

SINTESIS

TEMPORADA INVIERNO 2016

Secretaría de Turismo de Ushuaia
Departamento Servicios Turísticos
y Estadísticas

Prefectura Naval 470 - (V9410BFT)
Ushuaia
Provincia de Tierra del Fuego,
Antártida e Islas del Atlántico Sur -
Patagonia Argentina
estadisticaturismo@gmail.com
www.turismoushuaia.com

Principales indicadores

71.771	Visitantes se estima que llegaron a Ushuaia durante la temporada invernal
2,9%	Disminuyó el turismo con respecto a la temporada anterior
57,6%	Fue la tasa de ocupación hotelera
3,1	Días fue la estadía media en Ushuaia
774	Visitantes de turistas recibió Ushuaia por día promedio
131.580	Millones de pesos acumulados durante la temporada invernal generó el sector en concepto de gastos turísticos, según estimaciones de la Secretaría de Turismo Ushuaia
51.973	Personas ingresaron al Parque Nacional Tierra del Fuego
208	Consultas por día promedio fueron atendidas en los Centros de Informes de la STU.

Resumen de resultados

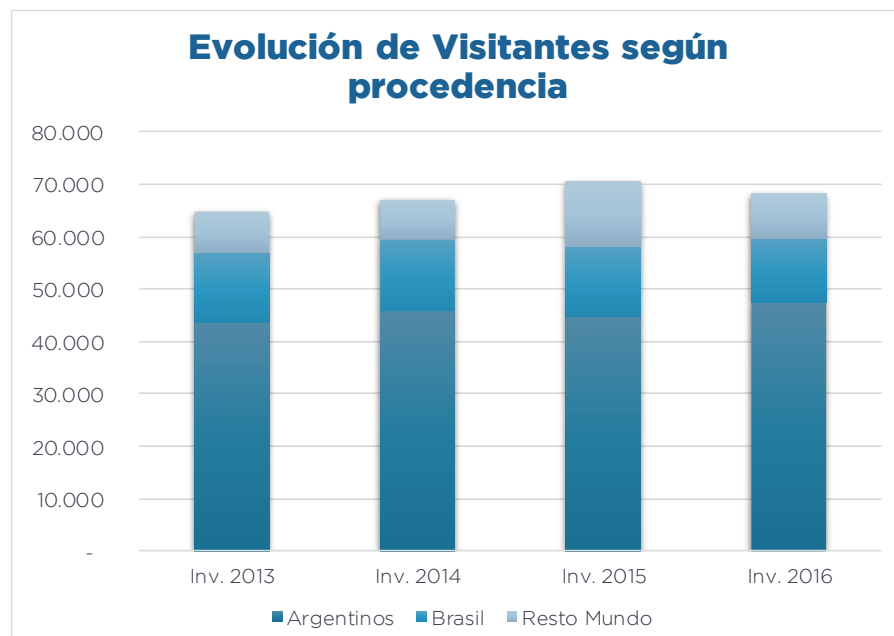
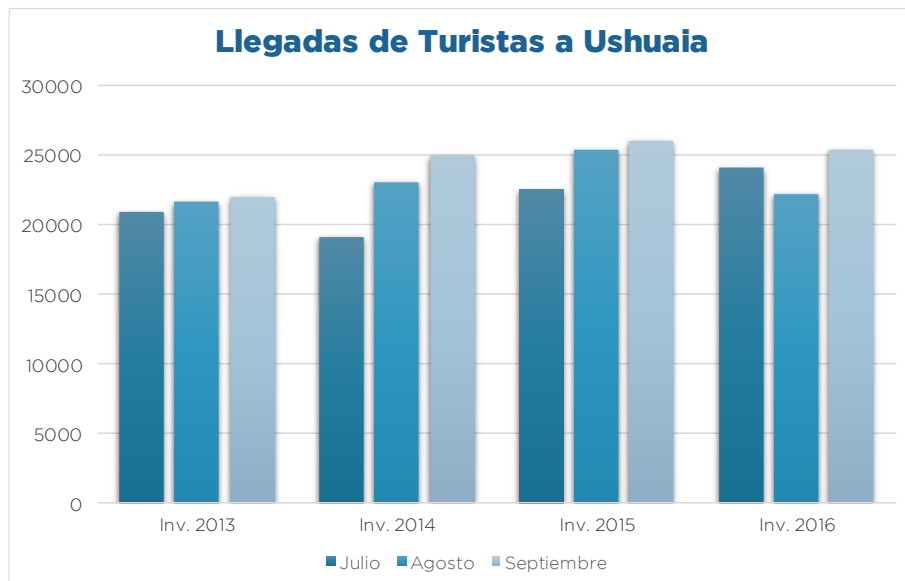
Según estimaciones efectuadas por esta Secretaría, durante la pasada temporada invernal, las llegadas de turistas a nuestra ciudad registraron una disminución de 2,74% con respecto a la temporada anterior, dando un quiebre al crecimiento promedio del 7% que se venía suscitando desde las últimas tres temporadas. Entre julio y septiembre de este año, el número total de llegadas a nuestra ciudad se elevó a 72.771. Lo que representó un promedio de 790 visitas diarias que llegaron para conocer nuestra ciudad y disfrutar de la nieve y sus encantos.

La tasa media de ocupación hotelera fue estimada en un 57,6 por ciento en promedio. Se registraron 219.433 pernóctes, en una oferta hotelera de 5.260 plazas diarias, las cuales fueron distribuidas en 89 establecimientos hoteleros.

Cabe destacar el flujo de turistas brasileros, el cual se ubicó en el primer puesto en la cuota de mercado receptivo internacional,

representando el 58,48 por ciento del mismo, y el 17,77% del total del flujo de turistas, luego del mercado nacional (69,62%).

Los ingresos por turismo se elevaron hasta alcanzar los 131.580 millones de pesos acumulados durante el período invernal, en concepto de hotelería, alimentación, excursiones, esparcimiento y compras. Se estima que aproximadamente cada turista gastó en promedio \$1.844 por día durante su estadía, promedio, de tres días en la ciudad, según



estimaciones del Departamento Servicios Turísticos y Estadística.

La temporada invernal posee una gama de actividades invernales que, combinadas con el contacto con las montañas, el mar y la nieve, la distinguen del resto de los centros de la Patagonia y del país. La calidad de su nieve y la ubicación geográfica de los Centros Invernales que se encuentran distribuidos a la vera de la Ruta Nacional N° 3, a lo largo de 35 km. de la ciudad, con una estrecha distancia entre cada uno de ellos, imprimen características especiales a la hora de elegir un lugar para disfrutar la práctica de los deportes de invierno.

El esquí alpino, de fondo, caminatas con raquetas, motos de nieve, trineos tirados por perros, fogones diurnos y nocturnos, almuerzos y cenas campestres, todas estas actividades rodeados del maravilloso entorno de los valles distinguen a Ushuaia y sus centros invernales. La experiencia familiar de los turistas, quienes pueden elegir de acuerdo con sus preferencias las actividades a realizar, profundizan esa distinción.

Todos los centros de nieve se prepararon trabajando sobre sus pistas y circuitos, para ofrecer las diversas actividades a sus visitantes. En particular, en la temporada más extensa de Sudamérica, el Cerro Castor con sus veintisiete pistas con distintos grados de exigencia como ser: muy difícil, difícil, intermedio y fácil, el cual recibió gran cantidad de esquiadores no sólo de Argentina sino de todo el mundo. El Cerro castor cuenta con modernos medios de elevación, escuela de esquí y snowboard, junto a otros servicios que complementan a los principales, como ser alojamiento en la base y cinco puntos gastronómicos.

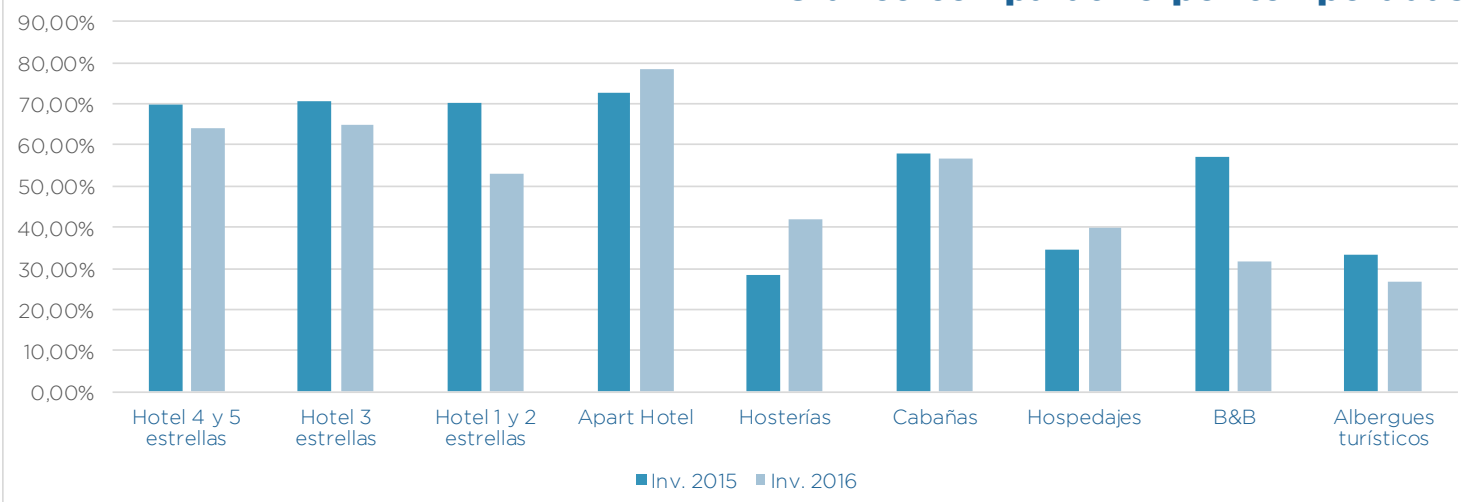
Se estima que 3 de cada 10 visitantes solicitaron información turística en los Centros de informes. Fueron atendidas por los informantes un promedio de 208 consultas diarias. Se observó una disminución con respecto al año anterior que puede relacionárselo con que aumentaron las consultas por páginas web, accediendo los usuarios desde sus propias PC, desde sus dispositivos móviles, etc. La procedencia de los turistas que se acercaron a realizar sus consultas a los Centros de Informes fue en un 52,77% de Argentina, un 23,04% de Brasil, un 3,64% de España, un 3,28% de Francia y un 2,32 % de Asia.

Con la colaboración público-privada, tanto de la Secretaría de Turismo de Ushuaia, Aerolíneas Argentinas, el INFUETUR, el Bureau Ushuaia, el Instituto de Promoción Turística y las distintas cámaras y operadores relacionados al turismo, la ciudad recibe cada vez más turistas provenientes de Brasil, buscando además fortalecer tanto la afluencia turística nacional como internacional, pero siempre con la convicción de hacer del

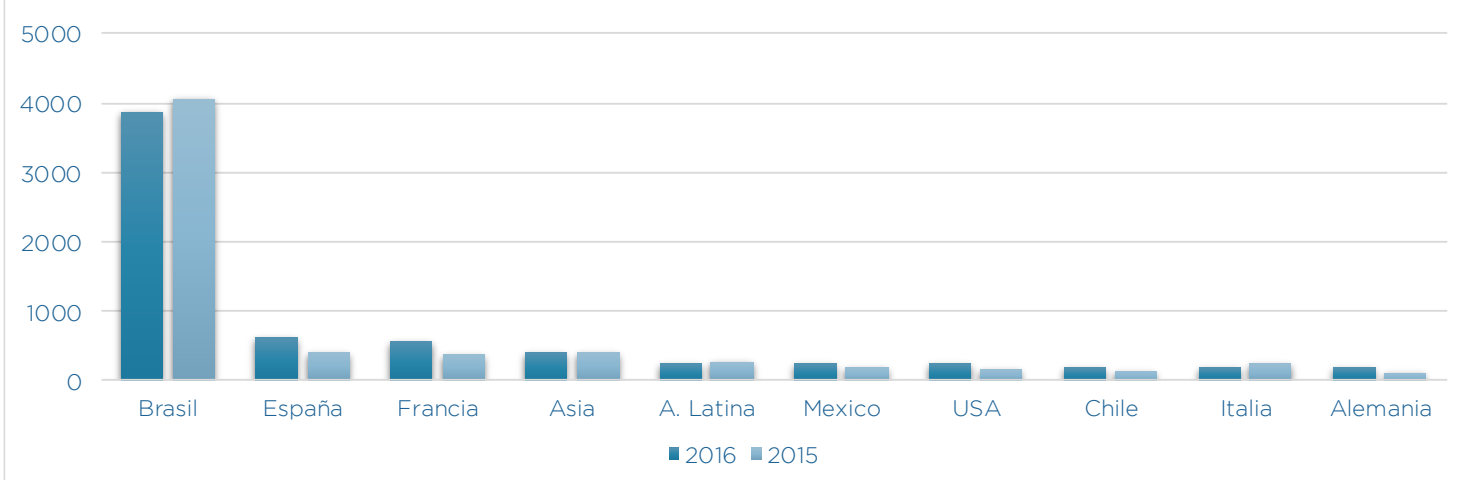
mercado brasileño una decisión estratégica basada en una acción comercial y económica sustentable en el tiempo. Se continuó con el plan anual de capacitaciones para la red de ventas en distintas ciudades de Brasil para los Tour Operadores que trabajan el producto Ushuaia. De esta manera a través del área de Asuntos Internaciones de esta Secretaria, se visitaron las ciudades de San Pablo, Campinas, Riberáo Preto, Curitiba, Londrina, Maringa, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Florianopolis y Porto Alegre.

Gráficos

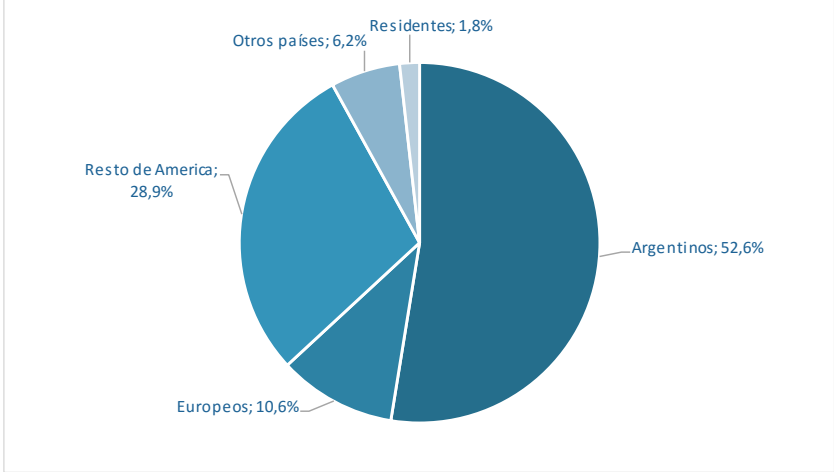
Tasa de ocupación hotelera
Gráfico comparativo por temporadas



Principales mercados de turistas según consultas realizadas en la Secretaría de Turismo de Ushuaia



Reparto de los mercados por consultas INVIERNO 2016



Encuesta de perfil del turista

Desde el área Estadísticas se realizan encuestas del perfil del turista para poder determinar qué clase de público visita la ciudad, antiguamente estas encuestas se realizaban en el aeropuerto Malvinas argentinas, en donde se realizaban preguntas sobre su estadía en la ciudad, preguntas personales como su nacionalidad, edad, motivo de la visita, cuantas noches pernocto, el gasto total promedio realizado para llegar a la ciudad, etc.

Al avanzar las comunicaciones digitales, a partir de agosto del 2016, se inició a implementar una nueva metodología, la misma consiste en enviar al turista vía mail dicha encuesta, para que pueda responderla una vez haya finalizado su viaje.

Los siguientes resultados se basan en encuestas realizadas entre agosto y septiembre del año 2016. Cabe aclarar que la temporada invernal abarcan los meses julio, agosto y septiembre.

Perfil del turista que eligió USHUAIA en invierno

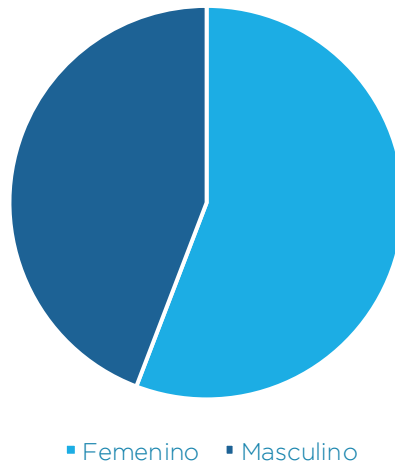
Principales resultados

- La composición de los encuestados fue la siguiente: el 44,19% hombres y el 55,81% mujeres.
- En procedencia el 70,79% fueron turistas nacionales, 16,48% fueron brasileños, 5,24% resto países de América y 7,49% otros países del mundo.
- El rango etario del visitante está distribuido en 7,79% de 0 a 12 años, 4,73% de 13 a 21 años, 43,05% de 22 a 35 años, 25,04% de 36 a 50 años, 14,66% de 51 a 59 años y 4,73% de más de 60 años.
- El 97% de los arribos a la ciudad fueron por vía aérea, de mismo, el 71% llegó por Aerolíneas Argentinas y 26% por medio de LATAM. El restante 3% llegó por vía terrestre.
- El público argentino eligió visitar Ushuaia en pareja (43,16%), con su familia (46,84%), y solo (10%).
- El turista brasileño se destacó por llegar en pareja (47,73%), en familia (40,91%) y solo (11,36%).
- El resto de los turistas internacionales prefirió llegar en solos en más de la mitad de los casos.
- El promedio de estadía fue de 3,1 noches

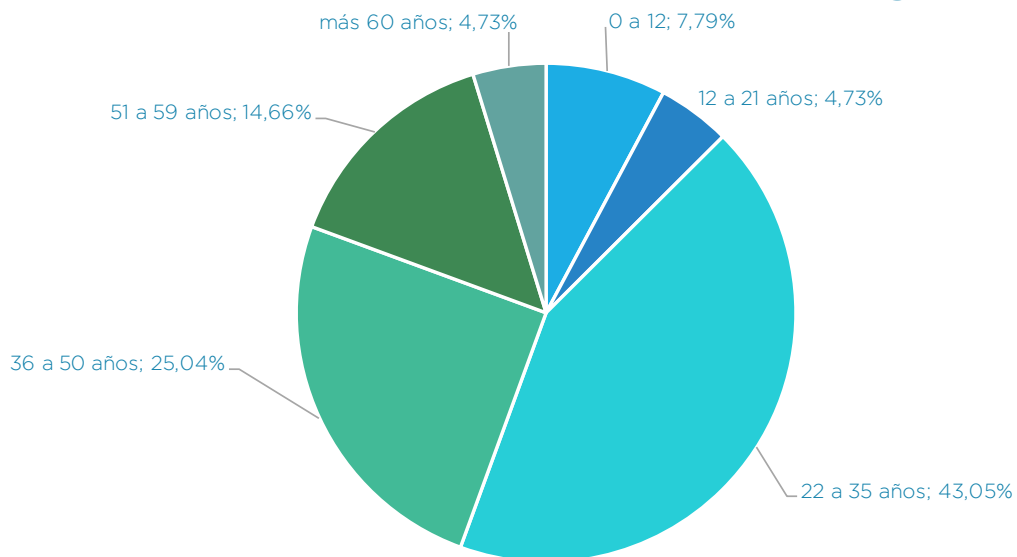
- El hotel de 3 estrellas, con un 27,13%, fue la categoría más demandada, y en segundo lugar la categoría de 4 y 5 estrellas con una participación del 24,42%.
- Cada visitante realizó 5 excursiones promedio durante su estadía, siendo la visita Parque Nacional (16,20%), visita a los museos (14,92%) y navegación por el Canal Beagle (14,49%) los de mayor participación sobre el total de excursiones realizadas.
- El 62,92% realizó al menos una actividad invernal en su estadía.
- Las actividades invernales más solicitadas fueron Esquí 36,11%, trineos con perros 22,78, clases de Esquí / Snowboard 15,56%, Snowboard 11,67%.

Gráficos

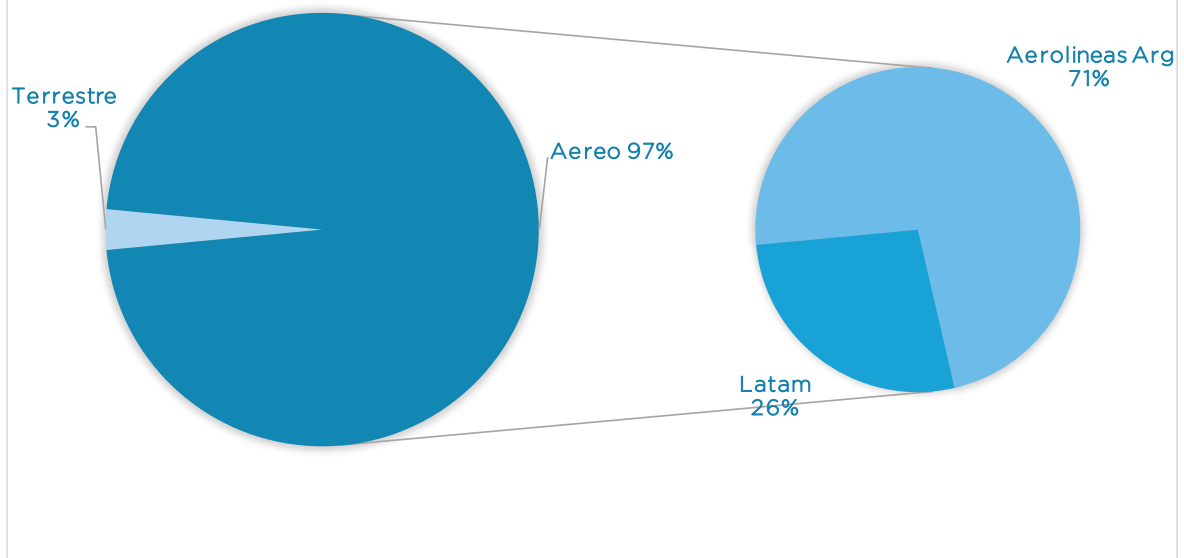
Genero del visitante



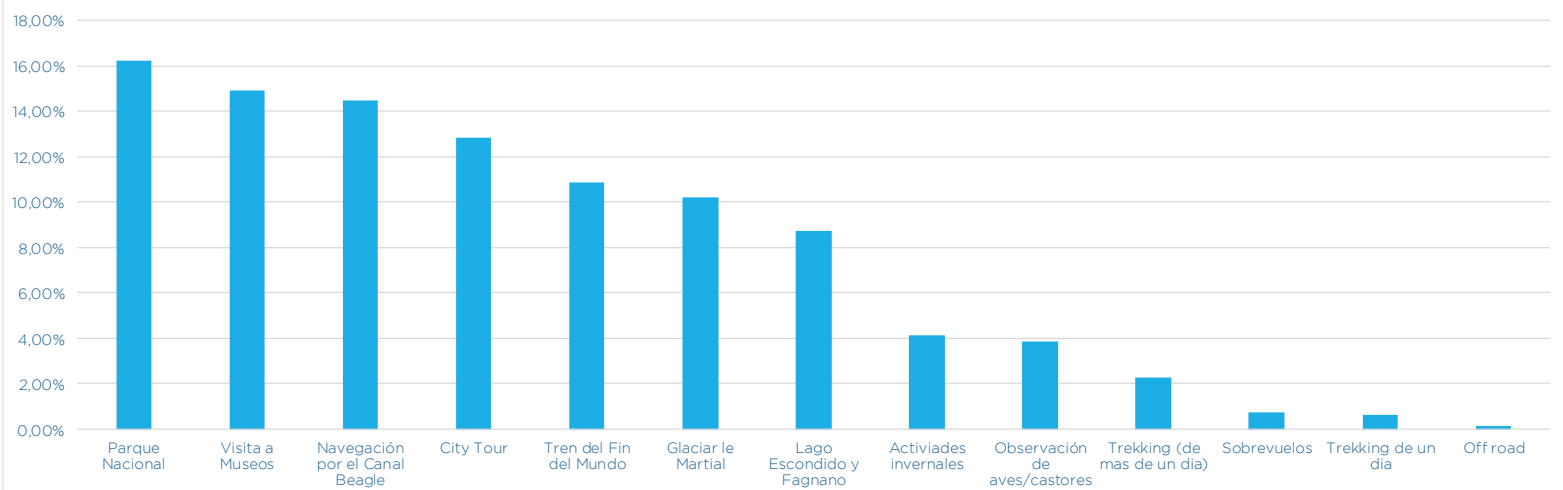
Rango Etario



VÍA DE LLEGADA



Excursiones convencionales



Excursiones invernales

