



NOVIEMBRE 2022

Monitor Nacional Turismo

Qué piensan, sienten y opinan los argentinos sobre los viajes, las vacaciones y el sector en general

Temporada de dudas

El verano se siente cerca y los argentinos empiezan a pensar en la temporada de vacaciones 2022-2023, en un contexto económico complejo y con anuncios de aumento de precios en todos los rubros de turismo. Las medidas de ajuste al dólar vuelve casi imposible soñar con cruzar la frontera. Entonces, ¿Qué piensan hacer?

A los argentinos les gusta viajar: feriados, fines de semana largos, escapadas, vacaciones. Todo es válido para armar un valija y salir a recorrer. Si bien el trabajo es el primer factor a considerar, los jóvenes también tienen en cuenta períodos más cortos para salir a la ruta.

Pensando en lo que viene **4 de cada 10 argentinos aún no tiene definido si se irá de vacaciones y 2 de cada 10 saben que, por motivos económicos, no podrán tomarse el tan ansiado descanso.**

La conversación también es digital, la temática de las vacaciones alcanzó 5 millones de menciones y 3 millones de usuarios hablando, con un sentimiento positivo sobre la proximidad de las fechas y las ganas del comienzo del verano y uno negativo condicionado principalmente por el aumento del “dólar turista/ Qatar”. La gente se expresa y se estresa tanto en el mundo físico como en el virtual pero **siempre tiene algo para decir.**

También **hay lugar para la aventura**, la mitad de los argentinos asocia al Turismo Aventura con el trekking, aunque **la mayoría coincide en que es una práctica costosa.** De aquellos que realizan esta actividad prefieren **experiencias tangibles y personalizadas** en la compra de sus insumos y también en la contratación de los distintos servicios.

Y si ponemos una ficha al futuro del turismo, definitivamente la cuestión ambiental pasa al frente. Más de la mitad de los argentinos no conoce ni escuchó hablar del “turismo sostenible” pero están de acuerdo en que sería muy atractivo poder contar con estas opciones y coincide en lo beneficioso que sería el desarrollo de este tipo de industria, tanto a nivel personal como a nivel nacional.

El futuro del turismo está en pañales, pero sin duda es verde y extremo.

Si tenés
1 minuto



La realidad en cuatro titulares

01 Vamos de paseo ¡Pi pi pi!

Viajar siempre ha sido un objetivo de los argentinos. Cambiarán la cantidad de días, los acompañantes o el destino, pero el espíritu está siempre presente. Las vacaciones laborales marcan el norte para viajar en familia o en pareja y, frente al escenario económico, el interior del país se posiciona como principal destino de viaje.

02 Temporada 2023

El verano está a la vuelta de la esquina pero la incertidumbre reina en la gente. Los motivos económicos son el principal factor para decidir irse o no de vacaciones y los ahorros serán quienes soporten el gasto de esos días que los argentinos destinen a descansar.

03 Hora de aventura

Casi la mitad de los argentinos asocia al Turismo Aventura con el trekking en bosques. Por otro lado, la mayoría coincide en afirmar que es una práctica costosa. Quienes realizan esta actividad eligen canales de compra presenciales y la contratación de los distintos servicios en el momento de realizarlos.

04 El turismo es sostenible

El cuidado del ambiente viene siendo materia de políticas públicas en todo el mundo y en el país también. Sin embargo, gran parte de los argentinos no sabe ni escuchó hablar del turismo sostenible, aunque todos coinciden en la importancia de desarrollarlo y sus beneficios.

Si tenés
10 minutos





**3 de
cada 10**

argentinos define sus fechas
de viaje teniendo en cuenta
las vacaciones laborales.

¿Qué tenés en cuenta para definir las fechas del viaje?

35,3%



Vacaciones laborales

24,0%

Puedo planificarlo en cualquier momento

13,9%

Vacaciones por escolaridad

11,5%

Temporadas bajas de destinos a visitar

10,5%

Fines de semana largo

4,8%

Festivales/eventos

Work Life balance

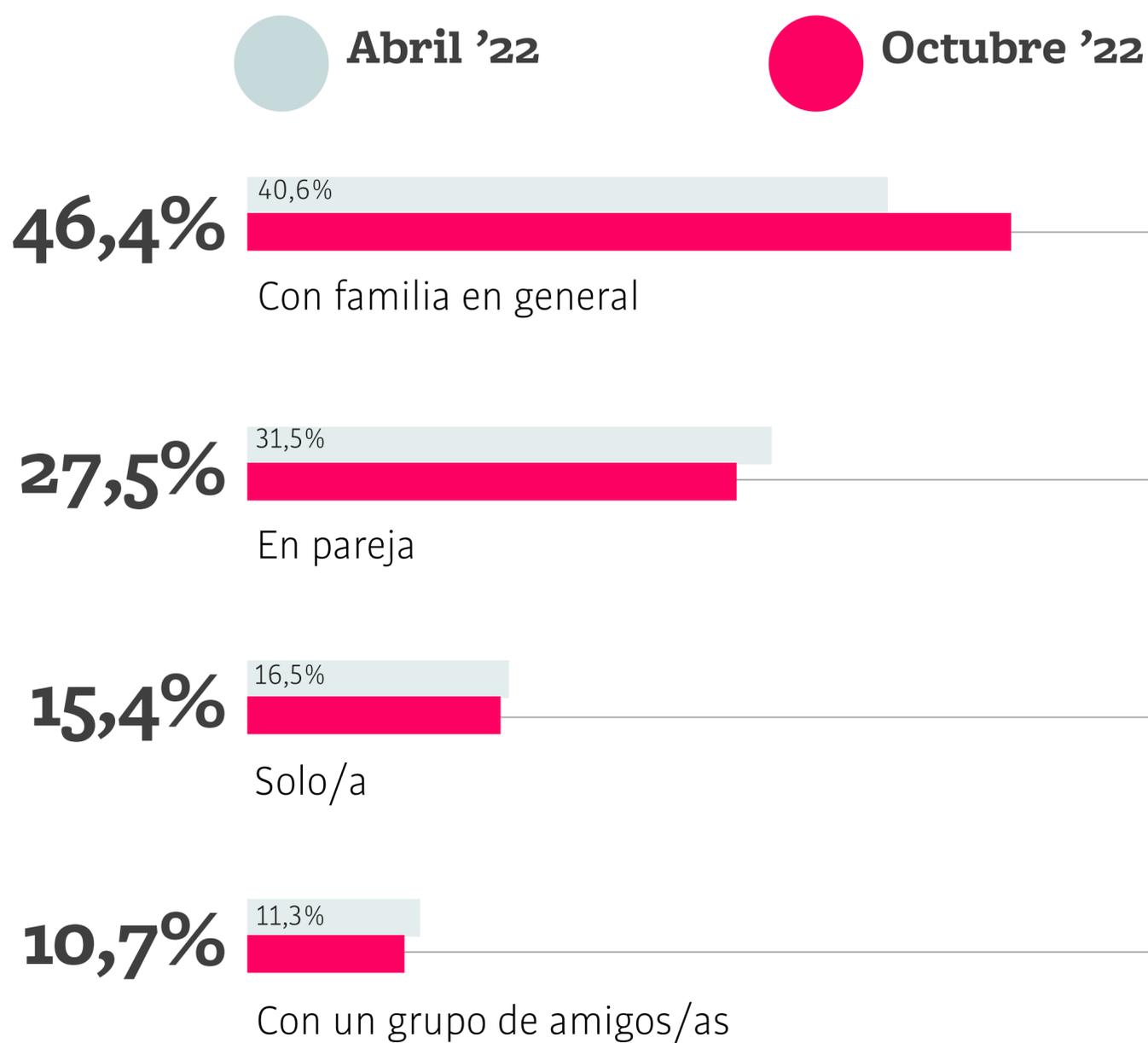
Para el 35,3% de los argentinos, el trabajo es un factor decisivo a la hora de elegir fecha de viaje. Los jóvenes también piensan en los fines de semana largos como un momento óptimo para hacerse una escapada y cortar con la rutina.



46,4%

de los argentinos viaja con su familia, este dato creció 6 puntos en los últimos 6 meses

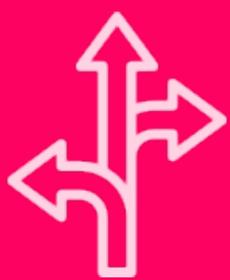
¿Con quién viajás generalmente?



Lo primero es la familia

Los argentinos se caracterizan por ser muy familiares. Los almuerzos de domingo, las fiestas, los cumpleaños: todo es una buena ocasión para juntarse y celebrar.

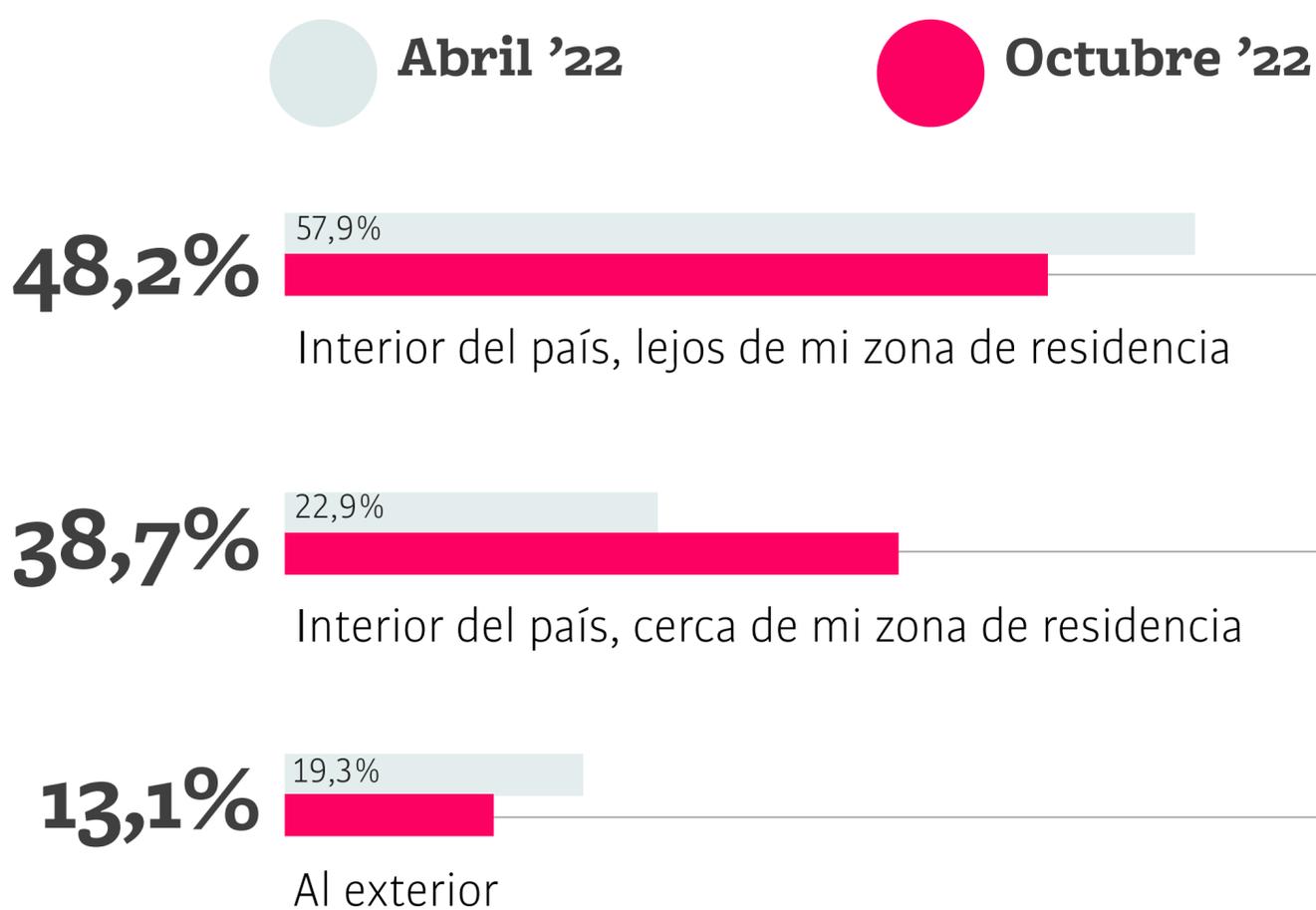
Los viajes no son una excepción y casi la mitad de los encuestados afirman viajar con familia en general, un dato que creció casi 6 puntos respecto a abril de 2022.



Casi 1 de cada 2

argentinos prefiere viajar al interior del país, lejos de su zona de residencia.

Y, en general, ¿a dónde preferís viajar?



De Ushuaia a La Quiaca

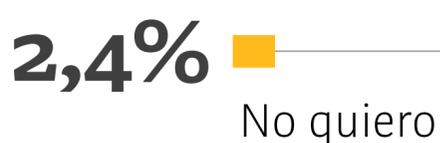
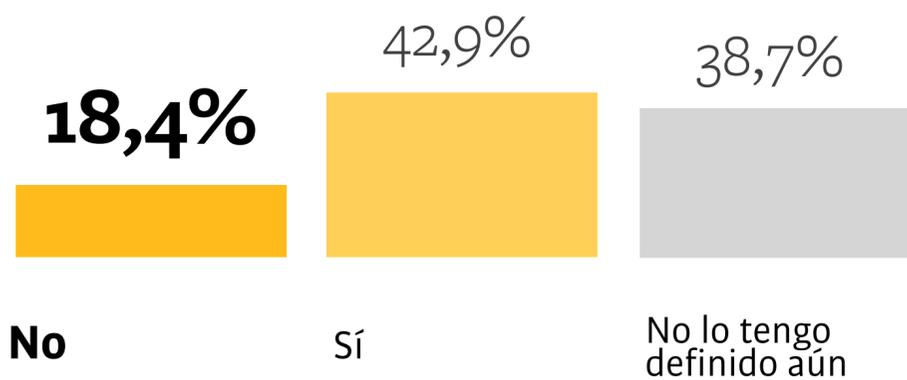
Argentina es un país increíble, con una variedad de ecosistemas y actividades para hacer que invita a recorrerlo de punta a punta. 48,2% de los argentinos eligen lugares lejos de su lugar de residencia como destinos principales de viaje, aunque este dato se redujo casi 10 puntos en los últimos 6 meses.



38,7%

de los argentinos todavía no
tiene definido aún si se irá
de vacaciones esta
temporada

¿Pensás irte de vacaciones?



Este es el tema del verano

El contexto económico nacional incide directamente en las decisiones de los argentinos y las vacaciones no son una excepción. Si bien el 42,9% lo tiene decidido, el 57,1% no lo tiene definido o ha decidido no tomarse vacaciones este verano. La indefinición se siente más en la Generación Z por sobre el resto.



6 de cada 10

argentinos que se van
de vacaciones este año
planifican hacerlo entre
4 a 10 días.

¿Cuántos días planificas irte de vacaciones?

(A quienes dijeron que se van de vacaciones)

10,6% Entre 2 y 4 días

29,2% Entre 4 y 7 días

27,6% Entre 7 y 10 días

17,7% Entre 10 y 14 días

14,7% Más de 15 días

En el justo medio

Una semana, en promedio, es el tiempo que destinan los argentinos para irse de vacaciones. 3 de cada 10 se irán entre 4 a 7 días y casi 3 de cada 10 lo harán entre 7 a 10.

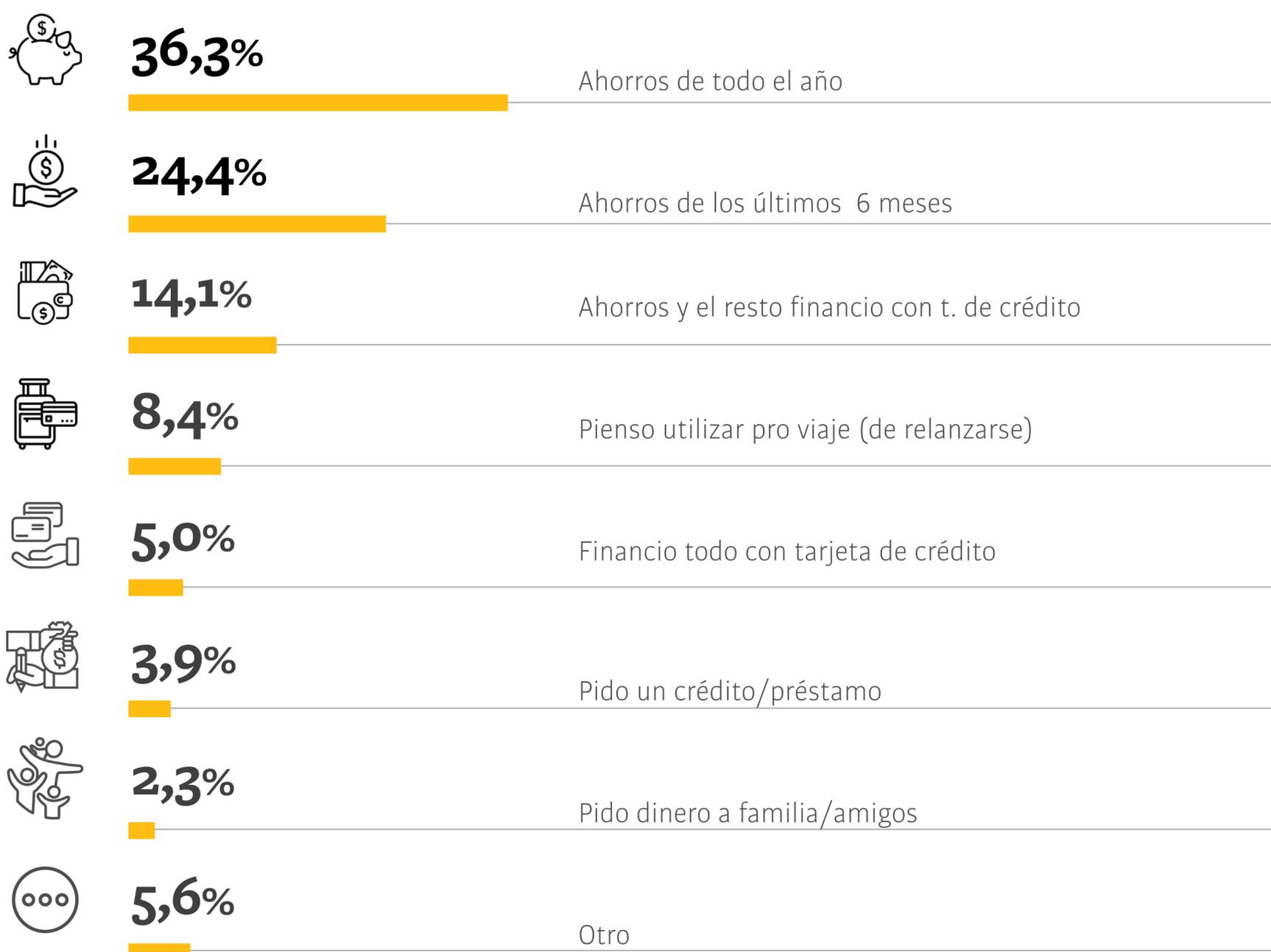


**6 de
cada 10**

argentinos que se van
de vacaciones las
financiarán sólo con
ahorros

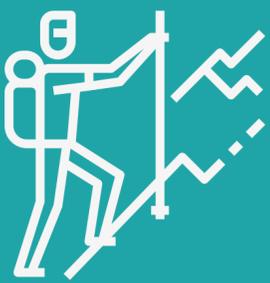
¿Cómo vas a financiar las vacaciones?

(A quienes dijeron que se van de vacaciones)



Peso por peso

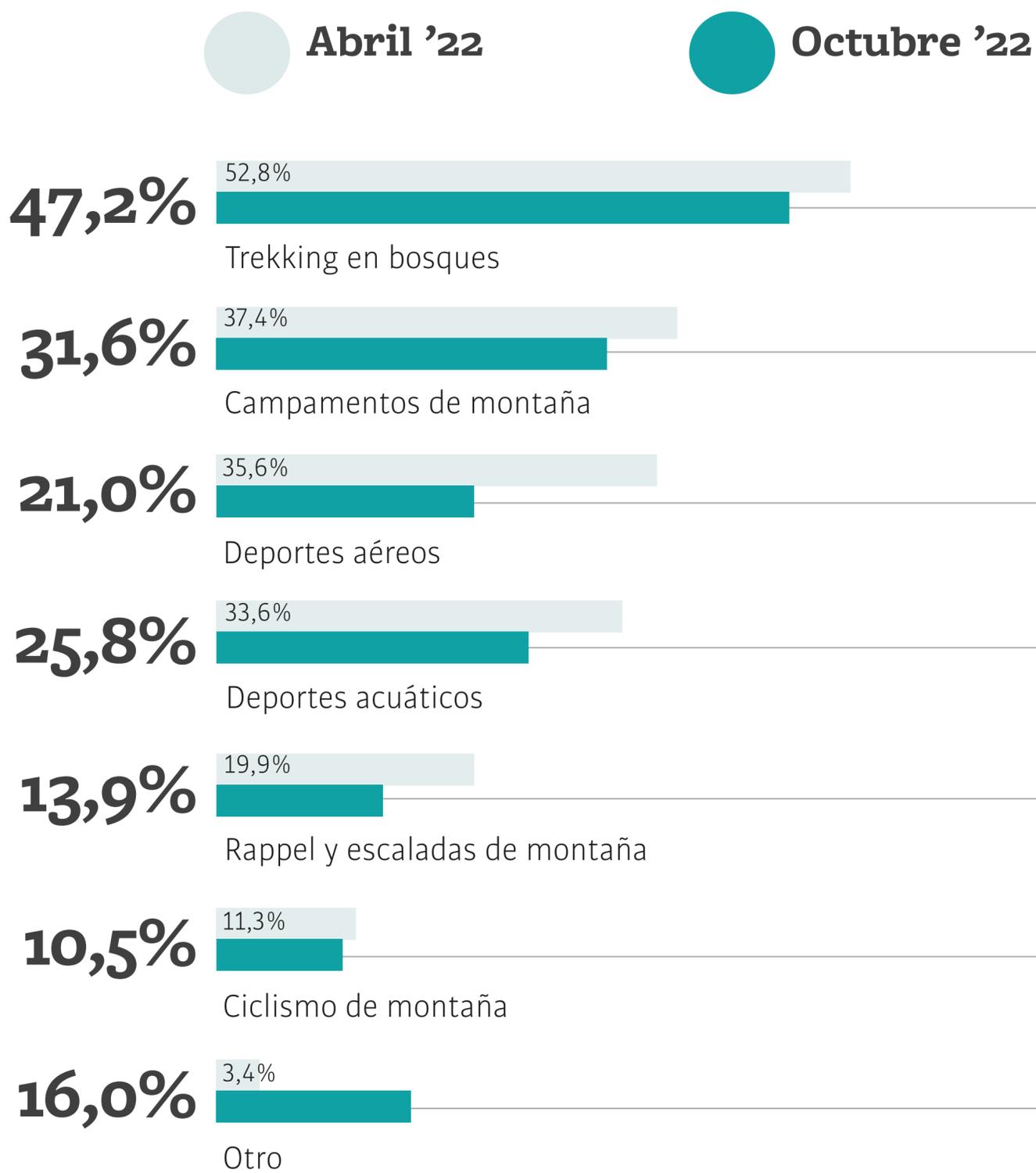
Al no haber novedades sobre un nuevo lanzamiento de Pre-Viaje, los argentinos que han decidido irse de vacaciones destinarán ahorros de todo el año para solventar los distintos gastos en los que se incurren en este periodo.



1 de cada 2

argentinos asocia al “Turismo
Aventura” con actividades de
trekking en bosques

Turismo aventura: ¿Con qué actividades lo asociás?



Se hace camino al andar

El turismo aventura es una disciplina que gana adeptos en nuestro país. A pesar de la gran oferta y diversidad de actividades, los argentinos lo asocian principalmente al Trekking en bosques y a los campamentos de montaña.



7 de cada 10

argentinos considera que el turismo aventura es una práctica costosa

¿Considerás que el turismo aventura es una práctica costosa?

18,3% 
Sí, mucho

22,7% 
Sí, bastante

28,5% 
Sí, algo

16,6% 
No, no lo creo

14,0% 
Ns/Nc

Pesos pesados

Hay una percepción sobre la actividad que ronda en la cabeza de los argentinos: para 7 de cada 10 hacer Turismo Aventura es costoso.

Esta opinión está a lo largo de las generaciones y también atraviesa los 3 niveles socioeconómicos.



4 de cada 10

argentinos que practica
turismo aventura contrata las
actividades en el lugar adonde
las practica

¿La/s actividad/es que hiciste la/s contrataste en el lugar o previamente?

(A quienes practican turismo aventura)

46,0%



Las contraté en el lugar porque me llamó la atención

33,5%



Las contraté en el lugar pero ya tenía ganas de hacerlas

20,5%



Las contraté previamente

Aquí y ahora

La oferta de actividades es extensa y variada. Desde ciclismo, deportes acuáticos, pasando por la montaña y el aire, quienes practican turismo aventura pueden elegir. Sin embargo, 4 de cada 10 prefiere contratar estas actividades en el lugar adonde la realizan y solo un 20% lo hace previamente.



1 de cada 2

argentinos que practica turismo aventura compra sus insumos de manera presencial en locales especializados

¿Cuál es el canal de compra de indumentaria y accesorios de este tipo de actividad que utilizas?

(A quienes practican turismo aventura)

50,9% Compras en locales especializados (presenciales)

27,7% Compras por Mercado Libre/Marketplace

4,5% Compras online en web de la marca

4,0% Compras online por plataformas del exterior

12,9% Otro

Customer experience

Vivimos en un mundo digital, híper e interconectado, en donde las experiencias son cada vez más personalizadas. Sin embargo, para la mitad de los argentinos que practican turismo aventura, comprar de manera presencial en lugares especializados sigue siendo lo más importante.



**6 de
cada 10**

argentinos no escuchó
ni sabe qué es el
“Turismo Sostenible”

Turismo sostenible: ¿Escuchaste hablar o tenés conocimiento acerca de ese tipo de turismo?

61,7%



No escuché hablar y no sé qué es

23,6%



Sí, escuché hablar y pero no sé qué es

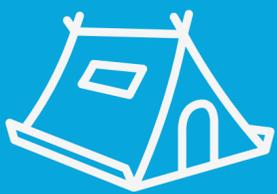
14,7%



Sí, escuché hablar y sé qué es

Un terreno desconocido

Si bien la cuestión ambiental ha estado en agenda en los últimos años, Argentina todavía está demasiado “verde”. Más de la mitad de los encuestados no ha oído hablar del Turismo Sostenible ni tampoco sabe qué es.



8 de cada 10

argentinos considera “muy o bastante atractivo” viajar a lugares en donde se desarrolla el Turismo Sostenible

¿Cuán atractivo te resultaría viajar en el corto plazo a lugares donde se desarrolle el turismo sostenible?

50,8% 
Muy atractivo

33,7% 
Bastante atractivo

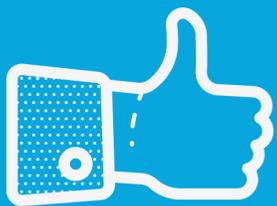
4,2% 
Poco atractivo

2,6% 
Nada atractivo

8,7% 
Ns/Nc

Un horizonte de posibilidades

El cuidado del ambiente es un tema que pareciera ser una bandera de las generaciones más jóvenes. Sin embargo, los argentinos están de acuerdo en afirmar lo atractivo que sería viajar a lugares en donde se desarrolle un turismo que sea amigable con el entorno.



**9 de
cada 10**

argentinos considera que los
beneficios de desarrollar el
Turismo sostenible son
positivos para el país

¿En qué medida crees que fomentar el turismo sostenible beneficiaría a Argentina?

56,0% Mucho

30,6% Bastante

4,4% Poco

2,7% Nada

6,4% Ns/Nc

Mirar hacia adelante

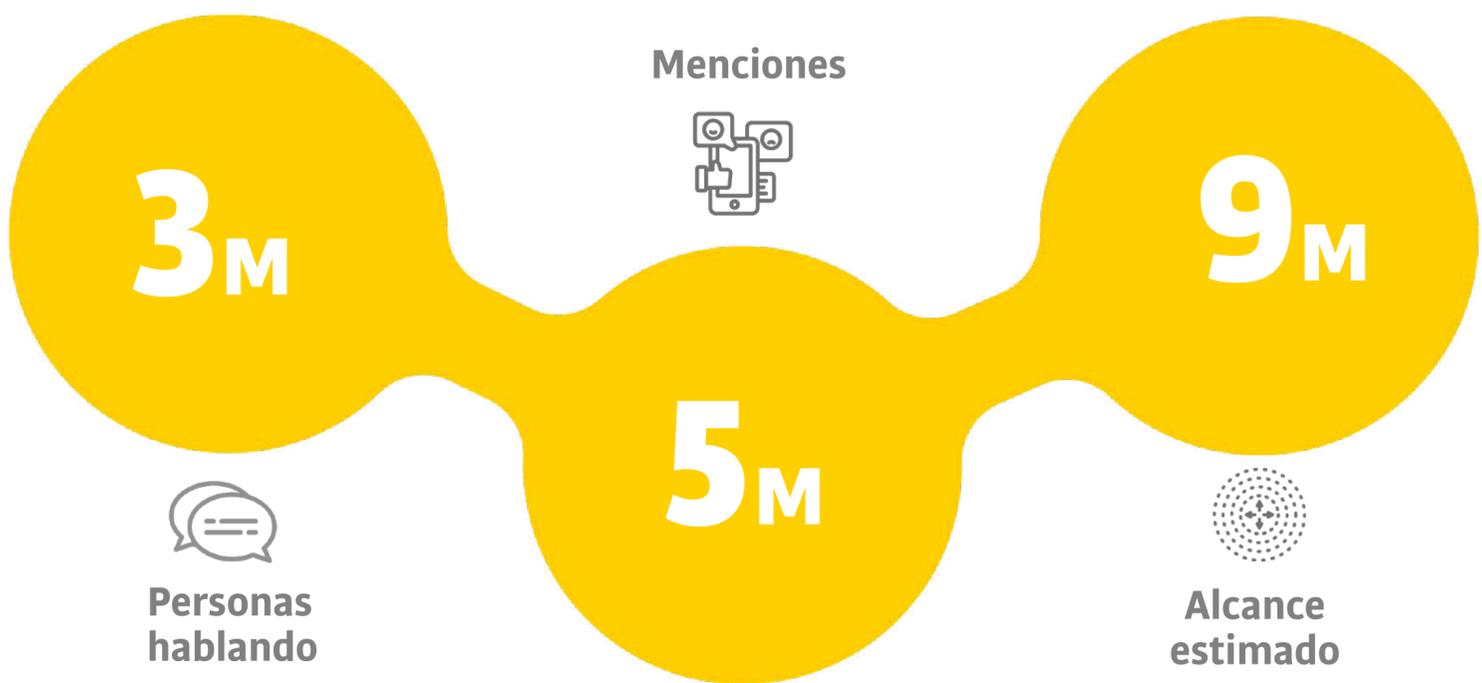
Teniendo en cuenta el poco conocimiento pero el gran atractivo que tiene, no es raro pensar que el 86,6% de los argentinos, además, vean en el fomento al turismo sostenible un gran beneficio para el país.

Social Listening Turismo

Análisis de escucha
activa en **redes sociales**

Temporada de verano 2023

3 millones de personas hablaron acerca del verano, las vacaciones, el turismo, los viajes y costos.



Con la proximidad de la temporada de verano se ha generado un importante volumen de conversación, con **5 millones de menciones** acerca del tema.

En gran parte, la conversación es generada por **entes, agencias y emprendimientos turísticos**. Pero también, usuarios y medios de comunicación comentan sobre el **dólar turista y los precios** para vacacionar este verano.

Social Listening

TURISMO 2023 | QUÉ SE ESTÁ DICIENDO



3M

Personas hablando

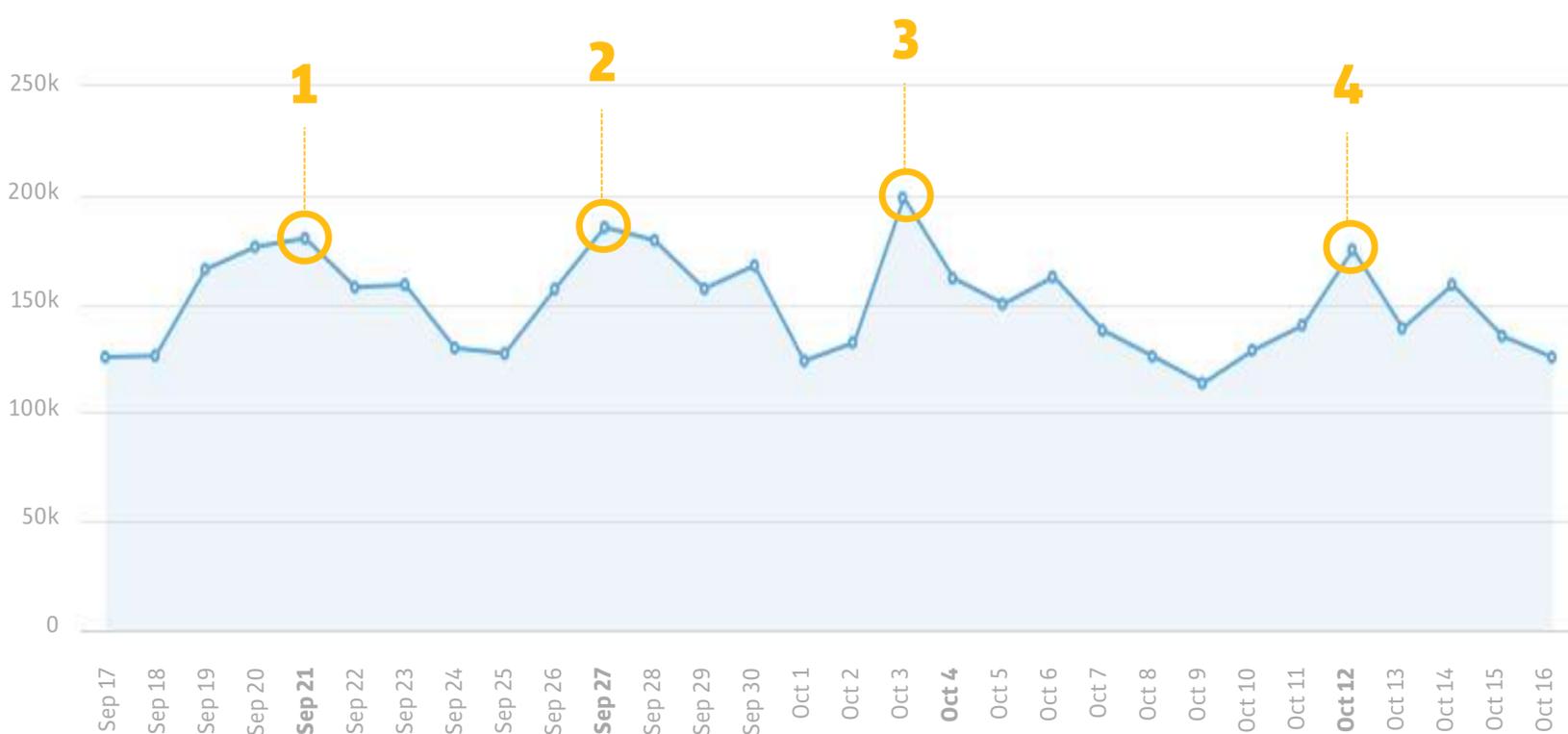


5M

Menciones

Conversación en redes sociales

El grueso de la conversación de usuarios estuvo relacionada con el “dólar turista” y las restricciones para el turismo.



1 | Sept 21

Restricciones para el turismo: en el presupuesto se contemplaría un recorte de divisas para pasajes y otros pagos con tarjeta en el exterior.

La Cámara de Turismo estima que con el **Pre Viaje 3** “un millón de turistas generarían unos \$35 mil millones en temporada baja”.

Ministerios y Secretarías de Turismo del país **promocionan sus destinos turísticos.**

2 | Sept 27

Conversación acerca del **Día Internacional del Turismo 2022.**

3 | Oct 4

Del 1 al 4 de octubre se llevó adelante la **Feria Internacional de Turismo de América Latina** en la Ciudad de Buenos Aires.

4 | Oct 12

Medios nacionales y regionales, y usuarios, comentan acerca del **encarecimiento del 25% del “dólar turista”.**

Turismo Santa Elena: “La Dirección de Turismo llevó la propuesta turística de **#SantaElena** a la Feria Internacional de Turismo de Buenos Aires”.

Nube de palabras

Las publicaciones promocionando destinos y paquetes turísticos, el “dólar turista” y la FIT 2022 fueron los ejes de conversación.



- **“Argentina”, “Turismo”**: Ministerios y secretarías de turismo, así como también emprendimientos turísticos, promocionan sus destinos regionales y paquetes de viajes o actividades.
- **“Turismo”, “Rompieron”, “Dólar Qatar”, “Tarjeta de crédito”**: Conversación acerca del aumento del dólar para el turismo y críticas a funcionarios/as y personalidades oficialistas que viajaron al exterior durante este periodo.
- **“Feria Internacional”, “Internacional de Turismo”, “Turismo de América”**: Se realizó en la Ciudad de Buenos Aires una nueva edición de la Feria Internacional de Turismo de América Latina.
- **“Día Mundial”, “Mundial del Turismo”, “Feliz Día”**: Entes de turismo y usuarios celebran el Día Mundial del Turismo.

 **3M**
Personas hablando

 **5M**
Menciones

Los # son utilizados, principalmente, en Instagram y Facebook por entes, emprendimientos e influencers de viajes.

Ranking	Hashtags	Menciones
1	#Turismo	7487
2	#Argentina	1904
3	#Vacaciones	1351
4	#Viajes	1294
5	#Cordoba	835
6	#Viajar	729
7	#Travel	724
8	#FIT2022	681
9	#TurismoArgentina	677
10	#Naturaleza	609

- **#Turismo, #Argentina, #Vacaciones, #Viajes, #Naturaleza:** Entes de turismo y emprendimientos (cabañas, empresas de actividades turísticas) promocionan en redes sociales sus destinos y paquetes en el país de cara al verano 2023.
- **#Cordoba:** Agencias de turismo y emprendimientos turísticos publican paquetes promocionales en diferentes puntos de Córdoba de cara al verano.
- **#Viajar, #Travel, #TurismoArgentina:** Influencers de viajes utilizan estos # en sus posteos acerca de viajes por el país.
- **#FIT2022:** Ministerios, secretarías y entes de turismo lo utilizan para contar acerca de su participación en la Feria Internacional de Turismo de América Latina.

Social Listening

TURISMO 2023 | QUÉ SE ESTÁ DICIENDO



3M

Personas hablando

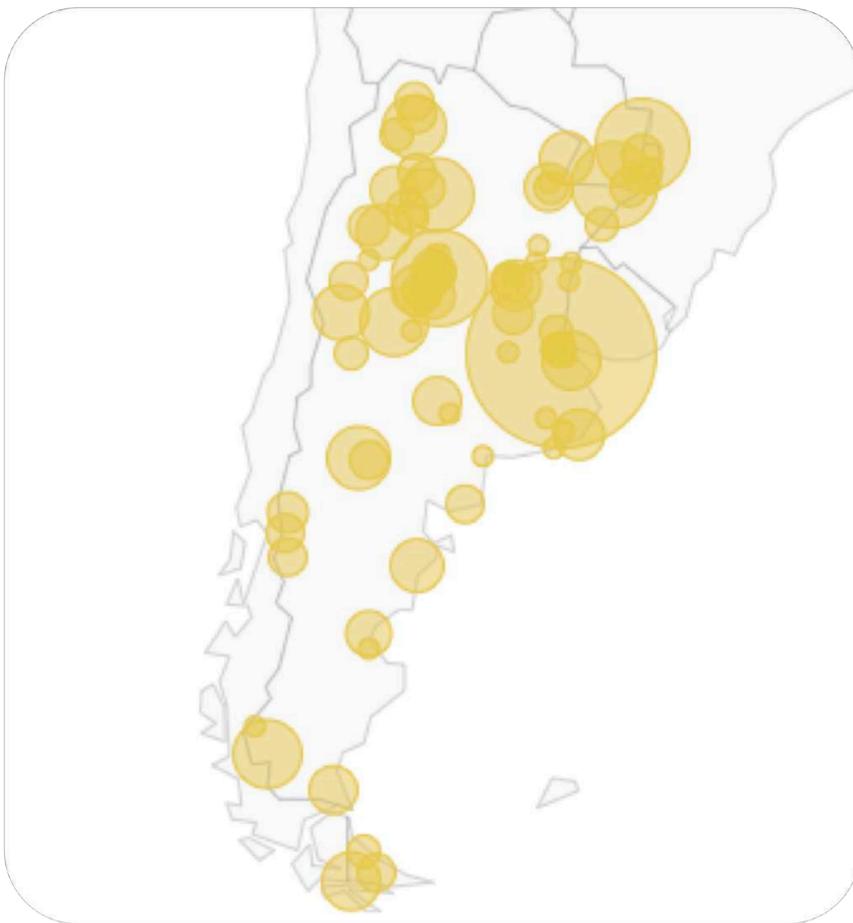


5M

Menciones

Mapa de calor

La conversación acerca de la temporada de verano 2023 se concentra mayoritariamente en Buenos Aires.



Distribución de las **menciones** a nivel regional

Ranking	Provincia / Municipio	Porcentaje de menciones
1	Buenos Aires	28%
2	Córdoba	6%
3	Mendoza	3%
4	Posadas	3%
5	Rosario	3%
6	Salta	2%
7	La Rioja	2%
8	San Juan	2%
9	Neuquén	2%
10	Mar del Plata	2%

Social Listening

TURISMO 2023 | QUIÉNES ESTÁN HABLANDO



3M

Personas hablando



5M

Menciones

Notas de prensa

La cobertura en medios informativos se centró en el “dólar turismo” o “dólar Qatar”



Este es el mejor destino de Sudamérica según los “Oscar del turismo” 2022

[Link a la noticia](#)



LA NACION

“Dólar Qatar”: habrá un tipo de cambio más alto para el turismo y bienes de lujo

[Link a la noticia](#)



Fin de semana largo: se movilizó 20% menos de turistas, pero gastaron más plata que en 2021

[Link a la noticia](#)



Destacan que el Previaje 3 superó las expectativas

[Link a la noticia](#)



Llega el “dólar Qatar”: el nuevo tipo de cambio para viajes y compras al exterior se elevará a 300 pesos

[Link a la noticia](#)



Dólar Qatar: el Gobierno anunció oficialmente el nuevo tipo de cambio

[Link a la noticia](#)



Cuánto valdrá el dólar para turismo y el de contratos artísticos

[Link a la noticia](#)



Verano 2023: alertan que será más caro veranear en Argentina tras nuevo “dólar Qatar”

[Link a la noticia](#)



Social Listening

TURISMO 2023 | SENTIMIENTO



3M

Personas hablando



5M

Menciones

Sentimiento

El grueso de la conversación provienen de entes, agencias y emprendimientos de turismo.

14% 

menciones negativas

La conversación negativa se da principalmente luego de los anuncios del aumento del “dólar turismo”. Además, hay críticas a funcionarios/as y personalidades oficialistas por viajar al exterior.

40% 

menciones neutrales

Las menciones neutrales corresponden a entes, agencias y emprendimientos turísticos que publican sus paquetes de viajes y promocionan sus destinos.

46% 

menciones positivas

El sentimiento positivo domina la conversación digital. Las principales menciones favorables provienen de usuarios que hablan de la proximidad y las ganas del comienzo del verano. También hay menciones acerca de la “explosión del turismo”.

Social Listening

TURISMO 2023 | SENTIMIENTO



3M

Personas hablando



5M

Menciones

Sentimiento

El grueso de las menciones proviene de cuentas de turismo, aunque los usuarios también generan conversación en cuanto a las ganas del verano y los precios de viajar.

14% 

menciones negativas



micaela @michaelamp12 · Oct 12

Replying to @morandolucas

Hablemos de lo que van a costar los alquileres en la costa 🙄🙄🙄🙄🙄



Lucas Morando

@morandolucas

Un pasaje a Europa o Miami para enero cuesta mínimo \$800.000. Si vas con tu pareja te sale \$ 1.6 millones. Ya mataron las cuotas el año pasado. Ahora, qué tarjeta de crédito te banca gastar de un saque esa plata? Rompieron a la clase media y, también, al turismo.



Roberto Cachanosky

@RCachanosky

48 personas en la comitiva que viaja con @alferdez pero el problema es el dólar turismo



Juan Pablo Peralta

@JuamPaPeralta

En un país con 50% de pobres, indigencia, la clase media en caída, ajuste e inflación enorme, miles d dólares se usan para turismo oficial. Otra comitiva gigante con 10 gobernadores q tienen chicos desnutridos en sus pcias van al Park Hyatt (NY) a disfrutar ¿Cómo permitimos esto?

40% 

menciones neutrales

46% 

menciones positivas

Social Listening

TURISMO 2023 | SENTIMIENTO



3M

Personas hablando



5M

Menciones

Sentimiento

El grueso de las menciones proviene de cuentas de turismo, aunque los usuarios también generan conversación en cuanto a las ganas del verano y los precios de viajar.

14% 

menciones negativas



purma.arg Quien mas quiere despertar asi?

·
Buscas relajarte ? Tengo la solución  @manantialdelsilencio

 Ubicado en el corazón de purmamamarca

40% 

menciones neutrales



trekexplorer1  Hoya de Garay 

PRÓXIMA FECHA: DOMINGO 23/10
CUPOS DISPONIBLES: 15
VALOR POR PERSONA: \$4000
INTENSIDAD: INTERMEDIA/ALTA

46% 

menciones positivas



Malargüe Turismo
@MalargueTurismo

 Mirador del Valle Hermoso
¿Quién más está ansioso porque llegue el #verano y disfrutar de estos paisajes?

Social Listening

TURISMO 2023 | SENTIMIENTO



3M

Personas hablando



5M

Menciones

Sentimiento

El grueso de las menciones proviene de cuentas de turismo, aunque los usuarios también generan conversación en cuanto a las ganas del verano y los precios de viajar.

14%
menciones negativas



Carlos Maslatón
@CarlosMaslaton

Estalla Ezeiza en estos momentos. Es récord histórico de turismo ingresante y de argentinos regresantes. Ni en 1980, ni en 1992, ni en 2007, anteriores techos, vi cosa semejante. Hay mucha plata, la economía está volando y recién empieza.



09
@mauristefano_

se vienen las noches de verano 🍷



conti 🍷
@lauconti_

se va sintiendo el verano q lindoo

46%
menciones positivas



valentin
@valesambrini_

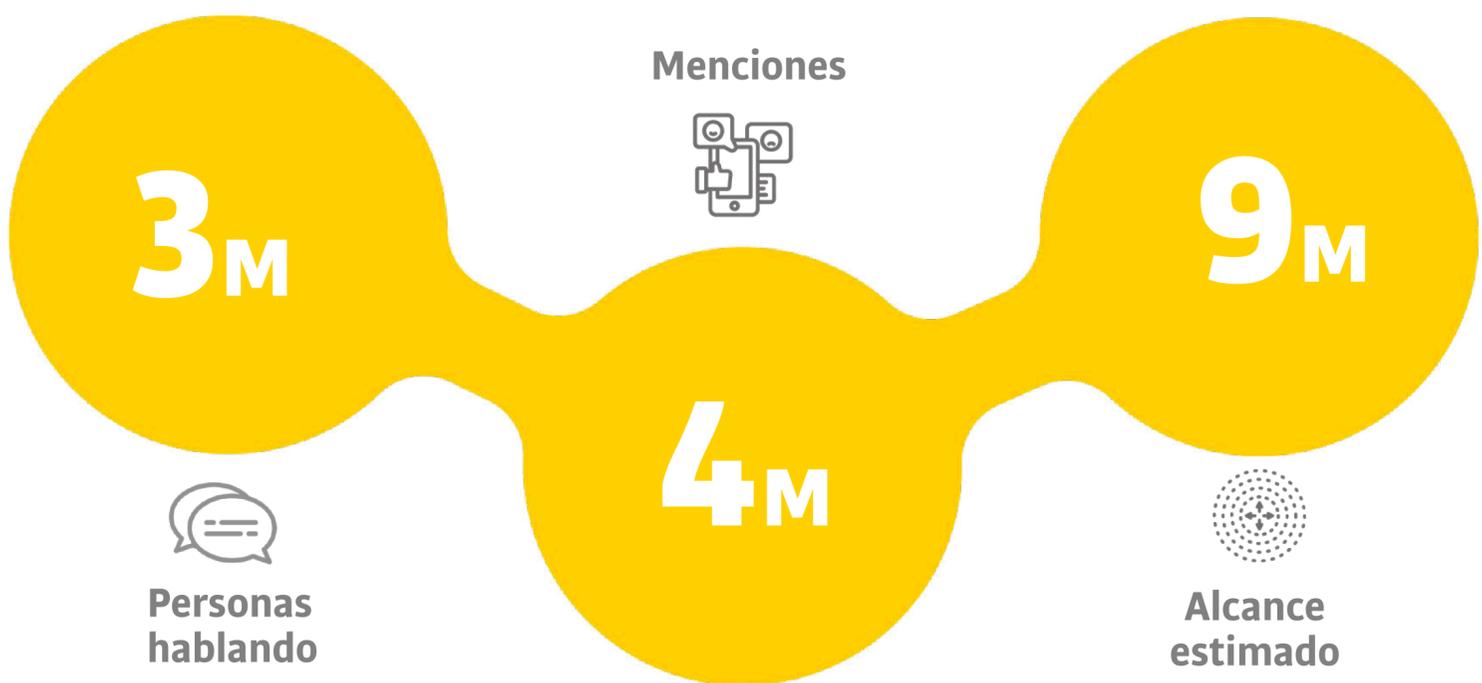
que llegue ya el verano y las vacaciones por favor 🙏

2023

**Precios de
temporada**

Precios de temporada 2023

¿Cómo fue la conversación sobre los precios de pasajes y hospedajes para el verano 2023?



Principales conceptos

Turismo	2880 menciones
1104 menciones	Turismo Nacional
Tarjeta de Crédito	361 menciones
433 menciones	Mar del Plata
Dólar Qatar	165 menciones

El grueso de la conversación en cuanto a los precios proviene de la discusión acerca del **encarecimiento del dólar para el turismo** (compras en tarjeta en el exterior y pasajes). También se generó bastante conversación con respecto a los **altos precios de los alojamientos y carpas en Mar del Plata**. En ambos temas la conversación tiene un tinte negativo, con usuarios criticando los impuestos y los altos precios.

Social Listening

TURISMO 2023 | MENCIONES CON MAYOR INTERACCIÓN



5k

Personas hablando



8k

Menciones

Pasajes y hospedajes 2023

La conversación en cuanto a precios gira en torno al dólar turismo y los altos precios de la temporada de verano en Mar del Plata.



José Viñuela / Cyberperiodismo is at Mar del plata, Argentina.

September 19 at 11:03 PM · Mar del Plata · 🌐

¿Mar de los Chorros o Plumas Verdes será más económico?

Los balnearios en Mar del Plata lanzaron los primeros precios para los alquileres de carpas en la temporada de verano.

Los precios comenzarán en \$300.000 y algunos llegarían a \$500.000 y el previaje no estaría incluido. Para disminuir el impacto de los aumentos, en algunos casos ofrecen planes de pago en hasta 12 cuotas. (Info de Radio Mitre)



3k

Respuestas



378

Retweets



2.6k

Me gusta



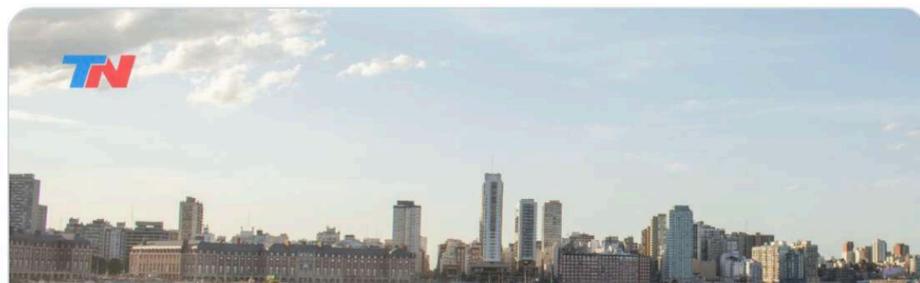
TN - Todo Noticias

@todonoticias

Para la temporada de verano 2023, alquilar una carpa en Mar del Plata costará casi medio millón de pesos

Los valores varían de acuerdo con la ubicación del balneario elegido y si cuenta o no con estacionamiento incluido. bit.ly/3LJ90WZ

[Translate Tweet](#)



139

Respuestas



53

Retweets



345

Me gusta

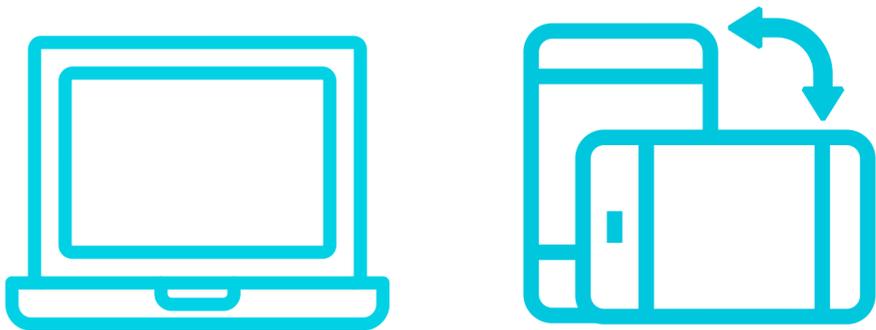
Power BI

La información en tus manos

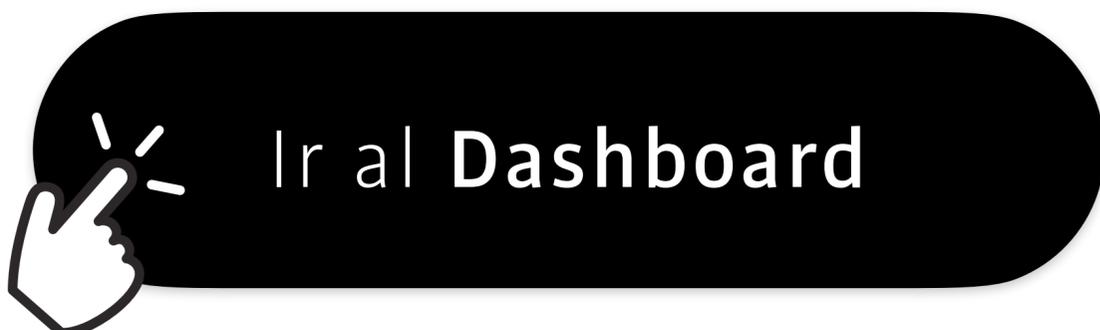
Una nueva manera de ver nuestros datos:

un dashboard interactivo que te permite recorrer todo el Monitor Nacional de punta a punta.

A través de filtros vas a poder ver los cortes estratégicos y comprender cómo piensan, sienten y opinan los argentinos sobre el turismo.



Te recomendamos utilizarlo en una computadora o con tu celular horizontal



Base de la investigación

Ficha técnica investigación

Tipo de investigación:

Online

Alcance:

Nacional

**Instrumento de recolección
de información:**

Cuestionario semi estructurado

Sistema:

Los datos ingresan directamente al
paquete estadístico SPSS

Población:

Mayores de 18 años con acceso a
internet y redes sociales

Error muestral:

(+/-) 1,8%

Tamaño de la muestra:

2916 casos efectivos

Fecha de realización:

12 al 18 de octubre de 2022

Ficha técnica social listening

Tipo de investigación:

Análisis de conversación digital a partir de herramientas
de escucha activa en redes sociales.

Alcance:

Nacional

Redes analizadas:

Twitter, Facebook, Instagram y portales de noticias.