

# Radiografía del turista moderno: perfil, motivaciones y preferencias de consumo



Presentado por el Observatorio Turístico de la Ciudad de Córdoba | Base de análisis: 1.137 Encuestas en Terminales.



**CÓRDOBA**  
CAPITAL

**ot**  
Observatorio  
Turístico



**Municipalidad  
de Córdoba**

# Radiografía del turista moderno: 4 claves estratégicas



## 1.137

Casos

**80% Turismo Nacional / 20% Internacional.** Un volumen sólido que garantiza la representatividad de los datos.



## 64%

Ecosistema Digital

El viaje se decide en la pantalla. Redes Sociales, Influencers y Páginas Webs dominan el proceso de decisión de viaje.



## 4.7 / 5

Romper la Rutina

**Escape y Autenticidad.** El objetivo principal supera ampliamente la búsqueda de experiencias de lujo o eventos VIP.



## >90%

Turismo Inmersivo

La **gastronomía local (95%)** y la **naturaleza (93%)** no son nichos; son elementos universales para casi todos los visitantes.

# ¿Quién respondió la encuesta?

## Género



Hombres: **50%**  
Mujeres: **49%**  
Otros: **<1%**

## Edad

16 a 25 años **19%**

**Adultos jóvenes de 26 a 45 años** **62%**

**34%** de 26-35 años | **28%** de 36-45 años

Mayores de 46 años **19%**

**Insight Estratégico:** La oferta turística debe estar calibrada para un consumidor millennial o generación X temprana. Este segmento prioriza la agilidad, la conectividad digital y las experiencias modernas sin fricciones.

# Movilidad nacional: el 31% visitó otro destino en el último año

## 69% NO

visitó otro destino nacional en los últimos 12 meses. Esto indica una alta lealtad al destino Córdoba o limitaciones presupuestarias que restringen la frecuencia anual de viajes.

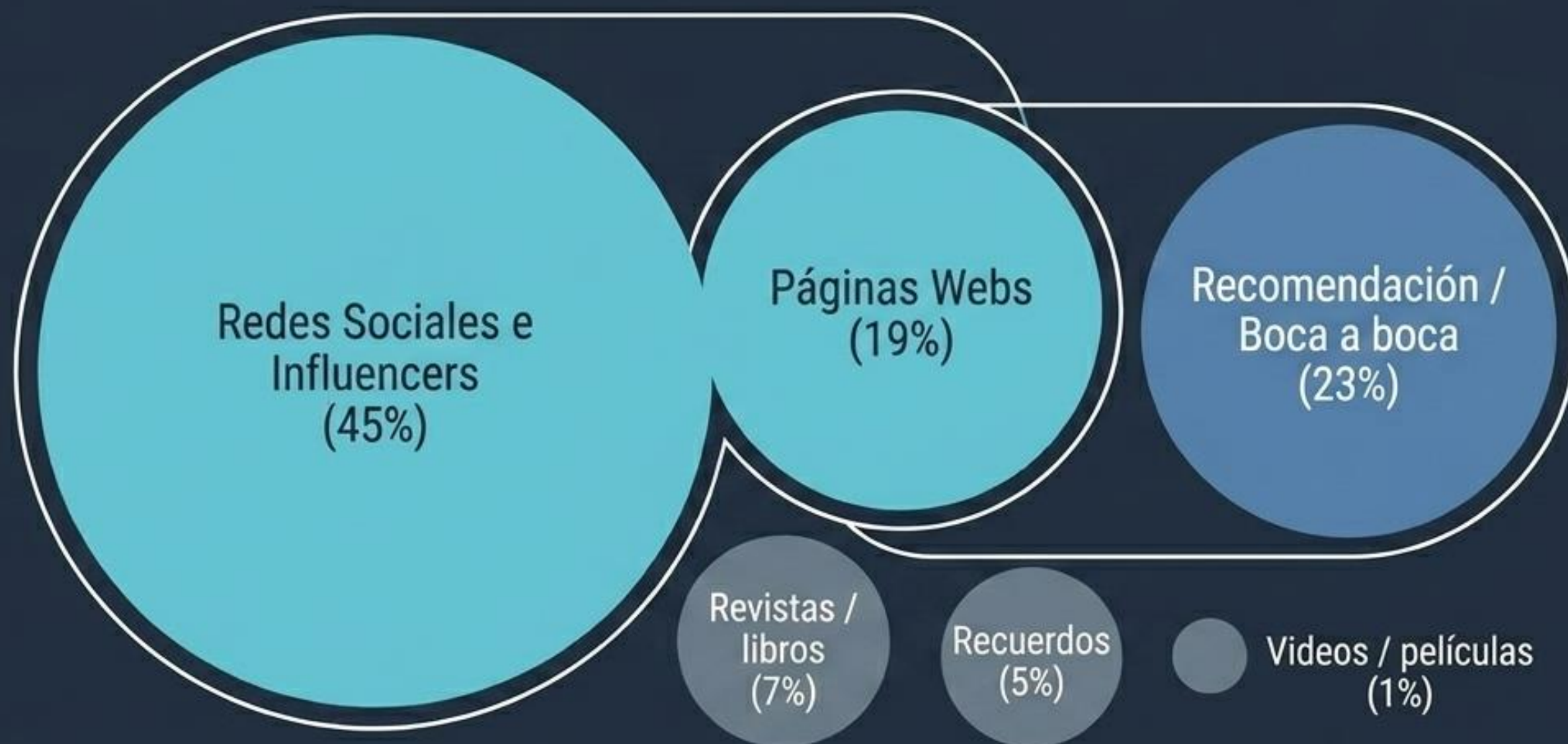


## 31% SÍ

viajó, priorizando las grandes potencias nacionales: CABA, Bariloche, Mendoza, Salta e Iguazú.

**Insight Estratégico:** Córdoba compite directamente contra marcas turísticas altamente consolidadas. Nuestro diferencial competitivo debe anclarse en la excelente accesibilidad geográfica, el clima benigno y la integración de nuestra oferta.

# El viaje comienza en la pantalla: Fuentes de Inspiración



**Insight Estratégico:** El 64% de la inspiración es puramente digital, y al sumar el boca a boca, el 87% de la decisión proviene de validación social. La inversión publicitaria privada debe migrar hacia campañas de influencia y reputación online.

# ¿Qué busca el turista cuando viaja? El imperativo de la desconexión

## Alta Prioridad (El Motor del Viaje)

Romper la rutina: **4.7** / 5

Conocer nuevos lugares: **4.3** / 5

Pasar tiempo en familia: **4.3** / 5

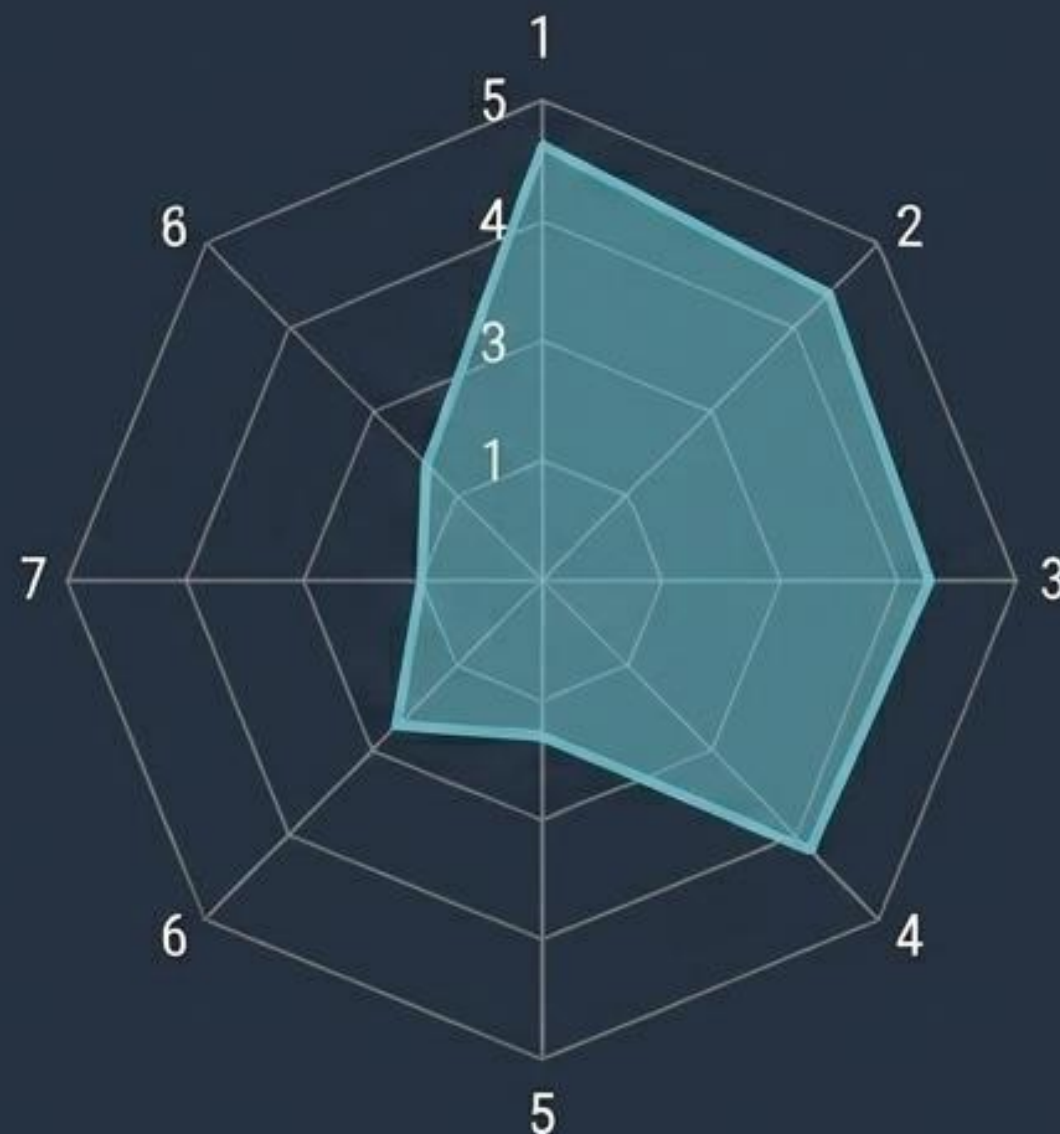
Sumergirse en otras culturas: **4.2** / 5

## Baja Prioridad (No decisivos)

Hacer vida activa & Conocer gente nueva: **3.7** / 5

Participar en eventos únicos: **2.7** / 5

Vivir experiencias VIP: **2.3** / 5



**Insight Estratégico:** El posicionamiento del destino Córdoba debe enfocarse en la desconexión accesible y familiar, la inmersión cultural y el descubrimiento continuo. La ciudad de Córdoba no es un destino buscado por la exclusividad inalcanzable o el lujo VIP.

# Hábitos de Consumo: las experiencias Must-Do (+80%)



Degustar  
Gastronomía Local



Disfrutar de la  
Naturaleza



Visitar todos los  
atractivos

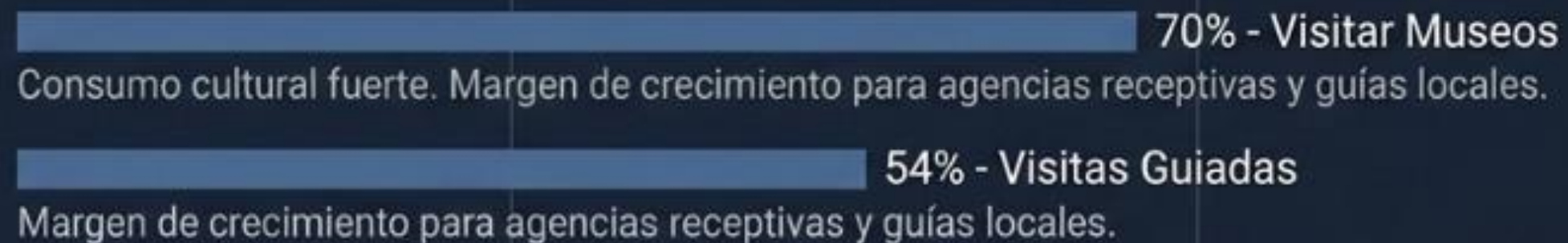


Visitar Ferias y  
Mercados

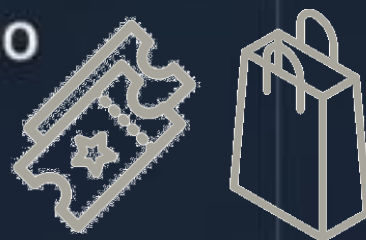
**Insight Estratégico:** Córdoba compite directamente contra marcas turísticas altamente consolidadas. Nuestro diferencial competitivo debe anclarse en la excelente accesibilidad geográfica, el clima benigno y la integración de nuestra oferta.

# Hábitos de Consumo: Cultura, Entretenimiento y Recreación

## Bloque Cultura y Patrimonio



## Bloque Entretenimiento y Consumo



## Bloque Recreación Específica



**Insight Estratégico:** Mientras la gastronomía es universal, la nocturnidad, las compras y la cultura segmentan al público (rondando el 50%). Esto representa una excelente oportunidad para diseñar paquetes a medida (ej. Tours patrimoniales de día + circuitos de ocio nocturno).

# Sostenibilidad: Un valor emergente que divide a la demanda

¿Al viajar, elige un destino que priorice la sostenibilidad?



**Insight para el sector:** La sostenibilidad ya no es un nicho; casi la mitad de los visitantes la exigen de manera activa en su toma de decisiones. Implementar certificaciones verdes en hotelería y gastronomía es hoy un diferencial competitivo en rápido crecimiento para captar a la mitad más exigente del mercado.



<https://turismo.cordoba.gob.ar/observatorio-turistico>



Subsecretaría  
de **Turismo**



Secretaría de  
**Gobierno**



Municipalidad  
de Córdoba