

INTRODUCCIÓN

Durante esta temporada invernal la División Estadísticas de la Secretaría de Turismo municipal, luego de casi 10 años, llevo adelante el operativo “Encuestas de perfil y gasto del turista”. Las mismas se llevaron a cabo de forma presencial por medio de encuestadores en el Aeropuerto Internacional “Malvinas Argentinas” de la ciudad de Ushuaia. Ésta vez se realizaron a través del desarrollo de una aplicación propia de la Secretaría de Turismo, las cuales se cargaron en diversas tablets que permitieron la carga en tiempo real de cada una de las encuestas efectuadas.

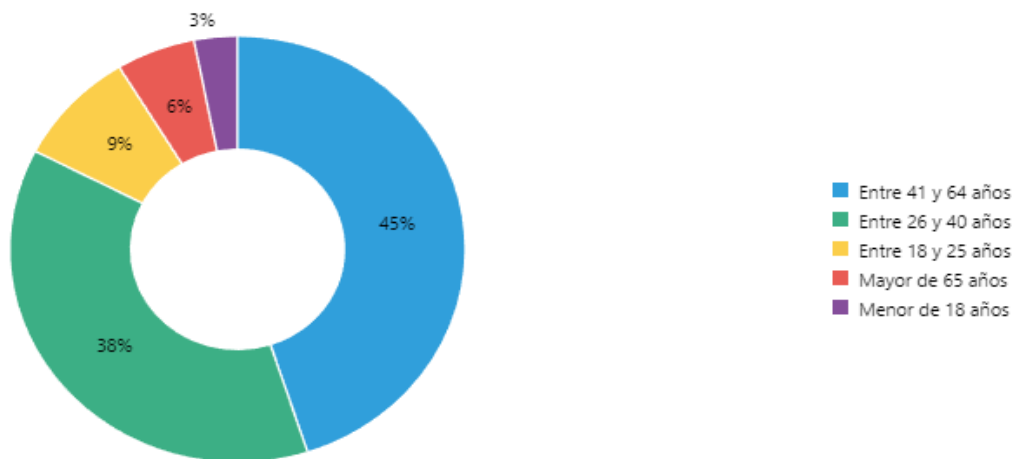
METODOLOGÍA

- Tipo de muestreo: aleatorio simple, intentando que todos los elementos del universo, en este caso los viajeros luego de que disfrutaron su estadía en la ciudad, pertenezcan a la muestra en cuestión.
- Método: muestra representativa mediante preguntas cerradas y estandarizadas.
- Ámbito: nacional e internacional.
- Universo: población que visitó nuestro destino en la temporada invernal 2023 de ambos sexos, estimando un total de 79.642 personas.
- Tamaño de la muestra: 384 encuestas.
- Tiempo promedio: 5-7 minutos.
- Punto neurálgico de muestreo: Aeropuerto Internacional Malvinas Argentinas.
- Contacto: personal con el encuestado.
- Procedimiento de muestreo: selección de los individuos de forma aleatoria.
- Fecha de realización: desde el 14 de agosto al 29 de septiembre de 2023.
- Nivel de confianza: 95%.
- Error muestral: 0, 05%
- Muestra n: 384 encuestas

$$n = \frac{N * O2 * Z2}{(N-1) * e2 + O2 * Z2}$$

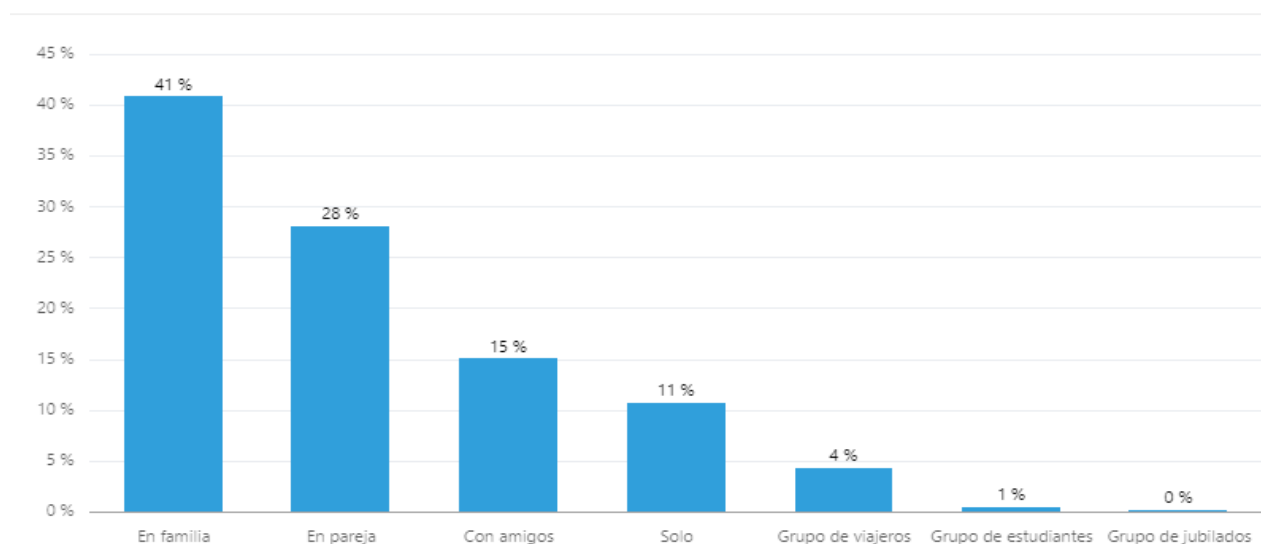
$$n = 384$$

RANGO ETARIO



Del presente gráfico se observa que los rangos etarios más significativos son el de entre 41 y 64 años con el 45%, seguido del de entre 26 y 40 años con el 38%; representando ambos el 83% del total lo que denota que los adultos de entre 26 y 64 años son aquellos que nos eligen para venir a conocer y disfrutar de nuestro destino en la época invernal.

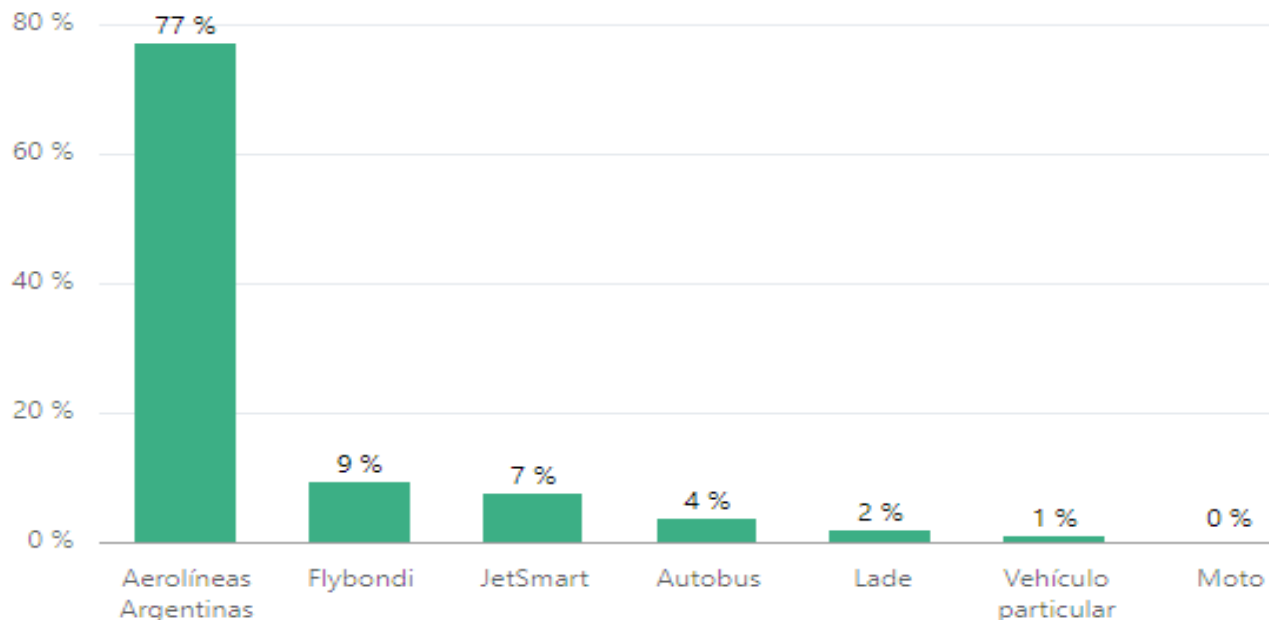
ACOMPAÑANTES DE VIAJE



En cuanto a los acompañantes de viaje del encuestado, se observa que el 41% de los turistas eligió hacerlo *en familia*, seguido de *en pareja* con el 28%, lo que indica que más de 2/3 de los encuestados prefirieron esta forma de grupo al viajar. En tercer lugar se obtuvo que el 15% viajó *con amigos*, seguido del 11% que prefirió viajar *solo* y el resto de menor significancia.

De esta manera se refuerza la idea de que Ushuaia se consolida como un destino preparado para que toda la familia pueda disfrutar de la nieve.

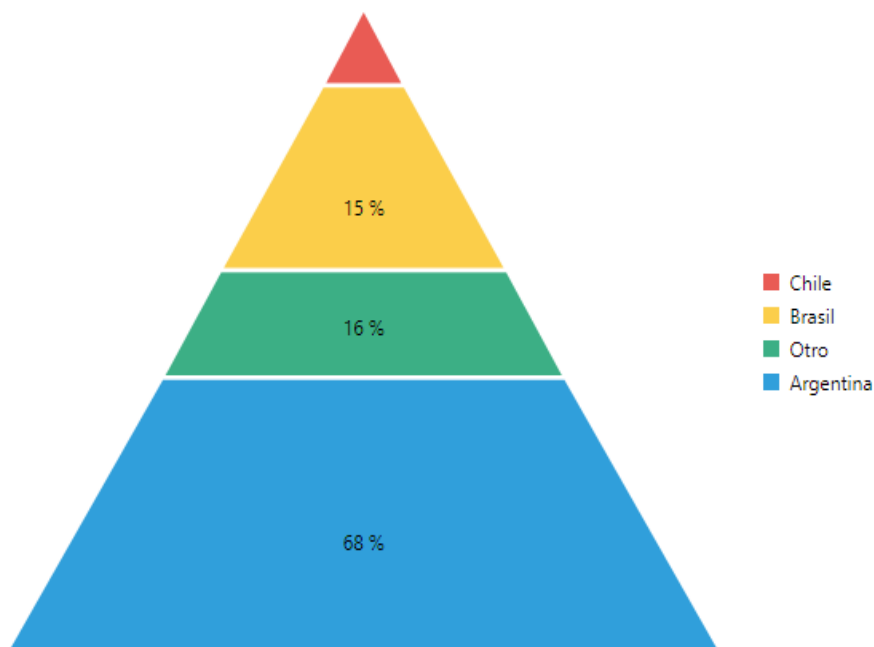
VÍAS DE ARRIBO



En cuanto a las vías de arribo durante el invierno, el 93% escogió la vía aérea.

El 77% de los encuestados arribó a la ciudad mediante Aerolíneas Argentinas. Esto afirma que las acciones promocionales y reuniones previas a la temporada, que se mantuvieron con representantes de nuestra línea de bandera solicitando la incorporación de mayores frecuencias para nuestro destino por la gran dependencia aérea de la isla, dieron sus resultados positivos en estos indicadores.

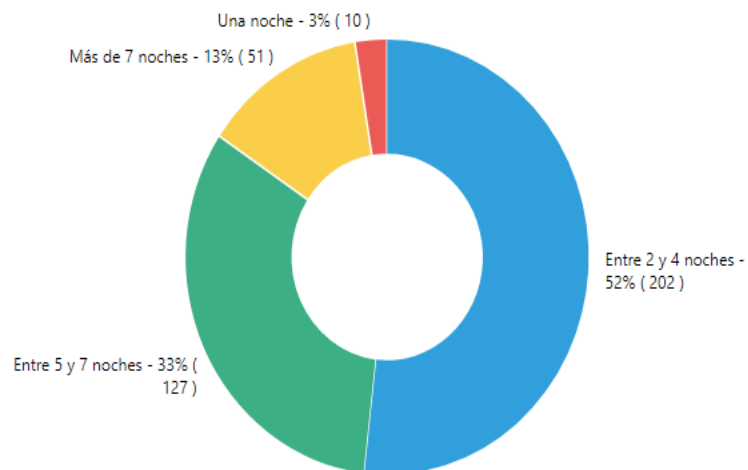
RESIDENTES Y NO RESIDENTES



Del total de encuestados el 68% corresponde a *residentes* (argentinos), mientras que el 32% restante corresponde a *no residentes* (extranjeros). En cuanto a los extranjeros el país que se destaca es Brasil alcanzando el 15% del total de la muestra.

Cabe resaltar que este comportamiento se condice con los últimos datos que se desprenden de la Encuesta de Ocupación Hotelera (E.O.H). La misma arroja que del total de viajeros que se estiman se alojaron en el primer del mes del invierno, el 70,36% fueron argentinos. Y del total de extranjeros, el país que sigue liderando, es Brasil que representa el 17,40% del total.

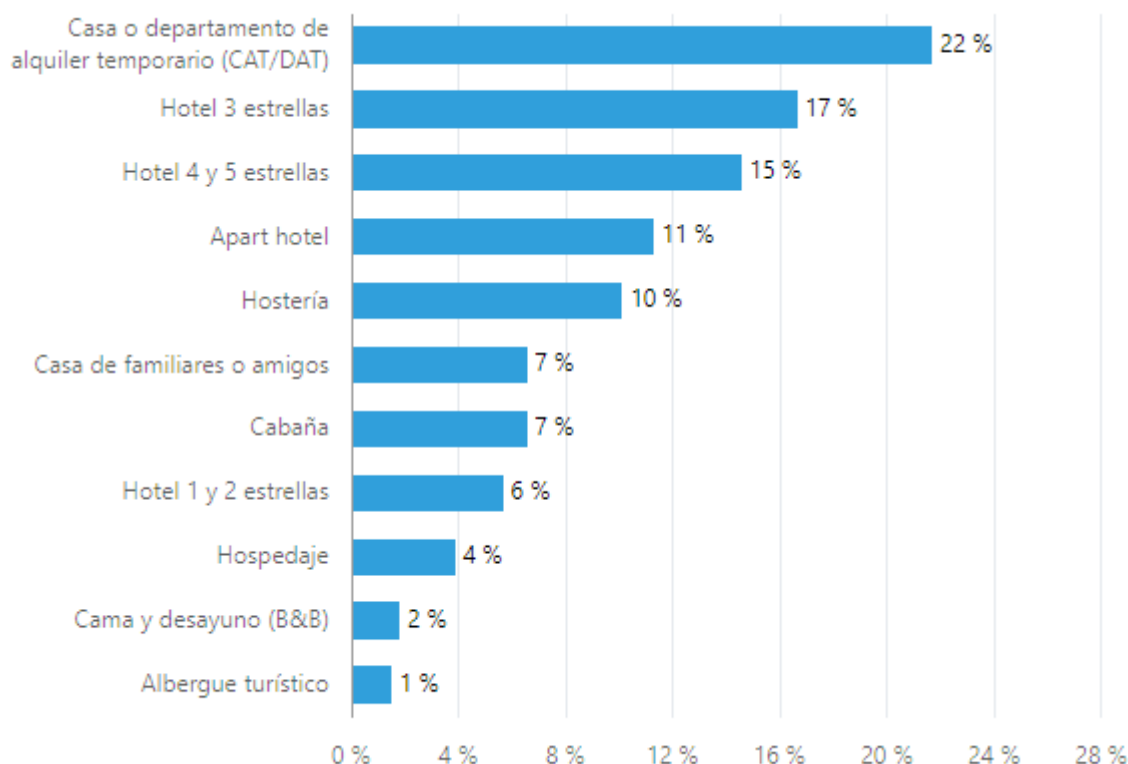
ESTADÍA PROMEDIO



Del gráfico anterior se observa que el 52% de la muestra seleccionó que se hospedó entre 2 y 4 *noches*. Luego con el 33% le siguen aquellos viajeros que se alojaron entre 5 y 7 *noches*. Con una representación menor se registró que sólo el 13% se hospedó *más de 7 noches* y sólo *una noche* apenas el 3% del total de la muestra.

Asimismo estos indicadores también se correlacionan con los de la EOH en donde se estima que nuestro destino para el invierno tiene una estadía promedio de *3,2 noches*.

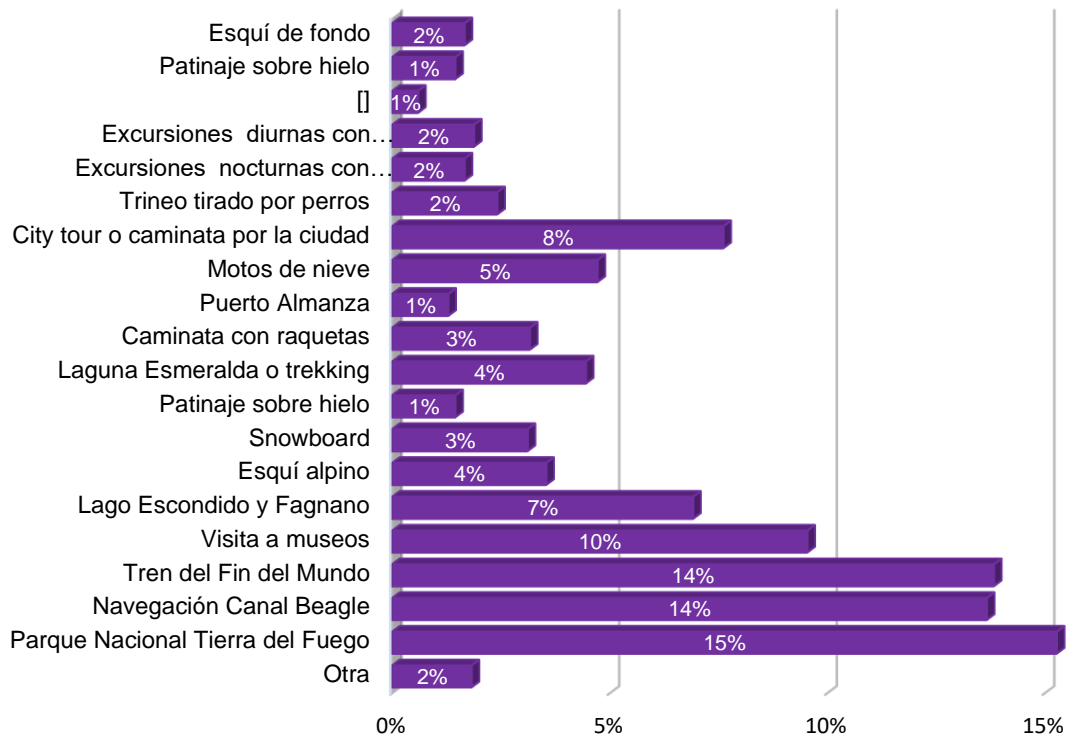
TIPO Y CATEGORÍA DE ALOJAMIENTO



De los resultados se desprende que el 22% de los encuestados manifestó haberse hospedado en una *casa o departamento de alquiler temporario* (CAT/DAT). En segundo orden eligieron el *hotel 3 estrellas* alcanzando el 17% y en tercer orden el *hotel 4 y 5 estrellas* con el 15% del total. Y el resto de las categorías alcanzaron menores registros.

Es de destacar que del total de alojamientos, la nueva categoría CAT/DAT fue creciendo exponencialmente desde que se incorporó en nuestro destino y a su vez es la más escogida por los viajeros. Estos datos que pudimos relevar son los primeros ya que en el orden nacional dicha categoría no está contemplada en los diversos operativos.

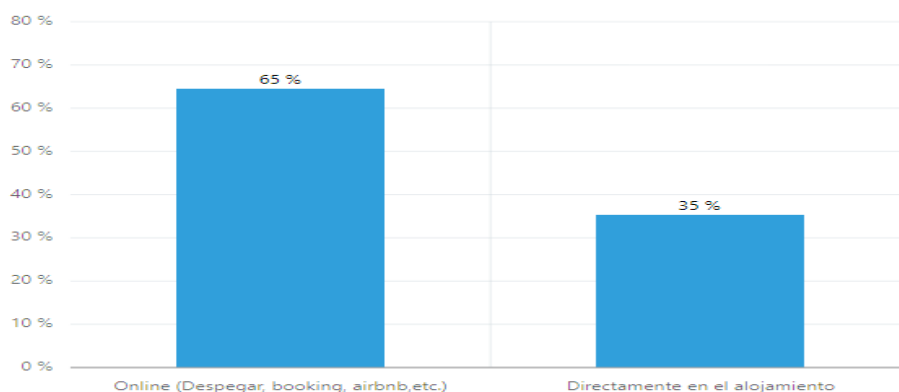
ACTIVIDADES REALIZADAS



En cuanto a las actividades realizadas se observa que las más elegidas fueron el Parque Nacional Tierra del Fuego con el 15%; luego Navegación Canal Beagle con el 14% y también el Tren del Fin del Mundo con este último porcentaje. Es decir que las actividades clásicas siguen siendo las más elegidas también en época invernal.

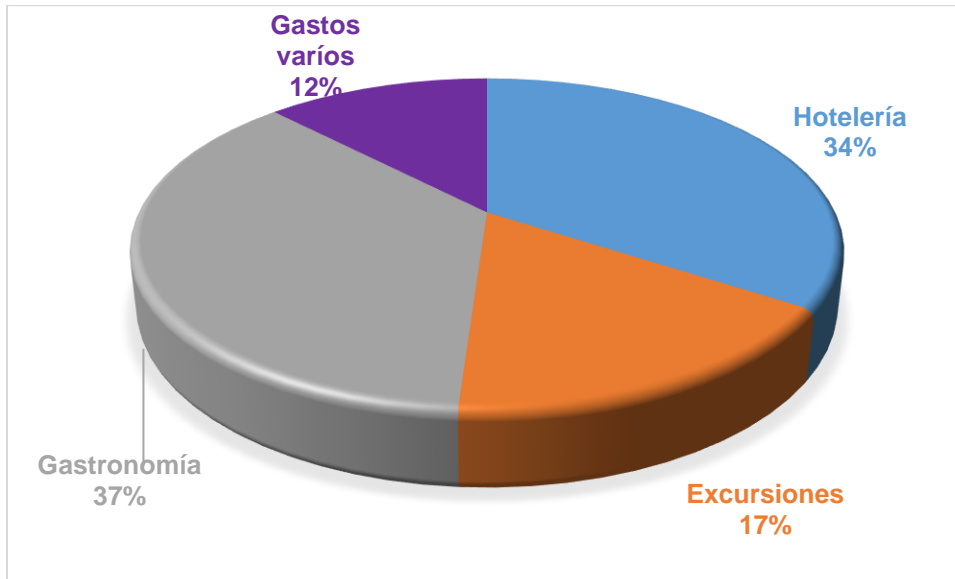
Con 10 o menos porcentaje alcanzado le siguen Visita a museos, City tour o Caminata por la ciudad, Lago Escondido y Fagnano y luego el resto de las actividades planteadas que fueron las menos escogidas.

MEDIOS DE RESERVA DE ALOJAMIENTO



En el caso del medio de reserva para garantizar la estadía en Ushuaia, se obtuvo que el 65% lo hizo a través de los diversos portales online tales como despegar, booking, etc.; mientras que el 35% restante se contactó directamente con el alojamiento turístico.

GASTO PROMEDIO DIARIO



Se estimó que un turista gastó en la época invernal aproximadamente \$90.000 promedio por día durante su estancia en el invierno; abarcando los ítems hotelería, gastronomía, excursiones y gastos varios. Los mismos en su totalidad están representados en el gráfico anterior.