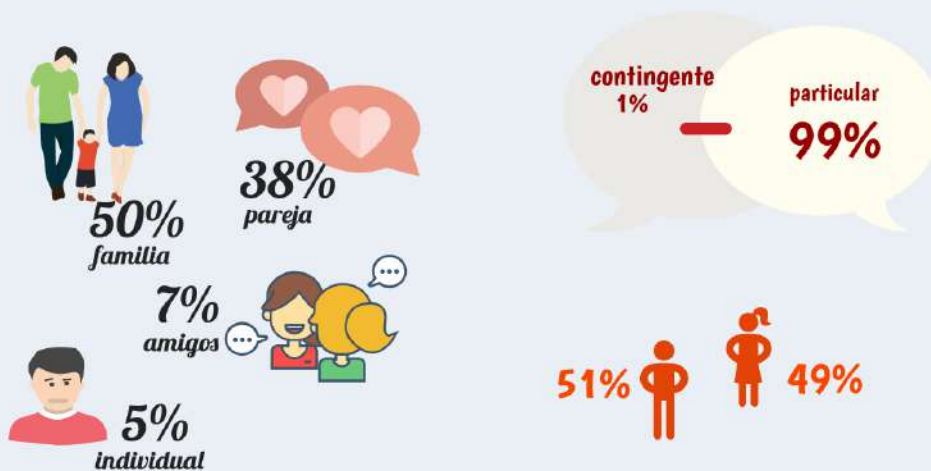
## frecuencia

Se puede destacar que durante el año 2017, el 67% de los turistas visitaron por primera vez la ciudad de Aristóbulo del Valle y el 20% repitió su visita menos de una vez por año. Un 10% visitó la ciudad una vez al año y el 3% restante más de una vez al año pero menos de una vez por mes.

## motivo

El 88% de los visitantes vinieron a la ciudad por vacaciones, por ocio y/o recreación, un 6% para visitar a familiares o amigos mientras que un 3% lo hizo por negocios o trabajo. El 1% restante tuvo otros motivos de visitas.

# Grupo de Viaje



## fecha viaje



El 99% de los turistas que visitaron Aristóbulo del Valle en el año 2017 lo hicieron de manera particular, mientras que el 1% restante formó parte de un contingente o grupo de viaje.

En la composición del grupo de viaje, se ve reflejado que un 50% se desplazó en familia, un 38% en pareja y un 8% entre amigos. El 3% restante lo hizo de forma individual.



La distribución por sexo de quienes visitaron la ciudad fue en un 51% del sexo masculino y el 49% restante del sexo femenino.

El 66% de los que visitaron Aristóbulo del Valle fueron menores de 39 años, mientras que un 8% de los visitantes eran personas mayores de 65 años. El rango etario que conformó el 28% del total de visitantes fue entre 30 y 39 años.

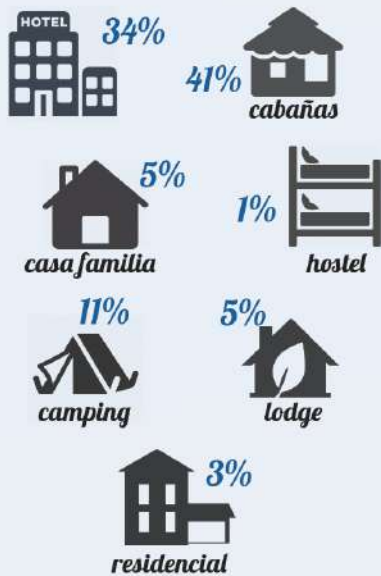
El 56,5% de los visitantes eran profesionales graduados, ya sea en nivel terciario y universitario, un 10,1% con secundaria completa mientras que un 33,3% tenían estudios técnicos y universitarios incompletos.

## fecha viaje

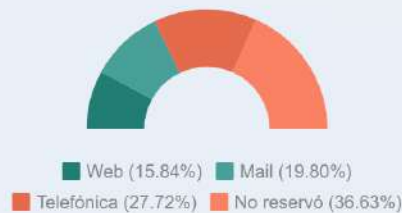
Los turistas que arribaron a la capital de los saltos y cascadas suelen viajar en un 51% en enero, un 46% en febrero y un 53% en julio.

# En destino

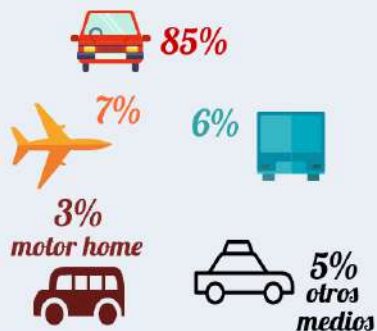
## alojamiento



## reservas



## datos



## alojamiento

El 34% de los visitantes optaron por alojarse en establecimientos hoteleros de la ciudad o en cabañas (41%), el 1% en hostel, el 5% en casas de familia (alojamiento no pago) mientras que un 11% prefirió alojarse en los camping de la zona. Un 5% de los visitantes eligieron dormir en lodge y el 5% en residenciales.

## reservas

Se puede destacar que el 36,63% de los visitantes no realizaron reservas previas a su viaje a la ciudad, mientras que un 15,84% lo hizo vía web, un 19,80% vía email y un 27,72% prefirió contactarse y reservar telefónicamente.

## movilidad

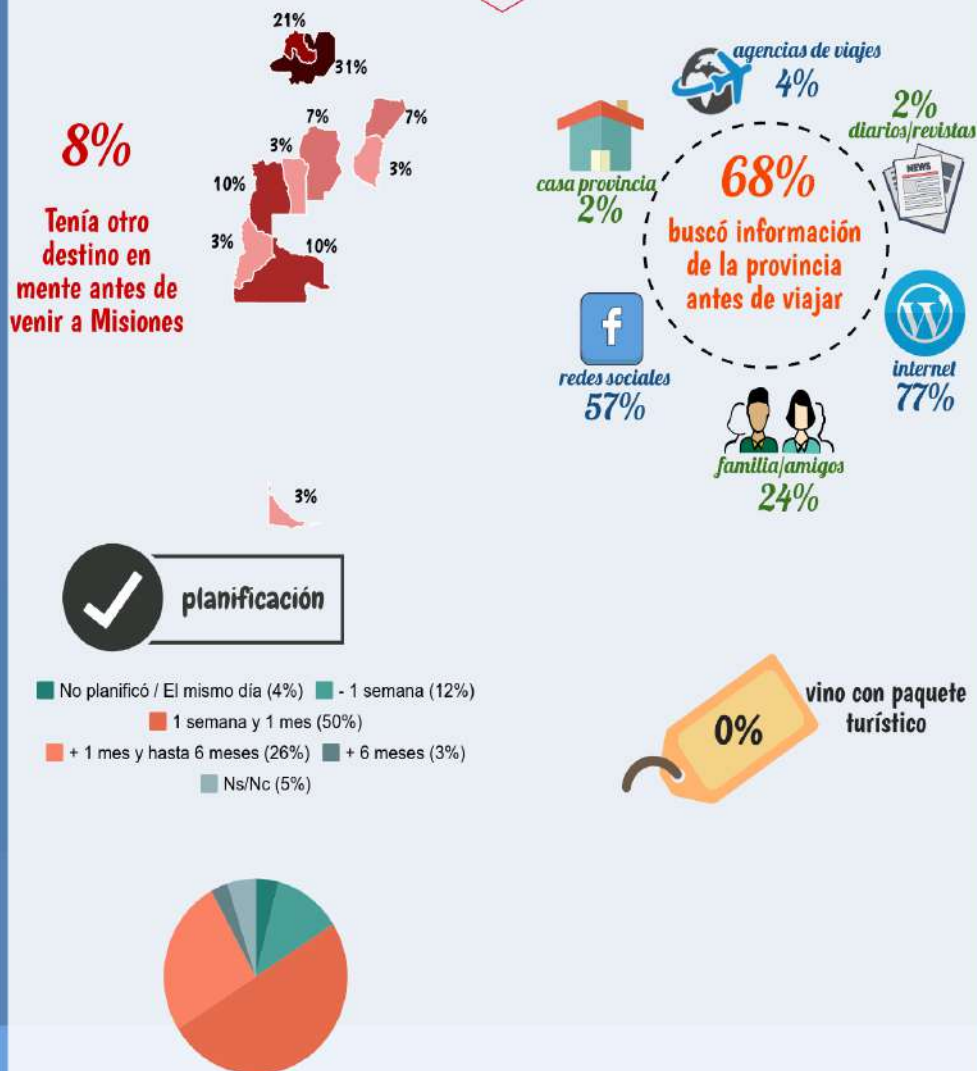
El medio de movilidad más utilizado para visitar Aristóbulo del Valle durante el 2017 fue el automóvil particular en un 85% seguido del transporte aéreo con un 7%, ómnibus en un 6% y mediante motor home un 3%. El 5% restante utilizó otros medios de transporte como ómnibus de contingente o a dedo.

## datos

La estadía promedio durante el año 2017 en ciudad de Aristóbulo del Valle fue de 2,04 noches.

El gasto promedio del turista que utilizó alojamiento pago fue de \$722,90 mientras que aquellos que no utilizan alojamiento pago, es decir, se alojaron en casa de familiares o amigos o se encontraban de paso por la ciudad tuvieron un gasto promedio diario de \$290,95.

# Planificación del Viaje



El 8% de las personas que visitaron Aristóbulo del Valle en 2017 tenían otro destino en mente. Entre estos destinos el más pensado fue la provincia de Salta en un 31% seguido por Jujuy con un 21%, Mendoza y Río Negro con 10% cada una y, en menor medida, Córdoba y Corrientes con 7% cada una.

Antes de viajar, el 68% de los turistas buscó información de Misiones. Merece destacar que el medio más utilizado fue internet en un 77%. A su vez un 57% lo hizo en las diferentes redes sociales y un 24% consultó con amigos y familiares antes de viajar.

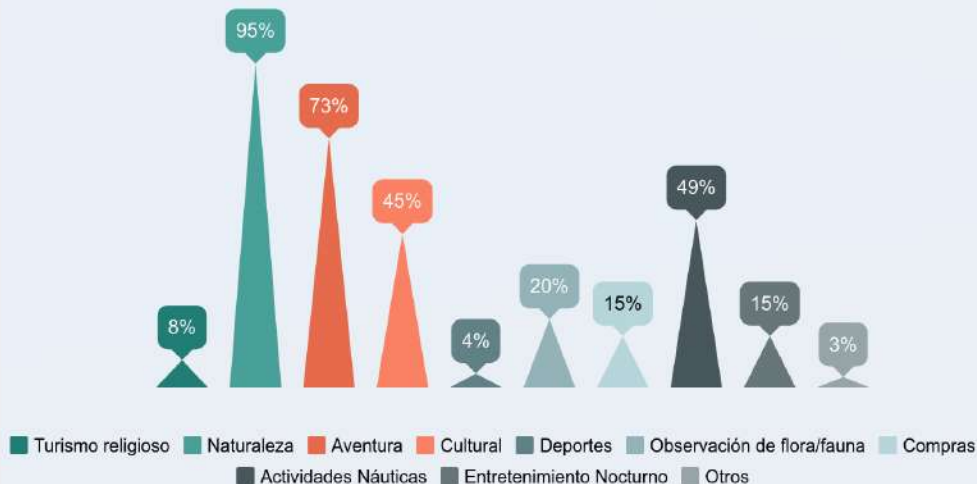
En menor medida, utilizaron las casas de la provincia para buscar información (2%), mediante diarios y revistas (2%) o mediante agencias de viajes (4%).



La planificación del viaje a Misiones se realizó en un 50% entre un semana y un mes antes, un 12% en menos de una semana, un 26% entre más de un mes y hasta seis meses mientras que un 4% no planificó o lo definió en el mismo día.

# Actividades y Servicios

## actividades



## servicios



## calificación estadia



## actividades

Las principales actividades que realizaron los turistas fueron aquellas relacionadas con la naturaleza en un 95% mientras que el turismo de aventura representó un 73%. El 49% estuvo relacionada con las actividades náuticas y un 45% con la cultura.

## servicios

Tanto la información turística como la conservación de la naturaleza contaron con una calificación muy buena (37% y 42% respectivamente). La gastronomía obtuvo una puntuación del 30% como muy buena mientras que los servicios de hospedaje tuvieron un 17%.

## calificación estadia

La calificación de estadia en la ciudad de Aristóbulo del Valle en el año 2017 resultaron entre muy buena y buena en un 41% y 50% respectivamente.



# El Soberbio

## Estudio del Perfil del Turista

### - Integrado 2017 -



**MISIONES**  
PROVINCIA

MINISTERIO DE TURISMO



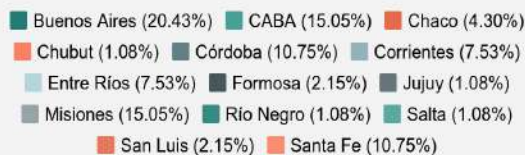
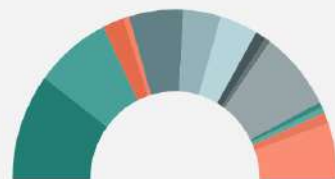
Ministerio de  
**Turismo**  
Presidencia de la Nación



**IPEC**  
INSTITUTO PROVINCIAL  
DE ESTADÍSTICA Y CENSOS

# Perfil del turista

## origen



## motivo



## frecuencia



## origen

El principal mercado de turistas en la ciudad de El Soberbio durante el año 2017 correspondió al nacional en un 94%, siendo el origen principal de visitantes desde la provincia de Buenos Aires (20,43%) y Capital Federal (15,05%), seguidos por Córdoba (10,75%), Corrientes y Entre Ríos (7,53% cada una) mientras que el turismo interno de Misiones representó el 15,05%.

El mercado regional representó el 4% de los visitantes, siendo Brasil el principal mercado emisor de turistas y los países extranjeros conformaron el 2% restante con España como el más importante países.

## frecuencia

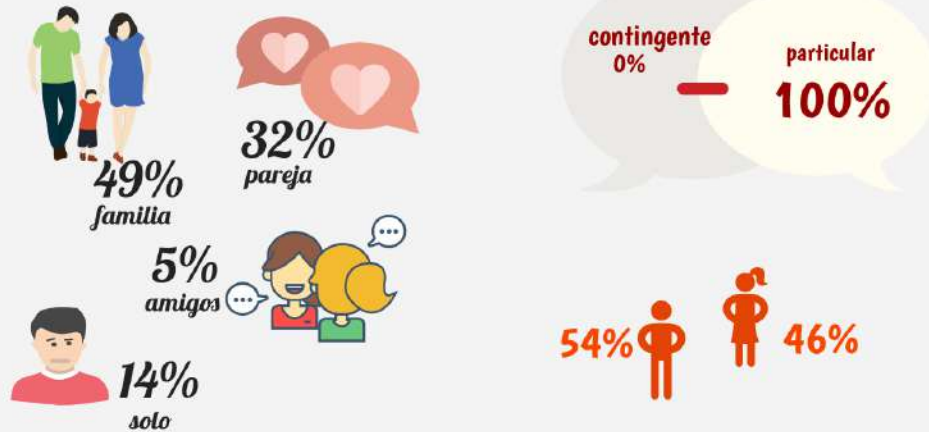
Se puede destacar que durante el año 2017, el 59% de los turistas visitaron por primera vez la ciudad de El Soberbio y el 23% repitió su visita menos de una vez por año. Un 13% visitó la ciudad una vez al año y el 4% restante más de una vez al año pero menos de una vez por mes. Un 1% regresaba a la ciudad una vez o más por semana.

## motivo

El 94% de los visitantes vinieron a la ciudad por vacaciones, por ocio y/o recreación, un 5% para visitar a familiares o amigos mientras que un 1% lo hizo por negocios o trabajo.



# Grupo de Viaje



## ✓ fecha viaje



El 100% de los turistas que visitaron El Soberbio en el año 2017 lo hicieron de manera particular.

En la composición del grupo de viaje, se ve reflejado que un 49% se desplazó en familia, un 32% en pareja y un 5% entre amigos. El 14% restante lo hizo de forma individual.



La distribución por sexo de quienes visitaron la ciudad fue en un 54% del sexo masculino y el 46% restante del sexo femenino.

El 64% de los que visitaron El Soberbio fueron menores de 39 años, mientras que un 4% de los visitantes eran personas mayores de 65 años.

El rango etario que conformó el 24% del total de visitantes fue entre 18 y 29 años.

El 53,46% de los visitantes eran profesionales graduados, ya sea en nivel terciario y universitario mientras que un 12,87% contaba con secundaria completa y que un 31,68% tenían estudios técnicos y universitarios incompletos.

## ✓ fecha viaje

Los turistas que arribaron a El Soberbio suelen viajar en un 66% en enero, un 15% en febrero y un 56% en julio.

# En destino

## alojamiento



## movilidad



## reservas



## datos



Estadía Promedio **2,16 noches**

Gasto Promedio Diario



**\$887,42**  
usaron alojamiento pago

**\$ 375,25**  
no usaron alojamiento pago

## alojamiento

El 22% de los visitantes optaron por alojarse en establecimientos hoteleros de la ciudad o en cabañas (35%), el 10% en hostel, el 4% en casas de familia (alojamiento no pago) mientras que un 20% prefirió alojarse en los camping de la zona. Un 5% de los visitantes eligieron dormir en lodges de la zona, un 1% en residenciales y el 5% restante en otros tipos de alojamientos.

## reservas

Se puede destacar que el 70,71% de los visitantes no realizaron reservas previas a su viaje a la ciudad, mientras que un 18,18% lo hizo vía web, un 6,06% vía email y un 4,04% prefirió contactarse y reservar telefónicamente. Un 1,01% utilizó otros medios de reservas.

## movilidad

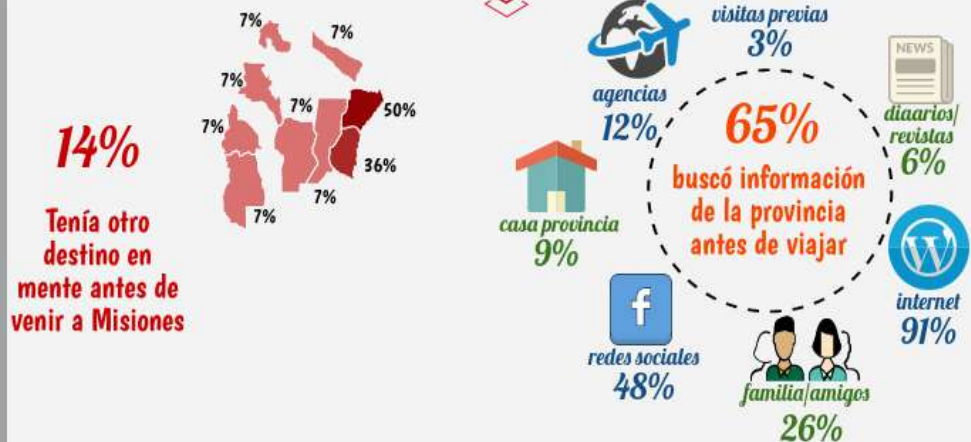
El medio de movilidad más utilizado para visitar El Soberbio durante el 2017 fue el automóvil particular en un 79% seguido del ómnibus con un 12%. El transporte aéreo conformó un 8% y mediante motor home un 5%.

## datos

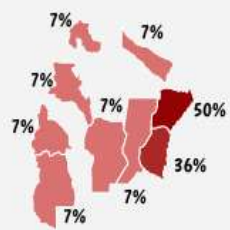
La estadía promedio durante el año 2017 en ciudad de El Soberbio fue de 2,16 noches.

El gasto promedio del turista que utilizó alojamiento pago fue de \$887,42 mientras que aquellos que no utilizaron alojamiento pago, es decir, se alojaron en casa de familiares o amigos o se encontraban de paso por la ciudad tuvieron un gasto promedio diario de 375,25.

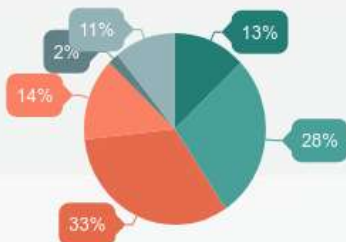
# Planificación del Viaje



**14%**  
Tenía otro destino en mente antes de venir a Misiones



- No planificó / El mismo día (12.87%)
- 1 semana (27.72%)
- 1 semana y 1 mes (32.67%)
- + 1 mes y hasta 6 meses (13.86%)
- Más 6 meses (1.98%)
- Ns/Nc (10.89%)



El 14% de las personas que visitaron El Soberbio en 2017 tenían otro destino en mente. Entre estos destinos el más pensado fue la provincia de Corrientes con un 50% y Entre Ríos con un 36%. Santa Fe, Córdoba, Mendoza, San Juan, Catamarca, Jujuy, Formosa y Tierra del Fuego conformaron un 7% de preferencia cada una.

Antes de viajar, el 65% de los turistas buscó información de Misiones. Merece destacar que el medio más utilizado fue internet en un 91%. A su vez un 48% lo hizo en las diferentes redes sociales y un 26% consultó con amigos y familiares antes de viajar.

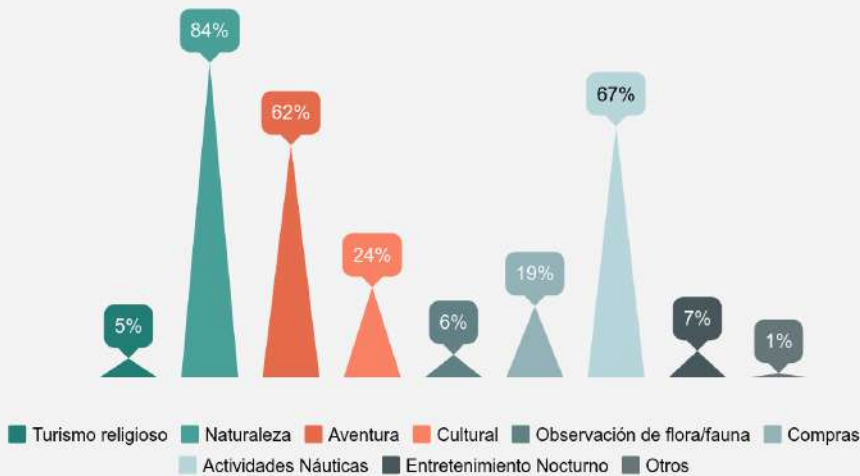
En menor medida, utilizaron las casas de la provincia para buscar información (9%), mediante diarios y revistas (6%) o mediante agencias de viajes (12%).



La planificación del viaje a Misiones se realizó en un 33% entre un semana y un mes antes, un 28% en menos de una semana, un 14% entre más de un mes y hasta seis meses mientras que un 13% no planificó o lo definió en el mismo día.

# Actividades y Servicios

## actividades



## servicios



## calificación estadia



## actividades

Las principales actividades que realizaron los turistas fueron aquellas relacionadas con la naturaleza en un 84% y las actividades náuticas con un 67%. El turismo de aventura representó un 62% y un 24% con la cultura.

## servicios

Tanto la información turística como la gastronomía contaron con una calificación muy buena (58% y 32% respectivamente). La conservación de la naturaleza obtuvo una puntuación del 29% como muy buena mientras que los servicios de hospedaje tuvieron un 25%.

## calificación estadia

La calificación de estadia en la ciudad de El Soberbio en el año 2017 resultaron entre muy buena y buena en un 46% y 48% respectivamente.



# Puerto Iguazú

## Estudio del Perfil del Turista

### - Integrado 2017 -



MINISTERIO DE TURISMO



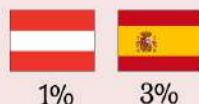
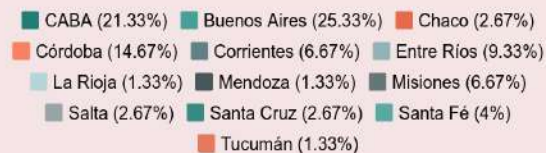
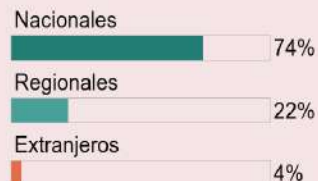
Ministerio de  
**Turismo**  
Presidencia de la Nación



**IPEC**  
INSTITUTO PROVINCIAL  
DE ESTADÍSTICA Y CENSOS

# Perfil del turista

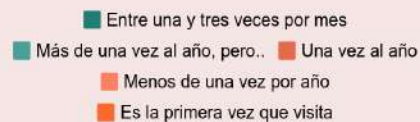
## ✓ origen



## ✓ motivo



## ✓ frecuencia



## ✓ origen

El principal mercado de turistas en la ciudad de Puerto Iguazú durante el año 2017 correspondió al nacional en un 74%, siendo el origen principal de visitantes desde la provincia de Buenos Aires (25,33%) y Capital Federal (21,33%), seguidos por Córdoba (14,67%), Entre Ríos (9,33%) y Corrientes (6,67%) mientras que el turismo interno de Misiones representó el 6,67%.

El mercado regional representó el 22% siendo Brasil el principal mercado emisor de turistas seguido por Paraguay y Perú mientras que los países extranjeros conformaron el 4% restante con España como el más importante de todos.

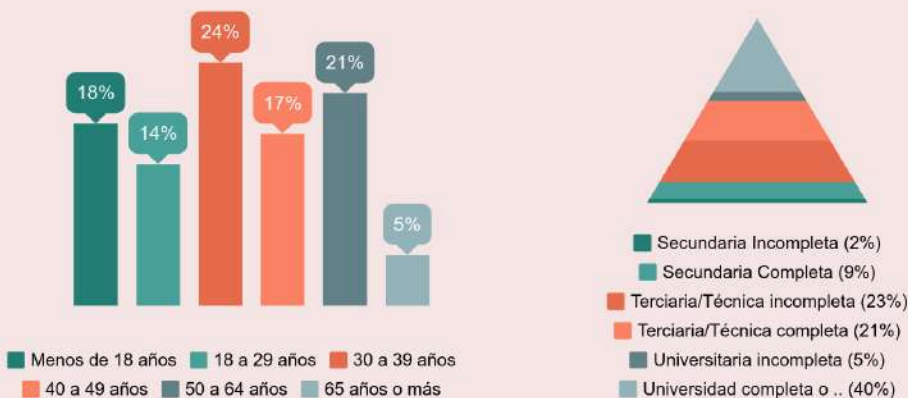
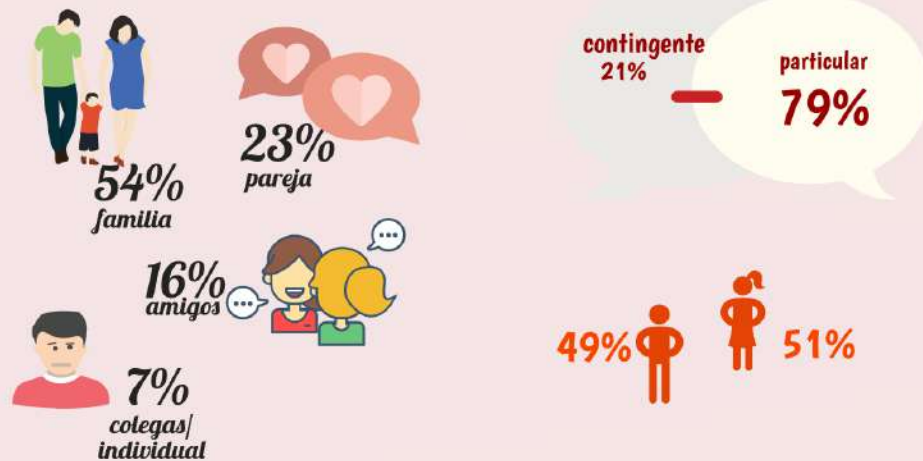
## ✓ frecuencia

Se puede destacar que durante el año 2017, el 69% de los turistas visitaron por primera vez la ciudad de Puerto Iguazú y el 8% repitió su visita menos de una vez por año. Un 5% visitó la ciudad una vez al año, el 9% restante más de una vez al año pero menos de una vez por mes mientras que el 8% restante lo hizo entre una y tres veces por mes.

## ✓ motivo

El 81% de los visitantes vinieron a la ciudad por vacaciones, por ocio y/o recreación, un 6% para visitar a familiares o amigos mientras que un 13% lo hizo por negocios o trabajo.

# Grupo de Viaje



## fecha viaje



El 79% de los turistas que visitaron Puerto Iguazú en el año 2017 lo hicieron de manera particular, mientras que el 21% restante formó parte de un contingente o grupo de viaje.

En la composición del grupo de viaje, se ve reflejado que un 54% se desplazó en familia, un 23% en pareja y un 16% entre amigos. El 7% restante lo hizo de forma individual o entre colegas.



La distribución por sexo de quienes visitaron la ciudad fue en un 51% del sexo femenino y el 49% restante del sexo masculino.

El 56% de los que visitaron Puerto Iguazú fueron menores de 39 años, mientras que un 5% de los visitantes eran personas mayores de 65 años.

El rango etario que conformó el 24% del total de visitantes fue entre 30 y 39 años.

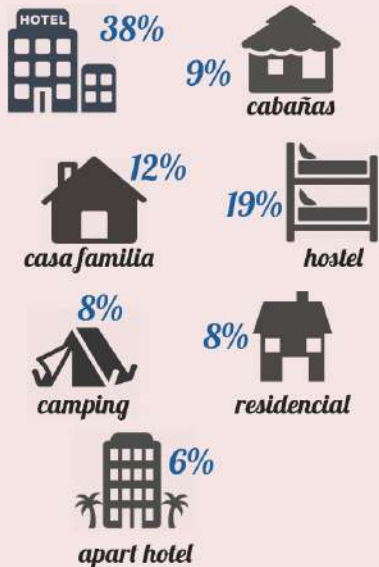
El 61% de los visitantes eran profesionales graduados, ya sea en nivel terciario y universitario, un 9% con secundaria completa mientras que un 28% tenían estudios técnicos y universitarios incompletos.

## fecha viaje

Los turistas que arribaron a la capital de la nueva maravilla del mundo suelen viajar en un 51% en enero, un 34% en febrero y un 65% en julio.

# En destino

## alojamiento



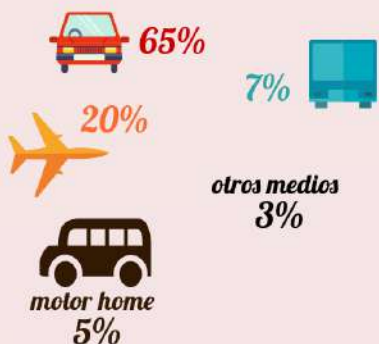
## reservas



## datos



## movilidad



## alojamiento

El 38% de los visitantes optaron por alojarse en establecimientos hoteleros de la ciudad o en hostel (19%), el 9% en cabañas, el 12% en casas de familia (alojamiento no pago) mientras que un 8% prefirió alojarse en los camping de la zona. Un 8% de los visitantes eligieron dormir en apart hotel y el 6% restante en residenciales.

## reservas

Se puede destacar que el 35% de los visitantes no realizaron reservas previas a su viaje a la ciudad mientras que un 38% lo hizo vía web, un 13% vía email y un 12% prefirió contactarse y reservar telefónicamente. El 2% restante utilizó otros medios de reservas.

## movilidad

El medio de movilidad más utilizado para visitar Puerto Iguazú durante el 2017 fue el automóvil particular en un 65% seguido del transporte aéreo con un 20%, ómnibus en un 7% y mediante motor home un 5%. El 3% restante utilizó otros medios de transporte como ómnibus de contingente o a dedo.

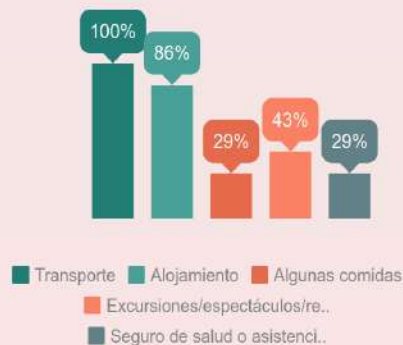
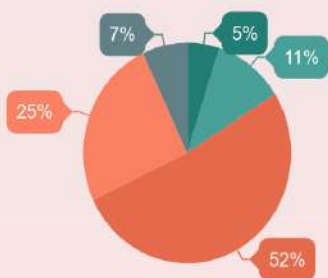
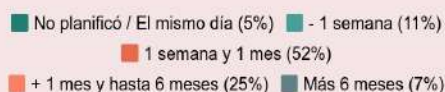
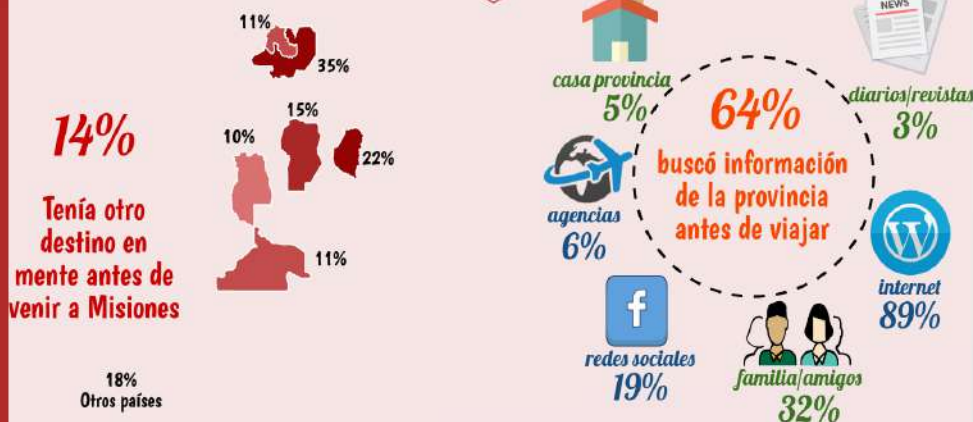
## datos

La estadía promedio durante el año 2017 en la ciudad de Puerto Iguazú fue de 3,15 noches.

El gasto promedio del turista que utilizó alojamiento pago fue de \$1083,88 mientras que aquellos que no utilizaron alojamiento pago, es decir, se alojaron en casa de familiares o amigos o se encontraban de paso por la ciudad tuvieron un gasto promedio diario de \$618,75.



# Planificación del Viaje



El 14% de las personas que visitaron Puerto Iguazú en 2017 tenían otro destino en mente. Entre estos destinos el más pensado fue la provincia de Salta en un 35% seguido la provincia de Entre Ríos con un 22% y por Córdoba con un 15%. Jujuy conformó el 11% de las preferencias al igual que Río Negro. Un 18% de los visitantes tenían en mente otros países como Brasil.



Antes de viajar, el 64% de los turistas buscó información de Misiones. Merece destacar que el medio más utilizado fue internet en un 89%. A su vez un 19% lo hizo en las diferentes redes sociales y un 32% consultó con amigos y familiares antes de viajar.



En menor medida, utilizaron las casas de la provincia para buscar información (5%), mediante diarios y revistas (3%) o mediante agencias de viajes (6%).

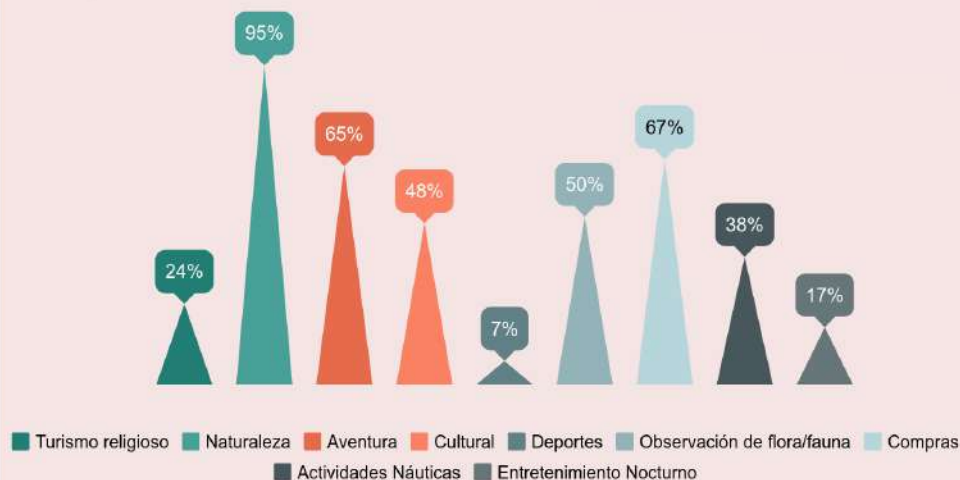


La planificación del viaje a Misiones se realizó en un 52% entre un semana y un mes antes, un 11% en menos de una semana, un 25% entre más de un mes y hasta seis meses mientras que un 5% no planificó o lo definió en el mismo día.

El 9% de los que visitaron Puerto Iguazú contrataron paquetes turísticos en la ciudad de origen y que incluyeron varios servicios como transporte (100%), alojamiento (86%) así como excursiones o espectáculos (43%), algunas comidas y seguro de salud o asistencia al viajero con 29% cada una.

# Actividades y Servicios

## actividades



## servicios



## calificación estadia



## actividades

Las principales actividades que realizaron los turistas fueron aquellas relacionadas con la naturaleza en un 95% mientras que el turismo de aventura representó un 65%. El 67% estuvo relacionada con las compras, un 50% con la compras y un 48% con lo cultural.

## servicios

Tanto la información turística como la conservación de la naturaleza contaron con una calificación muy buena (40% y 47% respectivamente). La gastronomía obtuvo una puntuación del 25% como muy buena mientras que los servicios de hospedaje tuvieron un 31%.

## calificación estadia

La calificación de estadia en la ciudad de Puerto Iguazú en el año 2017 resultaron entre muy buena y buena en un 56% y 37% respectivamente.



# Oberá

## Estudio del Perfil del Turista

### - Integrado 2017 -



# Perfil del turista

## origen



## motivo



## frecuencia



## origen

El principal mercado de turistas en la ciudad de Oberá durante el año 2017 correspondió al nacional en un 98%, siendo el origen principal de visitantes desde la provincia de Buenos Aires (36%) y Capital Federal (13%), seguidos por Chaco (11%), Corrientes y Santa Fe (7% cada una) mientras que el turismo interno de Misiones representó el 7%.

El mercado regional representó el 1% siendo Brasil el principal mercado emisor de turistas y los países extranjeros conformaron el 1% restante.

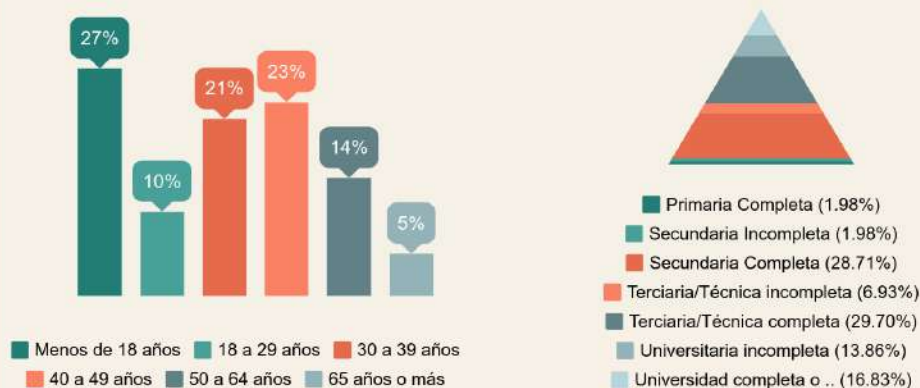
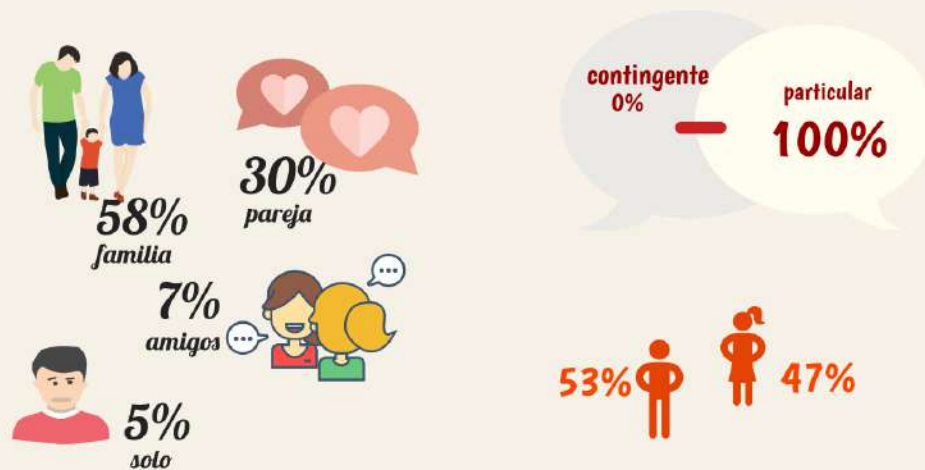
## frecuencia

Se puede destacar que durante el año 2017, el 47% de los turistas visitaron por primera vez la ciudad de Oberá y el 2% repitió su visita menos de una vez por año y un 22% visitó la ciudad una vez al año

## motivo

El 86% de los visitantes vinieron a la ciudad por vacaciones, por ocio y/o recreación, un 11% para visitar a familiares o amigos mientras que un 2% lo hizo por negocios o trabajo. El 1% restante tuvo otros motivos de visitas como tratamientos de salud.

# Grupo de Viaje



## fecha viaje



El 100% de los turistas que visitaron Oberá en el año 2017 lo hicieron de manera particular.

En la composición del grupo de viaje, se ve reflejado que un 58% se desplazó en familia, un 30% en pareja y un 7% entre amigos. El 5% restante lo hizo de forma individual.



La distribución por sexo de quienes visitaron la ciudad fue en un 53% del sexo masculino y el 47% restante del sexo femenino.

El 58% de los que visitaron Oberá fueron menores de 39 años, mientras que un 5% de los visitantes eran personas mayores de 65 años.

El rango etario que conformó el 27% del total de visitantes fue de menores de 18 años..

El 46,53% de los visitantes eran profesionales graduados, ya sea en nivel terciario y universitario, un 28,71% con secundaria completa mientras que un 20,79% tenían estudios técnicos y universitarios incompletos.

## fecha viaje

Los turistas que arribaron a Oberá suelen viajar en un 63% en enero, un 47% en febrero y un 34% en julio.

# En destino

## alojamiento



## reservas



## datos



## Gasto Promedio Diario



## movilidad



## alojamiento

El 31% de los visitantes optaron por alojarse en cabañas o en casas de familia (24%) (alojamiento no pago). Un 17% eligió a los establecimientos hoteleros de la ciudad, el 1% en hostel mientras que un 20% prefirió alojarse en los camping de la zona. Un 4% de los visitantes eligieron dormir apart hoteles.

## reservas

Se puede destacar que el 70% de los visitantes no realizaron reservas previas a su viaje a la ciudad mientras que un 2% lo hizo vía web, un 5% vía email y un 21% prefirió contactarse y reservar telefónicamente. El 2% utilizó otros medios de reservas.

## movilidad

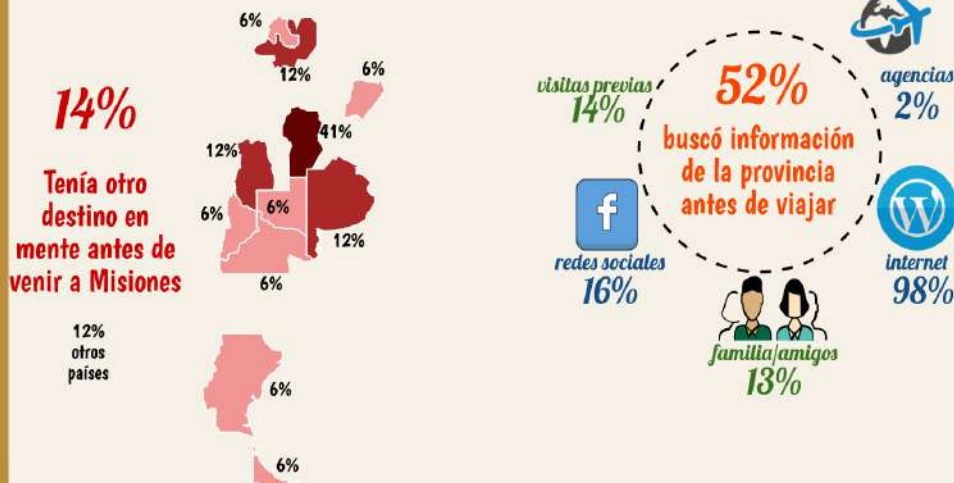
El medio de movilidad más utilizado para visitar Oberá durante el 2017 fue el automóvil particular en un 85% seguido del ómnibus en un 13%. El transporte aéreo comprendió el 1% y mediante motor home un 2%. El 1% restante utilizó otros medios de transporte

## datos

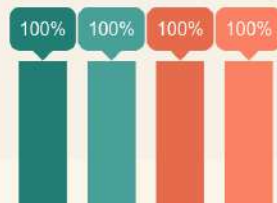
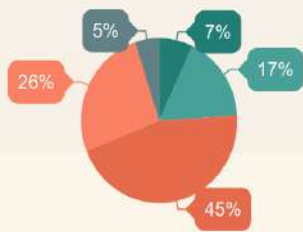
La estadía promedio durante el año 2017 en ciudad de Oberá fue de 3,01 noches, considerando que un 24% de los turistas se alojaron en casas de familia.

El gasto promedio del turista que utilizó alojamiento pago fue de \$671,42 mientras que aquellos que no utilizan alojamiento pago, es decir, se alojaron en casa de familiares o amigos o se encontraban de paso por la ciudad tuvieron un gasto promedio diario de \$412,92.

# Planificación del Viaje



- No planificó / El mismo día (7%)
- Menos de una semana (17%)
- Entre una semana y un mes (45%)
- Más de mes y hasta 6 meses (26%)
- Más de 6 meses (5%)



- Transporte
- Alojamiento
- Algunas comidas
- Excursiones/espectáculos/re..

El 14% de las personas que visitaron Oberá en 2017 tenían otro destino en mente. Entre estos destinos el más pensado fue la provincia de Córdoba con un 41% y las provincias de Salta, Buenos Aires y Mendoza con 12% cada una. Un 12% tenía en mente otros países como Brasil.

Antes de viajar, el 52% de los turistas buscó información de Misiones. Merece destacar que el medio más utilizado fue internet en un 98%. A su vez un 16% lo hizo en las diferentes redes sociales y un 13% consultó con amigos y familiares antes de viajar.

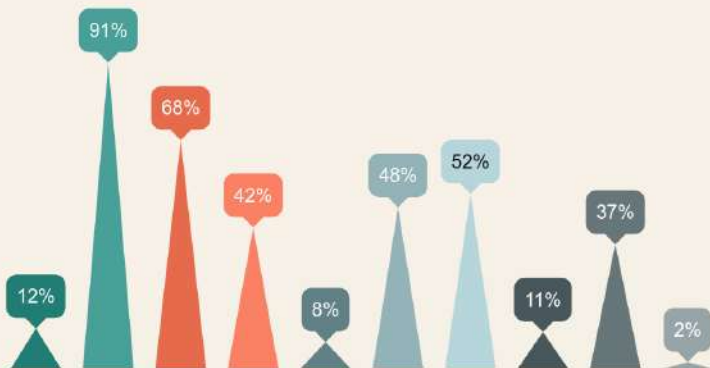
En menor medida, utilizaron las agencias de viajes (2%) y por visitas previas un 14%.



La planificación del viaje a Misiones se realizó en un 45% entre un semana y un mes antes, un 26% entre más de un mes y hasta seis meses mientras que un 17% en menos de una semana y un 7% no planificó o lo definió en el mismo día.

# Actividades y Servicios

## actividades



■ Turismo religioso 
 ■ Naturaleza 
 ■ Aventura 
 ■ Cultural 
 ■ Deportes 
 ■ Observación de flora/fauna 
 ■ Compras 
 ■ Actividades Náuticas 
 ■ Entretenimiento Nocturno 
 ■ Otro

## servicios

**43%**  
muy bueno

**71%**  
muy bueno

**41%**  
muy bueno

**54%**  
muy bueno

**39%**  
muy bueno

**60%**  
muy bueno

## calificación estadia

Muy Buena **72%** + Buena **28%**

## actividades

Las principales actividades que realizaron los turistas fueron aquellas relacionadas con la naturaleza en un 91% mientras que el turismo de aventura representó un 68%. El 52% estuvo relacionada con las compras, un 48% con la observación de flora y fauna mientras que un 42% con la cultura.

## servicios

Tanto la información turística como la conservación de la naturaleza contaron con una calificación muy buena (60% y 71% respectivamente). La gastronomía obtuvo una puntuación del 43% como muy buena mientras que los servicios de hospedaje tuvieron un 41% y la seguridad una puntuación del 54%.

## calificación estadia

La calificación de estadia en la ciudad de Oberá en el año 2017 resultaron entre muy buena y buena en un 72% y 28% respectivamente.





# Posadas

## Estudio del Perfil del Turista

### - Integrado 2017 -



Ministerio de  
**Turismo**  
Presidencia de la Nación

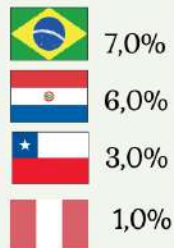
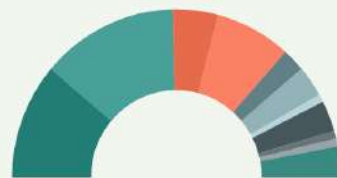
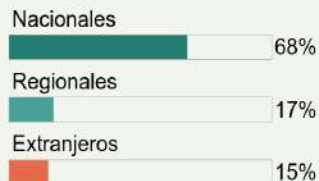


**IPEC**  
INSTITUTO PROVINCIAL  
DE ESTADÍSTICA Y CENSOS



# Perfil del turista

## origen



## motivo



## frecuencia



## origen

El principal mercado de turistas en la ciudad de Posadas durante el año 2017 correspondió al nacional en un 68%, siendo el origen principal de visitantes desde Capital Federal (26.87%) y la provincia de Buenos Aires (22,39%) seguidos por Córdoba (14,93%), Chaco (8,96%) y Santa Fe (5,97%). El turismo interno de Misiones representó el 5,97%

El mercado regional representó el 17% siendo Brasil el principal mercado emisor de turistas seguido por Paraguay y Chile mientras que los países extranjeros conformaron el 15% restante con Francia como el más importante mercado seguido por España e Inglaterra.

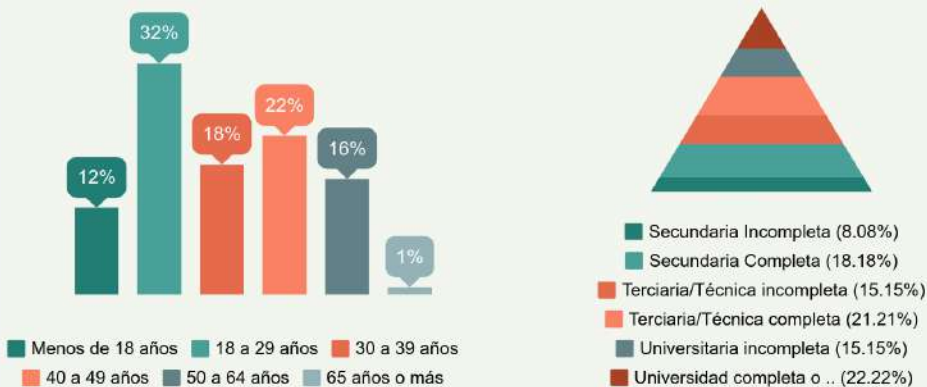
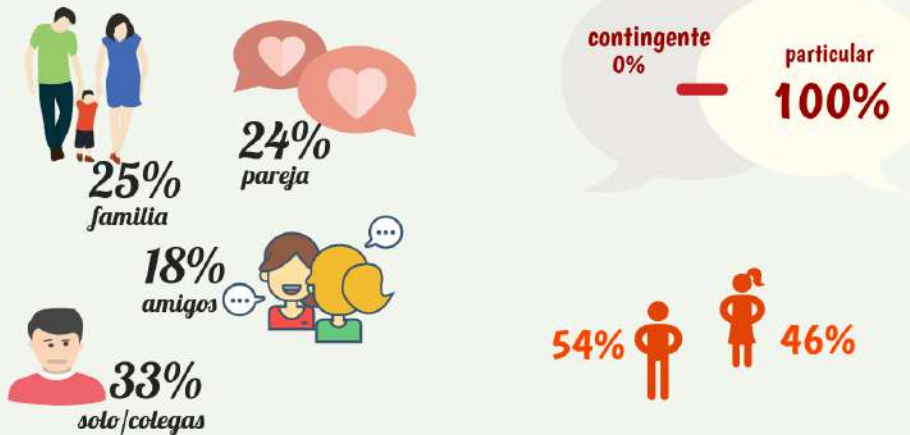
## frecuencia

Se puede destacar que durante el año 2017, el 76% de los turistas visitaron por primera vez la ciudad de Posadas y el 10% repitió su visita una vez al año. Un 10% visitó la ciudad más de una vez al año pero menos de una vez por mes.

## motivo

El 92% de los visitantes vinieron a la ciudad por vacaciones, por ocio y/o recreación, un 7% para visitar a familiares o amigos mientras que el 1% restante lo hizo por motivos de salud.

# Grupo de Viaje



## fecha viaje



El 100% de los turistas que visitaron Posadas en el año 2017 lo hicieron de manera particular.

En la composición del grupo de viaje, se ve reflejado que un 25% se desplazó en familia, un 24% en pareja y un 18% entre amigos. El 33% restante lo hizo de forma individual o entre colegas.



La distribución por sexo de quienes visitaron la ciudad fue en un 54% del sexo masculino y el 46% restante del sexo femenino.

El 62% de los que visitaron Posadas fueron menores de 39 años, mientras que un 1% de los visitantes eran personas mayores de 65 años.

El rango etario que conformó el 32% del total de visitantes fue entre 18 y 29 años.

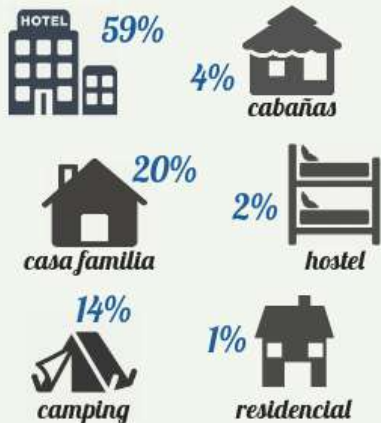
El 43,4% de los visitantes eran profesionales graduados, ya sea en nivel terciario y universitario, un 18,2% con secundaria completa mientras que un 30,3% tenían estudios técnicos y universitarios incompletos.

## fecha viaje

Los turistas que arribaron a la capital de Misiones suelen viajar en un 92% en enero, un 10% en febrero y un 45% en julio.

# En destino

## alojamiento



## reservas



## datos



## Gasto Promedio Diario

**\$ 716,65**

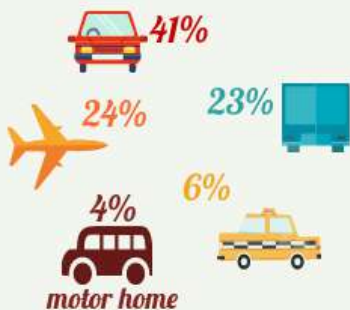
usaron alojamiento pago

**\$ 337,50**

no usaron alojamiento pago



## movilidad



## alojamiento

El 59% de los visitantes optaron por alojarse en establecimientos hoteleros de la ciudad o en casas de familia (20%) (alojamiento no pago) mientras que un 14% prefirió alojarse en los camping de la zona. Un 4% de los visitantes eligieron dormir en cabañas, un 2% en hostel y el 1% restante en residenciales.

## reservas

Se puede destacar que el 37% de los visitantes no realizaron reservas previas a su viaje a la ciudad, mientras que un 49% lo hizo vía web, un 7% vía email y un 2% prefirió contactarse y reservar telefónicamente. Un 5% de los turistas utilizaron otros medios de reservas.

## movilidad

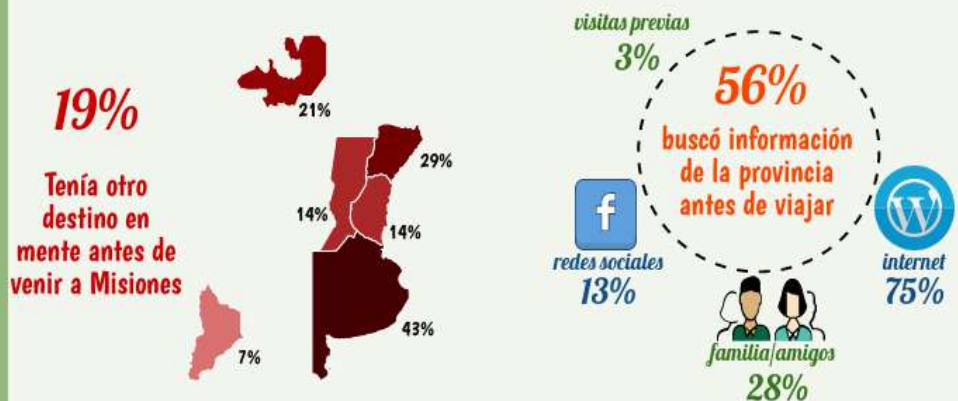
El medio de movilidad más utilizado para visitar Posadas durante el 2017 fue el automóvil particular en un 41% seguido del transporte aéreo con un 24% y el ómnibus con un 23%. Mediante motor home un 4% y con taxis o remis el 6%.

## datos

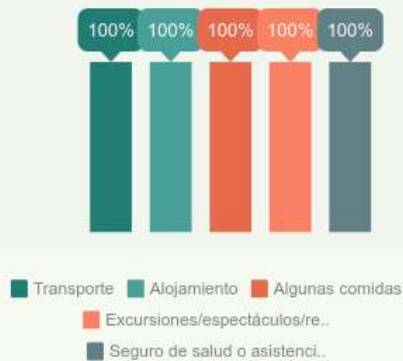
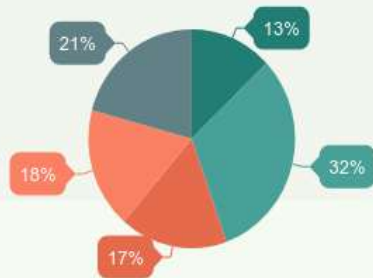
La estadía promedio durante el año 2017 en ciudad de Posadas fue de 3,21 noches.

El gasto promedio del turista que utilizó alojamiento pago fue de \$716,65 mientras que aquellos que no utilizan alojamiento pago, es decir, se alojaron en casa de familiares o amigos o se encontraban de paso por la ciudad tuvieron un gasto promedio diario de \$337,50.

# Planificación del Viaje



- No planificó / El mismo día (12.87%)
- 1 semana (31.68%)
- 1 semana y 1 mes (16.83%)
- + 1 mes y hasta 6 meses (17.82%)
- Ns/Nc (20.79%)



El 19% de las personas que visitaron Posadas en 2017 tenían otro destino en mente. Entre estos destinos el más pensado fue la provincia de Buenos Aires con el 43%, Corrientes con un 29%, Salta en un 21% seguido por Santa Fe y Entre Ríos con un 14% y en menor medida la provincia de Neuquén con un 7%.



Antes de viajar, el 56% de los turistas buscó información de Misiones. Merece destacar que el medio más utilizado fue internet en un 75%. A su vez un 13% lo hizo en las diferentes redes sociales y un 28% consultó con amigos y familiares antes de viajar y un 3% por visitas previas a la ciudad,



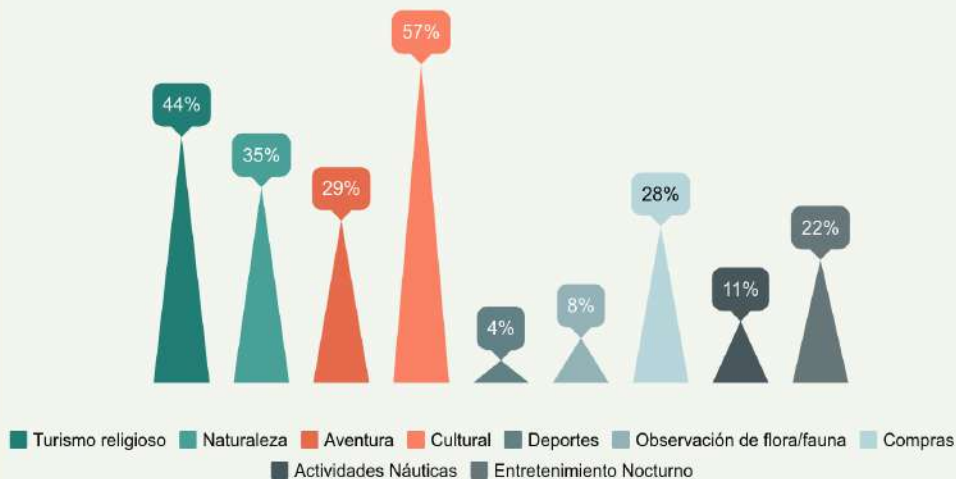
planificación

La planificación del viaje a Misiones se realizó en un 32% en menos de una semana y un 17% entre un semana y un mes antes, un 18% entre más de un mes y hasta seis meses mientras que un 13% no planificó o lo definió en el mismo día.

El 3% de los que visitaron Posadas contrataron paquetes turísticos en la ciudad de origen y que incluyeron varios servicios como transporte, alojamiento así como excursiones o espectáculos, algunas comidas y seguro de salud o asistencia al viajero.

# Actividades y Servicios

## actividades



## servicios



## calificación estadia



## actividades

Las principales actividades que realizaron los turistas fueron aquellas relacionadas con lo cultural en un 57% y un 44% con el turismo religioso. El 35% estuvo relacionada con actividades de la naturaleza y el turismo de aventura representó un 29%. Un 28% estuvo relacionada con las compras.

## servicios

Tanto la información turística como la seguridad contaron con una calificación muy buena (36% y 26% respectivamente). La gastronomía obtuvo una puntuación del 21% como muy buena mientras que los servicios de hospedaje tuvieron un 25%.

## calificación estadia

La calificación de estadia en la ciudad de Posadas en el año 2017 resultaron entre muy buena y buena en un 92% y 6% respectivamente.



# San Ignacio

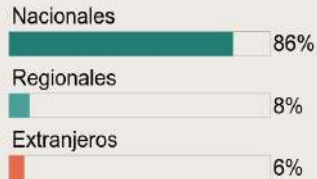
## Estudio del Perfil del Turista

### - Integrado 2017 -

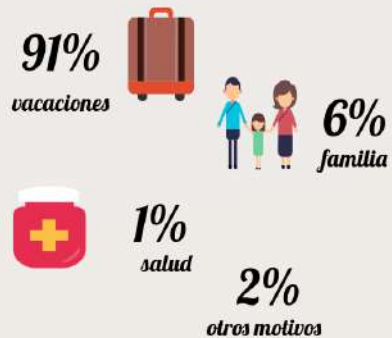


# Perfil del turista

## origen



## motivo



## frecuencia



## origen

El principal mercado de turistas en la ciudad de San Ignacio durante el año 2017 correspondió al nacional en un 86%, siendo el origen principal de visitantes desde la provincia de Buenos Aires (24,69%), Córdoba (16,05%), Chaco (11,11%), Capital Federal (9,88%) y Corrientes (8,64%). El turismo interno de Misiones representó el 4,94%.

El mercado regional representó el 8% siendo Brasil el principal mercado emisor de turistas y los países extranjeros conformaron el 6% restante con Francia como el más importante.

## frecuencia

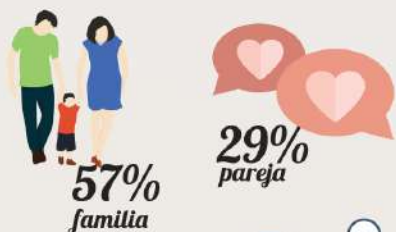
Se puede destacar que durante el año 2017, el 85% de los turistas visitaron por primera vez la ciudad de San Ignacio y el 5% repitió su visita menos de una vez por año. Un 3% visitó la ciudad una vez al año.

## motivo

El 91% de los visitantes vinieron a la ciudad por vacaciones, por ocio y/o recreación, un 6% para visitar a familiares o amigos, un 1% por salud y el 2% restante tuvo otros motivos de visitas.



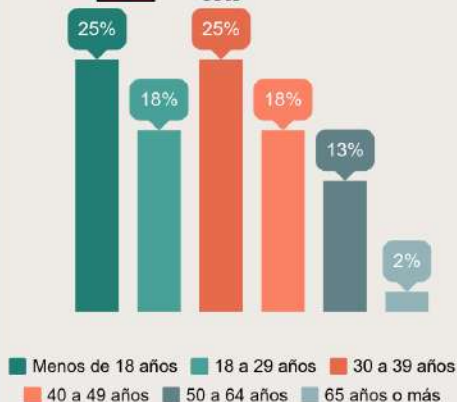
# Grupo de Viaje



4% solo

contingente  
9%

particular  
91%



- Primaria Completa (0.40%)
- Secundaria Completa (11.21%)
- Terciaria/Técnica incompleta (2.70%)
- Terciaria/Técnica completa (30.03%)
- Universitaria incompleta (19.72%)
- Universidad completa o .. (35.94%)



El 91% de los turistas que visitaron San Ignacio en el año 2017 lo hicieron de manera particular, mientras que el 9% restante formó parte de un contingente o grupo de viaje.

En la composición del grupo de viaje, se ve reflejado que un 57% se desplazó en familia, un 29% en pareja y un 9% entre amigos. El 4% restante lo hizo de forma individual.



La distribución por sexo de quienes visitaron la ciudad fue en un 52% del sexo femenino y el 48% restante del sexo masculino.

El 68% de los que visitaron San Ignacio fueron menores de 39 años, mientras que un 2% de los visitantes eran personas mayores de 65 años.

El rango etario que conformó el 25% del total de visitantes fue entre 30 y 39 años al igual que personas menores a 18 años.

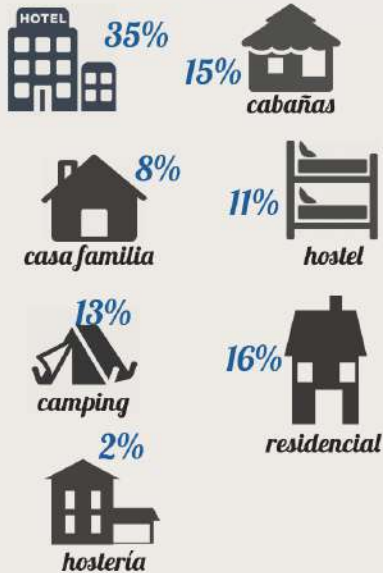
El 65,97% de los visitantes eran profesionales graduados, ya sea en nivel terciario y universitario, un 11,21% con secundaria completa mientras que un 22,42% tenían estudios técnicos y universitarios incompletos.



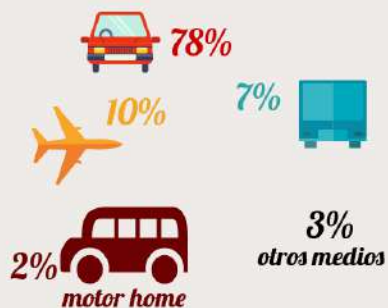
Los turistas que arribaron a la ciudad suelen viajar en un 60% en enero, un 31% en febrero y un 33% en julio.

# En destino

## alojamiento



## movilidad



## reservas



## datos



## alojamiento

El 35% de los visitantes optaron por alojarse en establecimientos hoteleros de la ciudad o en cabañas (15%), el 11% en hostel, el 8% en casas de familia (alojamiento no pago) mientras que un 13% prefirió alojarse en los camping de la zona. Un 2% de los visitantes eligieron dormir en hosterías y el 16% restante en residenciales.

## reservas

Se puede destacar que el 48,48% de los visitantes no realizaron reservas previas a su viaje a la ciudad, mientras que un 33,33% lo hizo vía web, un 11,11% vía email y un 6,06% prefirió contactarse y reservar telefónicamente.

## movilidad

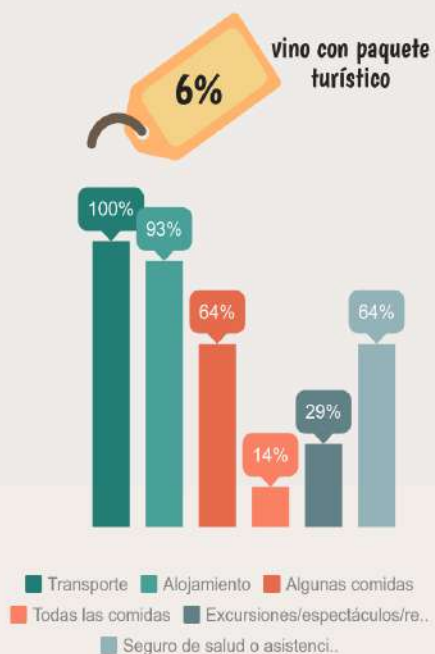
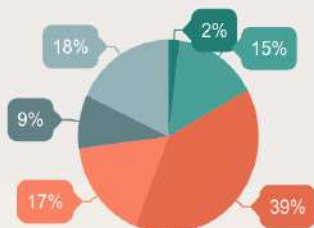
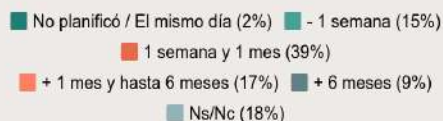
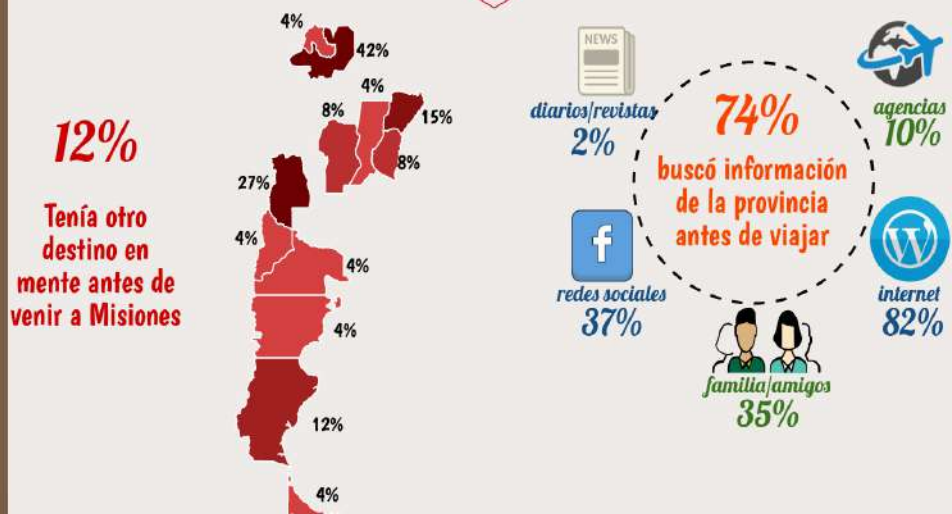
El medio de movilidad más utilizado para visitar San Ignacio durante el 2017 fue el automóvil particular en un 78% seguido del transporte aéreo con un 10% y el ómnibus en un 7%. El 2% optó por viajar mediante motor home y el 3% restante utilizó otros medios de transporte.

## datos

La estadía promedio durante el año 2017 en ciudad de San Ignacio fue de 1,58 noches.

El gasto promedio del turista que utilizó alojamiento pago fue de \$527,48 mientras que aquellos que no utilizan alojamiento pago, es decir, se alojaron en casa de familiares o amigos o se encontraban de paso por la ciudad tuvieron un gasto promedio diario de \$309,15.

# Planificación del Viaje



El 12% de las personas que visitaron San Ignacio en 2017 tenían otro destino en mente. Entre estos destinos el más pensado fue la provincia de Salta en un 42% seguido por Mendoza con el 27%. En menor medida tenían en mente a Corrientes (15%), Santa Cruz (12%) Entre Ríos y Córdoba (8% cada una).



Antes de viajar, el 74% de los turistas buscó información de Misiones. Merece destacar que el medio más utilizado fue internet en un 82%. A su vez un 37% lo hizo en las diferentes redes sociales y un 35% consultó con amigos y familiares antes de viajar.

En menor medida, utilizaron diarios y revistas (2%) o mediante agencias de viajes (10%).



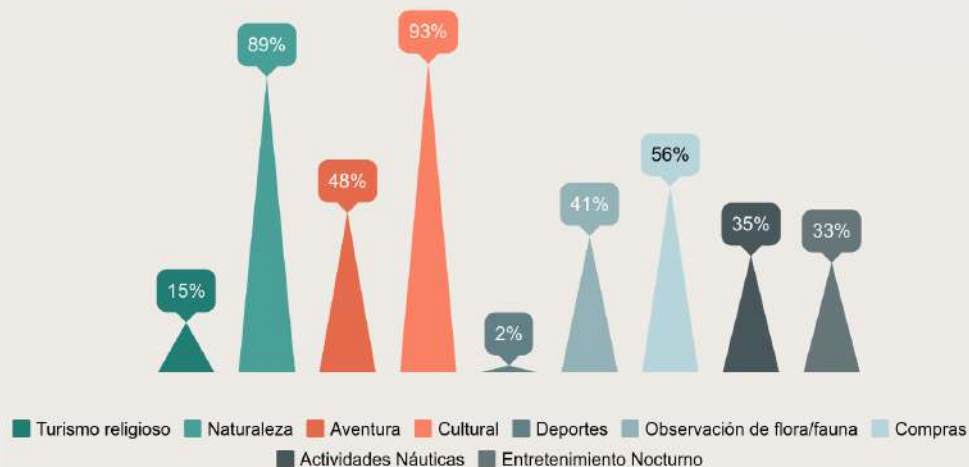
planificación

La planificación del viaje a Misiones se realizó en un 39% entre un semana y un mes antes, un 15% en menos de una semana, un 17% entre más de un mes y hasta seis meses mientras que un 2% no planificó o lo definió en el mismo día.

El 6% de los que visitaron San Ignacio contrataron paquetes turísticos en la ciudad de origen y que incluyeron varios servicios como transporte (100%), alojamiento (93%) así como excursiones o espectáculos (29%), algunas comidas y seguro de salud o asistencia al viajero con 64% cada una.

# Actividades y Servicios

## actividades



## servicios



## calificación estadia

Muy Buena 27% + Buena 68%

## actividades

Las principales actividades que realizaron los turistas fueron aquellas relacionadas con lo cultural en un 93% y con la naturaleza en un 89%. El turismo de aventura representó un 48% y las compras un 56%.

## servicios

La conservación de la naturaleza contó con una calificación muy buena del 46% mientras que los demás servicios contaron con calificaciones menores al 20%.

## calificación estadia

La calificación de estadia en la ciudad de San Ignacio en el año 2017 resultaron entre muy buena y buena en un % y 68% respectivamente.



# Santa Ana

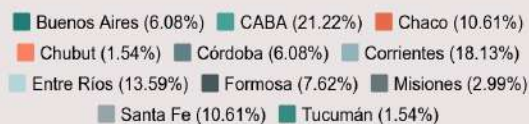
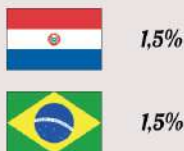
## Estudio del Perfil del Turista

### - Integrado 2017 -



# Perfil del turista

## origen



## motivo



## frecuencia



## origen

El principal mercado de turistas en la ciudad de Santa Ana durante el año 2017 correspondió al nacional en un 97%, siendo el origen principal de visitantes desde Capital Federal (21,22%) y Corrientes (18,13%) seguidos por Entre Ríos (13,59%), Chaco y Santa Fe (10,61% cada una) mientras que el turismo interno de Misiones representó el 2,99%

El mercado regional representó el 3%, con Brasil y Paraguay como principales países emisores de turistas.

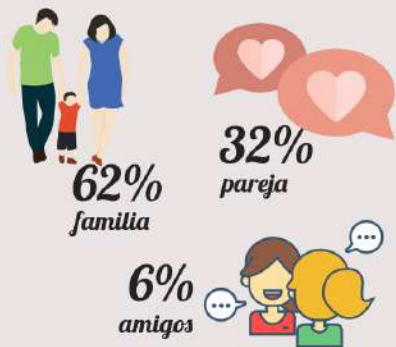
## frecuencia

Se puede destacar que durante el año 2017, el 49% de los turistas visitaron por primera vez la ciudad de Santa Ana y el 40% repitió su visita una vez al año.

## motivo

El 85% de los visitantes vinieron a la ciudad por vacaciones, por ocio y/o recreación, un 13% para visitar a familiares o amigos mientras que un 2% lo hizo por motivos religiosos.

# Grupo de Viaje



contingente 0% — particular 100%



## ✓ fecha viaje



El 100% de los turistas que visitaron Santa Ana en el año 2017 lo hicieron de manera particular.

En la composición del grupo de viaje, se ve reflejado que un 62% se desplazó en familia, un 32% en pareja y un 6% entre amigos.



La distribución por sexo de quienes visitaron la ciudad fue en un 55% del sexo femenino y el 45% restante del sexo masculino.

El 86% de los que visitaron Santa Ana fueron menores de 39 años, mientras que un 1% de los visitantes eran personas mayores de 65 años.

El rango etario que conformó el 31% del total de visitantes fue entre 18 y 29 años.

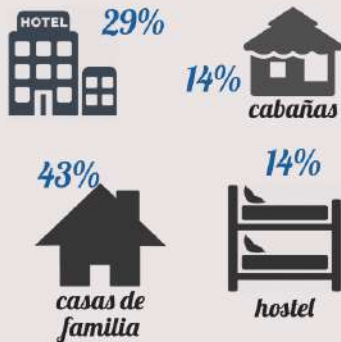
El 66,66% de los visitantes eran profesionales graduados, ya sea en nivel terciario y universitario, un 4,04% con secundaria completa mientras que un 25,25% tenían estudios técnicos y universitarios incompletos.

## ✓ fecha viaje

Los turistas que arribaron a la ciudad suelen viajar en un 79% en enero, un 66% en febrero y un 59% en julio.

# En destino

## alojamiento

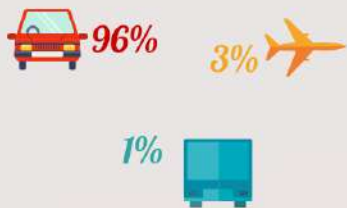


## reservas



## datos

## movilidad



## Gasto Promedio Diario



**\$ 741,07**  
usaron alojamiento pago

**\$ 595,36**  
no usaron alojamiento pago

## alojamiento

El 29% de los visitantes optaron por alojarse en establecimientos hoteleros de la ciudad, en cabañas (14%) o en hostel (25%). El 43% se hospedaron en casas de familia (alojamiento no pago).

## reservas

Se puede destacar que el 50% de los visitantes no realizaron reservas previas a su viaje a la ciudad mientras que un 25% lo hizo vía web al igual que mediante teléfono.

## movilidad

El medio de movilidad más utilizado para visitar Santa Ana durante el 2017 fue el automóvil particular en un 96% seguido del transporte aéreo con un 3% y el ómnibus con un 1%.

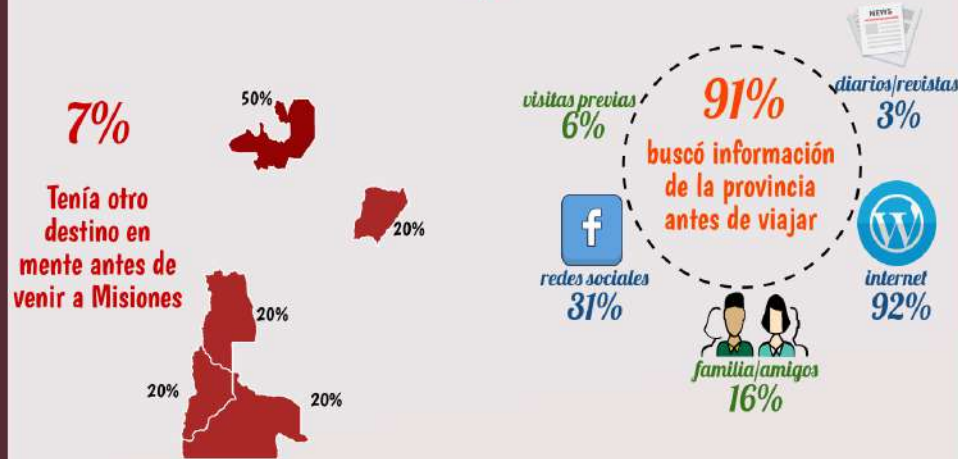
## datos

La estadía promedio durante el año 2017 en la ciudad de Santa Ana fue de 1,04 noches.

El gasto promedio del turista que utilizó alojamiento pago fue de \$741,07 mientras que aquellos que no utilizan alojamiento pago, es decir, se alojaron en casa de familiares o amigos o se encontraban de paso por la ciudad tuvieron un gasto promedio diario de \$595,36.



# Planificación del Viaje



El 7% de las personas que visitaron Santa Ana en 2017 tenían otro destino en mente. Entre estos destinos el más pensado fue la provincia de Salta en un 50% seguido por las provincias de Corrientes, Mendoza, Neuquén y Río Negro con un 20% cada una.

Antes de viajar, el 91% de los turistas buscó información de Misiones. Merece destacar que el medio más utilizado fue internet en un 92%. A su vez un 31% lo hizo en las diferentes redes sociales y un 16% consultó con amigos y familiares antes de viajar.

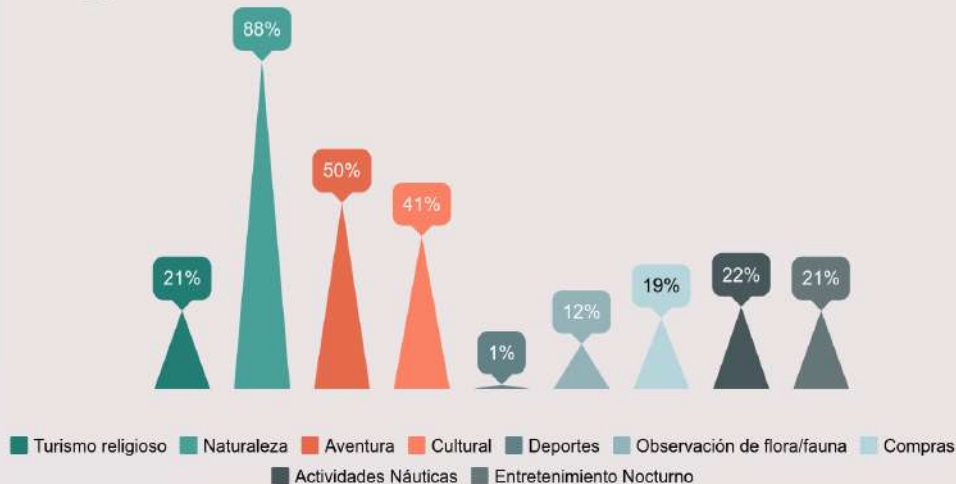
En menor medida, utilizaron diarios y revistas (3%) o por visitas previas (6%).



La planificación del viaje a Misiones se realizó en un 70,60% entre un semana y un mes antes, un 14,70% en menos de una semana, un 10,30% entre más de un mes y hasta seis meses mientras que un 2,90% no planificó o lo definió en el mismo día.

# Actividades y Servicios

## actividades



## servicios



## calificación estadia



## actividades

Las principales actividades que realizaron los turistas fueron aquellas relacionadas con la naturaleza en un 88% mientras que el turismo de aventura representó un 50% y el 41% estuvo relacionado con la cultura.

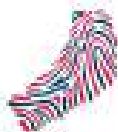
## servicios

Tanto la información turística como la conservación de la naturaleza contaron con una calificación muy buena (63% y 71% respectivamente). La gastronomía obtuvo una puntuación del 69% como muy buena mientras que los servicios de hospedaje tuvieron un 26%.

## calificación estadia

La calificación de estadia en la ciudad de Santa Ana en el año 2017 resultaron entre muy buena y buena en un 63% y 24% respectivamente.

*Todos tenemos*  
**MISIONES**



**MISIONES**  
PROVINCIA

MINISTERIO DE TURISMO

**[www.misiones.tur.ar](http://www.misiones.tur.ar)**

Tel. 0376-4447539/40

Colón 1985, Posadas , Misiones