

Encuesta USHUAIA 2006

INFORME DE TURISMO DE CRUCEROS

[CONTENIDO]

DESARROLLO DE LA ENCUESTA	1
RESULTADOS	2
INFORMACION COMPLEMENTARIA	10
FORMULARIO DE LA ENCUESTA	11

[DESARROLLO DE LA ENCUESTA]

Introducción:

El objetivo principal de este estudio es conocer el comportamiento de la demanda de cruceros y el nivel de satisfacción y expectativa de los cruceristas con respecto al destino USHUAIA.

Material y métodos:

La presente publicación ha de cumplimentar un nuevo objetivo en la estructura del "Sistema Integrado de Estadísticas de Turismo" (S.I.E.T.) desarrollada por la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Ushuaia. Corresponde a una metodología por única vez sobre "**Encuesta de Turismo de Cruceros**" que configura un eslabón en el desarrollo de un complejo trabajo de investigación relacionado con la incidencia del impacto del sector. Los fundamentos para este desarrollo recaen en que éstos contribuyan a la diversificación del producto turístico, al impulso que éstos generan a la actividad económica local y que además auxilian a posicionar turísticamente el destino.

Se elaboraron encuestas sencillas y a la vez completas con el objetivo principal de conocer las opiniones de los cruceristas.

Las encuestas se han realizado durante el período estival coincidente con la temporada de cruceros en nuestro destino. La entrada al Puerto local, operadores turísticos locales y el centro de informes de la Secretaría de Turismo ubicado en el puerto formaron parte de las unidades de muestreo (UM).

Los individuos encuestados han sido elegidos completamente al azar y han dado su opinión libre y voluntariamente. Las encuestas fueron totalmente anónimas y confidenciales.

Los datos obtenidos han sido analizados por métodos estadísticos y los resultados obtenidos se presentan en forma de tablas (T) y gráficos (G) para una mejor y más visual comprensión.

Una síntesis detallada:

Público dirigido: cruceristas

Tipo de entrevista: muestreo probabilístico

Lugar de muestreo: La entrada al Puerto local, operadores turísticos locales y el centro de informes de la Secretaría de Turismo ubicado en el puerto.

Método de entrevista: personalizado.

Tamaño de la muestra: de 306 encuestados

Diseño de la encuesta: inglés y castellano. Se adjunta formulario en castellano.

Período de muestra: febrero-abril 2006

[RESULTADOS]

La muestra obtenida está formada por 306 individuos, de los cuales sólo 2 fueron argentinos, el 21,5% fueron de procedencia europea, 57 por ciento de América del Norte, 11 por ciento del resto de América, y el 10% restante fueron procedentes de la región Asia, Africa y Pacífico (T-01). De ellos un 45% fueron mujeres y el 55% restante hombres (G-01). Más de la mitad de los encuestados fueron mayores de 55 años (T-02/G-03). El promedio de edad alcanza los 59 años, y la moda los 60. En la muestra tomada no fue consultada la ocupación y/o profesión del pasajero, sino que sólo hubo intención de registrar el estado laboral. El 49 por ciento reportó estar aún en actividad, mientras que el 51 por ciento restante ya es jubilado y/o retirado (G-02)

Tabla01

PROCEDENCIA DE LOS CRUCERISTAS ENCUESTADOS	
E. U.A.	47,6%
Reino Unido	11,7%
Brasil	8,6%
Canadá	6,6%
México	2,8%
España	2,8%
Australia	2,4%
Nueva Zelanda	2,1%
Filipinas	1,7%
Alemania	1,4%
Otros	12,4%

Fuente y elaboración: Secretaría de Turismo -Municipalidad de Ushuaia.

Tabla02

EDAD:	
hasta 24 años	2,1%
25-34	4,9%
35-44	10,5%
45-54	13,3%
55-59	13,0%
60-64	17,5%
65-69	13,0%
70-74	14,0%
más de 74	11,6%

Fuente y elaboración: Secretaría de Turismo -Municipalidad de Ushuaia.

El mercado norteamericano representa dos tercios de la cuota del mercado mundial, y es el principal emisor de cruceristas en nuestro Puerto de entrada.

Gráfico-01

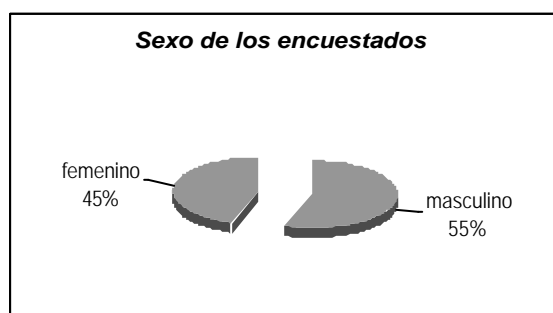
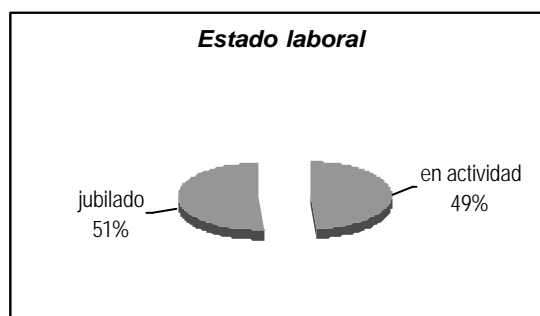
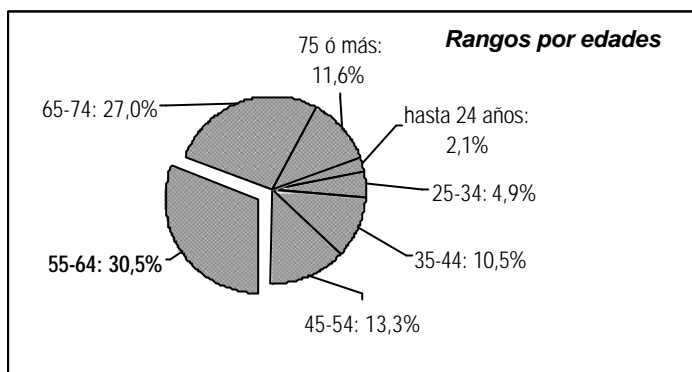


Gráfico-02



En 59 años se sitúa la edad media del crucerista.

Gráfico-03



Principales mercados	Prom.edad
ESTADOS UNIDOS	62
REINO UNIDO	55
BRASIL	57
CANADA	66
MEJICO	53
ESPAÑA	59
AUSTRALIA	65

Los resultados muestran una clara tendencia a realizar viajes de crucero en pareja (58,8%), sin hijos. El 14% de las personas entrevistadas declaró haber venido con amigos, el 10% admitió estar viajando sin compañía, y sólo el 3,3 por ciento estuvo acompañado por sus hijos o algún otro miembro de la familia (T-03).

Tabla-03

PRINCIPALES MERCADOS SEGÚN MODO DE VIAJE						
	Con esposa/o	Con amigos	En grupo	Solo	Con Hijos	Otro miembro
E.U.A.	65,9%	16,3%	5,2%	6,7%	0,7%	5,2%
Reino Unido	56,7%	13,3%	26,7%	0,0%	3,3%	0,0%
Canadá	57,9%	5,3%	15,8%	21,1%	0,0%	0,0%
México	62,5%	12,5%	0,0%	12,5%	0,0%	12,5%
España	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%
RESULTADO GENERAL	58,8%	14,1%	9,8%	10,1%	1,0%	2,3%

Fuente y elaboración: Secretaría de Turismo - Municipalidad de Ushuaia.

De cada 10 cruceristas, 6 viajaron con sus esposos/as.

Tabla-04

ES LA PRIMERA VEZ QUE REALIZA UN VIAJE EN CRUCERO?	
SI	30%
NO	70%

Fuente y elaboración: Secretaría de Turismo Municipalidad de Ushuaia

Ante el notable crecimiento de la industria de cruceros, se observó un número importante de "primerizos", es decir, que de 10 pasajeros encuestados, 3 experimentaron por primera vez este tipo de viajes.

Por lo que se refiere a la **duración total del viaje** de los pasajeros en crucero (T-06), es importante desagregar el campo "OTRO origen/destino", que incluye sitios ajenos a Sudamérica, por lo que alteran los resultados finales. Es así entonces que, considerando que el origen o destino del viaje fue iniciado en América del Sur, el mismo tuvo una duración media de 15 días, y la moda de 14 días. Si se tiene en cuenta los registros de "OTRO" origen/destino, el resultado final entonces alcanza una duración promedio de 32 días.

Tabla-05

LUGAR DE ORIGEN Y DESTINO DEL VIAJE:		
	ORIGEN Y/O	DESTINO
Buenos Aires	27,8%	5,9%
Santiago de Chile	19,0%	12,1%
Ushuaia	19,0%	0,7%
Valparaiso	13,1%	18,0%
Rio de Janeiro	6,5%	30,1%
Punta Arenas	0,7%	0,7%
Puerto Montt	0,3%	0,3%
Antártida	0,0%	25,2%
Puerto Madryn	0,0%	0,3%
Malvinas	0,0%	0,7%
OTRO	12,4%	4,9%
n/c	1,3%	1,3%

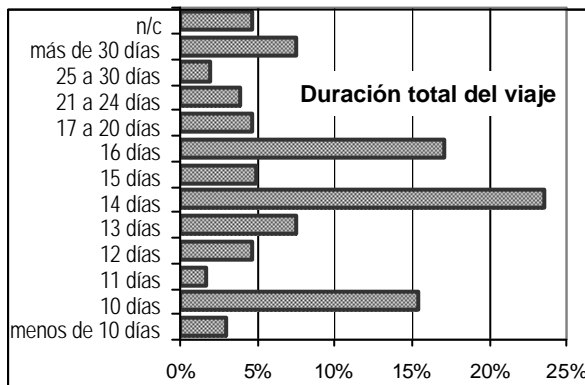
Fuente y elaboración: Secretaría de Turismo -
Municipalidad de Ushuaia

Tabla-06

DURACION TOTAL DEL VIAJE	
menos de 10 días	2,9%
10 días	15,4%
11 días	1,6%
12 días	4,6%
13 días	7,5%
14 días	23,5%
15 días	4,9%
16 días	17,0%
17 a 20 días	4,6%
21 a 24 días	3,9%
25 a 30 días	2,0%
más de 30 días	7,5%
n/c	4,6%
PROMEDIO	15,4 días
MEDIANA	14 días
MODA	14 días

Fuente y elaboración: Secretaría de Turismo -
Municipalidad de Ushuaia.

Gráfico-04



El viaje que inició o finalizó dentro de Sudamérica tuvo una duración media de 14 días, mientras que el viaje total desde otros sitios alejados promedió los 32 días.

La estancia media en el Puerto de Ushuaia para los cruceristas encuestados fue de 6,6 horas. La moda alcanzó las 3 horas de permanencia en tierra.

Tabla-07

RECIBIÓ ALGÚN TIPO DE RECOMEN DACIÓN SOBRE USHUAIA ANTES DE DESCENDER DEL CRUCERO?	
SI	59,8%
NO	40,2%

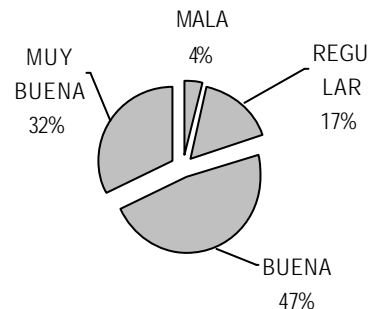
Fuente y elaboración: Secretaría de Turismo - Municipalidad de Ushuaia.

Tabla-08

COMO HA SIDO LA INFORMACIÓN A BORDO QUE HA RECIBIDO DE USHUAIA?	
MALA	2,9%
REGULAR	13,7%
BUENA	39,2%
MUY BUENA	26,5%

Gráfico-05

Cómo ha sido la información recibida a bordo?

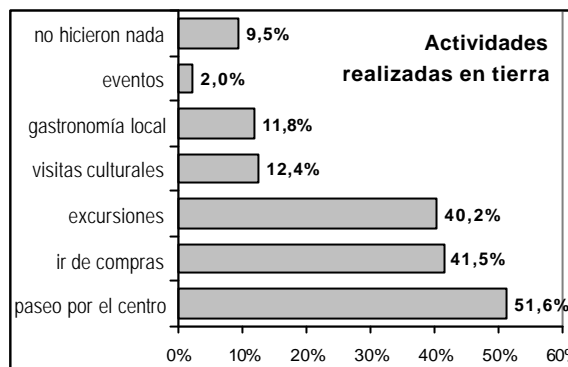


Debido a la corta permanencia en tierra, difícilmente pueden realizar más de una actividad. Uno de cada dos cruceristas pasearon por el centro de la ciudad (51,6%), y dos de cada cinco realizan compras o algún tipo de excursión -41,5 y 40,2% respectivamente-. Tomarse tiempo para visitas culturales o disfrutar de la gastronomía local sólo lo hizo la minoría del público en estudio (T-09).

Tabla-09

QUE ACTIVIDADES HA REALIZADO EN TIERRA	
paseo por el centro	51,6%
ir de compras	41,5%
excursiones	40,2%
visitas culturales	12,4%
gastronomía local	11,8%
eventos	2,0%
no hicieron nada	9,5%

Fuente y elaboración: Secretaría de Turismo - Municipalidad de Ushuaia.



De cada 10 cruceristas 5 pasearon por el centro de la ciudad, 4 realizaron compras y algún tipo de excursión y 1 disfrutó de alguna visita cultural o de gastronomía local.

Una de las preguntas de la encuesta se refirió a las expectativas del crucerista con respecto al destino Ushuaia. Los niveles de respuesta fueron “no cumplió”, “cumplió” y “excedió” (T-10). Arrojó como resultado un 4.6, 63.4, y 20.6 por ciento respectivamente.

Luego, los siguientes puntos de la misma apuntaron a evaluar el nivel de satisfacción, con preguntas abiertas tales como, lo mejor y lo peor que hizo y/o experimentó en nuestra ciudad durante la estancia, y que le hubiera gustado realizar y no hizo. Para una amplia lectura y comprensión, se prefirió la presentación de dichos resultados en forma abierta sin tabulación, el cual bien vale la pena prestar atención a los comentarios específicos tan determinantes en la presente encuesta.

Tabla-10

¿HA CUMPLIDO EL DESTINO CON SUS EXPECTATIVAS?				
no cumplió	cumplió	excedió	n/c	
4,6%	63,4%	20,6%	11,4%	
volvería en invierno	muy interesante y hermoso	por que es más bello de lo que imaginaban		
porque estaban empañados los vidrios el bus	demora en el desembarco	lugar grande y más atractivos que los esperados		
mal servicio del restaurante	buena información del guía	es un hermoso lugar, y la gente es muy amigable		
gente de la aduana no fue amable	el paisaje	el paisaje y la vida salvaje		
por falta de tiempo	muy buen día	es hermosa ciudad, muy amables		
No conocimos los suficiente	gente muy amable			
	por que es muy lindo lugar y el parque			
	necesitaría más tiempo			
	Tuvimos suerte con el clima			

Fuente y elaboración: Secretaría de Turismo - Municipalidad de Ushuaia.

NO CUMPLIÓ USHUAIA CON LAS EXPECTATIVAS – NIVEL DE SATISFACCIÓN

LO MEJOR QUE HIZO	LO PEOR QUE HIZO	QUE HUBIERA DESEADO HACER Y NO HIZO
buscamos locales abiertos	locales de compra	el tren
compras	esperar en el puerto	más tiempo para visitar la ciudad
monumento a Malvinas	restaurante	ir a las montañas
paisajes	el ambiente en el hotel lleno de humo	comer en un buen restaurante
comprar	No conocimos todo lo que nos hubiera gustado conocer	historia
compras	está todo cerrado	ver mas naturaleza
los andes	todos los negocios cerrados	quedarse más tiempo
todo espectacular, inolvidable para volver		incluir refrigerio en la excursión
Muy bonita ciudad y la gente muy amable		estar más tiempo
		realizar diferentes excursiones

CUMPLIÓ USHUAIA CON LAS EXPECTATIVAS – NIVEL DE SATISFACCIÓN

compras	casi nada, muchos negocios cerrados	más tiempo
caminar	la cárcel	más tiempo en la ciudad
compras	Parque Nacional	caminar
miradores, montañas	locales de la ciudad	tren
montañas	negocios pequeños	fiestas
ciudad	el frío	ver pingüinos
hermosa ciudad	frío	estar más tiempo
glaciar	el clima	los restaurantes estaban cerrados
ir de compras	muchos comercios cerrados	Antártida
hotel los naranjos	mucho frío	recorrer mas lugares
negocios	demasiados comercios cerrados	visitar los lagos
el parque	la calle principal esta demasiado comercializada	visitar el parque nacional
glaciar	más compras	tener más tiempo para caminar
el paisaje	faltan baños públicos	más tiempo
paisaje	horas muy limitadas de comercios	más tiempo
visitar la ciudad	cestos de basura en la calle	más tiempo
visitar la ciudad	muchos comercios cerrados	tener más tiempo
visitar la cárcel	condiciones de las calles	pasar mas tiempo
el paisaje	la lluvia	ir a las montañas
visitar la ciudad	la lluvia	mas tiempo en la ciudad
parque nacional	demora en el desembarco	parque nacional
lago escondido	mucho viento	el centro
bahía ensenada	mucho frío, negocios cerrado	quedarme más tiempo
la ciudad	mucho frío	Mas tiempo para visitar la ciudad
visitar la ciudad	cancelación de excursión	Conocer más
compras	muchos locales cerrados	city tour - Montañas
compras	esperar demasiado hasta bajar del barco	más tiempo en la ciudad
compras, ver las montañas	no pudimos bajar ni bien llegamos	cantidad de perros
glaciares, paisajes	no tuvimos tiempo para visitar	visitar el parque nacional
visitar museos	poco tiempo	permanecer más tiempo
Museo	la lluvia	tener más tiempo
Vista panorámica	locales comerciales chicos	ir al parque
Montañas fantásticas	muchos locales cerrados	excursiones
Parque Nacional	muchos negocios cerrados	más tiempo para visitar la ciudad
Paisaje	pedras sueltas en el pavimento	pingüinos
Parque	más o menos las discotecas	museos
montañas y ciudad	Mal tiempo	trekking
visitar museos	No tener indicaciones de otros sitios	tours
tomar algo	La ciudad esperaba algo diferente	comprar artesanías locales
montañas	precios caros	más tiempo
compras / linda ciudad	muchos perros	más tiempo en la ciudad
excursiones		conocer más la ciudad
compras / paseo		comprar
comercios		cabalgatas
montañas		caminar un poco más de tiempo

tren		ver el casco histórico
Paseo		más tiempo en ushuaia
comprar		caminar más el casco histórico
comer		catamaranes por el canal Beagle
comercios buenos		comprar
pizza		estar más tiempo, lagos
área hermosa		permanecer más tiempo
vino		permanecer más tiempo
comercios		conocer más
el paisaje		ver pingüinos
tren y parque		visitar la ciudad
ver el fin del mundo		ganar en el casino
museo yámana / parque nacional		city tour
fotografiar		caminar bien la ciudad
el paisaje, las montañas y el agua		el tren
castores		visitar la ciudad
cursos de golf		más tiempo
parque nacional		ir al glaciar
el puerto		conocer pingüinos y glaciar
comer		más tiempo
parque nacional		más tiempo para visitar
conocer los perros huskies		más tiempo en la ciudad
el paisaje		visitar el parque
lago escondido		visitar el parque
las montañas y la naturaleza		ir al parque
tren		caminar por la ciudad
la arquitectura, la gente		city tour
parque		más tiempo para visitar el museo marítimo
el parque , el lago roca		subir montañas
ciudad ,compras		más tiempo en el área
ciudad		subir al glaciar
museo marítimo		Más tiempo en la ciudad
ciudad		Más tiempo en la ciudad
paisaje		Ver el Parque Nacional y la ciudad
buenos vinos		Ver los museos
locales de compra		Ir al Parque Nacional en excursión marítima
parque nacional		Ir al Glaciar
casino		Parque Nacional
compras		Visitar Harberton
excursiones, hoteles, restaurantes		Comer calafate
el paisaje		Ir a la Antártida
parque		La estadía muy corta
glaciar		Visitar los Pingüinos
compras		Recorrer y conocer más sus lugares
compras		Más tiempo para hacer compras
la comida, el vino y el tour		Visitar los museos
caminar		Visitar los museos
caminar		Más tiempo en la ciudad
visitar la ciudad		Más tiempo en la ciudad
museo del presidio		Más tiempo en la ciudad
museo del presidio		Más tiempo en la ciudad
la ciudad		Estadía muy corta
parque nacional		Poco tiempo en destino
estas		negocios cerrados
locales de remeras		pasar una noche en Ushuaia
museo del presidio, compras		tomar un café
compras, comidas		
compras, comidas		
museos, ciudad		
compras, caminar		
comer cordero		
museo del presidio		

caminar la ciudad		
montañas , ciudad		
excursión		
la comida, el paisaje		
vida salvaje		
paisaje		
Clima, montañas, personas		
Visitar la ciudad		
Ir de compras		
Navegación por el Canal Beagle		
Caminatas y el tren		
Tren		
Caminar por la ciudad		
Montañas y Glaciares		
El otro lado del país		
Parque Nacional		
Las personas muy amables		
La vista		
La ciudad limpia y turística		
La ciudad es muy bonita		
Paisaje muy lindo		
Museo		
Museo Marítimo		
Trencito, Faro, gastronomía		
Parque Nacional, Montañas		
Hermosa ciudad y la gente muy amigable		
Visitar parientes		
El paisaje y la gente		
Muy buenas las excursiones		
todo		
recorrer la ciudad		
compras		

EXCEDIÓ LAS EXPECTATIVAS – NIVEL DE SATISFACCIÓN

compras	la ciudad	estancia Harberton
museo	el clima muy frío	visitar el resto de las provincias
paisaje	muchos perros sueltos en las calles	más compras
buena gente y buen paisaje	poco tiempo	excursiones
la ciudad	negocios cerrados	conocer las montañas
locales comerciales	demora en el cobro al parque	más tiempo en la ciudad
compras y paisaje	mal tiempo	ver más cosas a las afuera de la ciudad
los locales de compra y el paisaje	los negocios están cerrados	más tiempo
tren	muchos locales cerrados	Comprar
museos	Los negocios muy pequeños	ciudad / lagos
comer cordero	los negocios cerrados	comercios
glaciar		navegación por el Canal Beagle
paisaje, gente amable		visitar más sitios culturales
paisaje		más tiempo para conocer
Montañas		comer cordero
Tren del Fin del Mundo		más negocios
Museo / ciudad		comer bife de chorizo
ciudad / montañas		el glaciar Martial
ciudad / comprar / paisaje		el parque nacional
comunicación / gente muy amable		estar más tiempo
ciudad / paisaje		visitar la ciudad
buenos restaurantes		a los lagos
historia y el hermoso paisaje		tomar un café
montañas y el paisaje		más tiempo para comprar
la ciudad es hermosa		museos
cordero patagónico		hacer excursión de pingüinos
gastronomía		No fue al Parque
espectacular paisaje, el tren		Quedarse en Ushuaia
los catamaranes por el canal		Ver más cosas en Ushuaia

los catamaranes, gente amigable		Manejar por las montañas y ver los lagos
la vida salvaje		Ver un poco más, el tiempo fue corto
pasear por el centro		Poco tiempo
visitar la ciudad		Ir de compras
visitar los lagos		
ciudad, montañas		
comprar		
compras		
lagos		
city tour		
Visité museos y camine por la ciudad		
La vista y la ciudad		
Visitar el puerto y ver todos los barcos		
Buenos vinos y comida y las personas muy amigables		
Las personas muy amables		
El Parque Nacional		
museo marítimo		

Fuente y elaboración: Secretaría de Turismo - Municipalidad de Ushuaia.

[INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA]

Tabla 12

RESULTADOS DE TEMPORADA ESTIVAL DE CRUCEROS 2005 / 2006 EN USHUAIA

81.127 cruceristas llegaron a Ushuaia

27,1% más de pasajeros que la temporada anterior

42 buques menos de turismo arribaron

150 pesos por día gastó cada crucerista

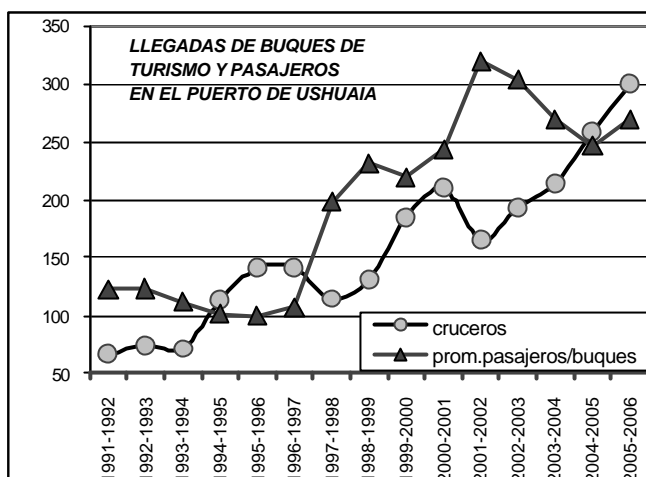


Tabla 13

CRUCERISTAS ARRIBADOS AL PUERTO DE USHUAIA SEGÚN PRINCIPALES MERCADOS EN TEMPORADA ALTA (octubre a marzo)

rango 1995/ 1996	rango 2005/ 2006	procedencia	Temporada alta		Var. % con temp. anterior
			2004/2005	2005/2006	
1	1	EE.UU.	20.269	41.811	106,3
4	2	Reino Unido	9.862	6.386	-35,2
7	3	Canadá	3.243	3.424	5,6
2	4	Alemania	4.410	3.098	-29,8
10	5	Francia	2.560	2.131	-16,8
11	6	España	944	2.033	115,4
9	7	Brasil	1.000	2.024	102,4
8	8	Australia	3.036	1.803	-40,6
5	9	Japón	1.761	1.406	-20,2
12	10	México	504	1.396	177,0
14	11	Holanda	466	1.348	189,3
3	12	Chile	414	1.282	209,7
6	13	Argentina	965	1.074	11,3
13	14	Italia	869	208	-76,1
		Otros países	13.530	11.703	
		TOTAL	63.833	81.127	27,1%

Nota: incluye pasajeros en tránsito, embarcados y desembarcados.

Fuente: Prefectura naval Argentina-Ushuaia, Dirección Provincial de Puertos-Delegación Puerto de Ushuaia.

Elaboración: Secretaría de Turismo-Municipalidad de Ushuaia



¿Podría colaborar dedicando unos minutos a contestar unas breves preguntas?

Su respuesta nos servirá para realizar estudios de investigación posteriores.

1) Es la primera vez que realiza un viaje en crucero? (marque con una X)
sí no

2) Lugar de origen de su viaje: _____

3) Lugar de destino: _____

4) Duración total del viaje: días

5) ¿Recibió algún tipo de recomendación sobre Ushuaia antes de descender del crucero?
NO SÍ ; podría informarnos cuál? _____

6) ¿Cómo ha sido la información a bordo que ha recibido de Ushuaia? (marque con una X)

mala regular buena muy buena

7) ¿Qué actividades ha realizado en Tierra?

paseo por el centro visitas culturales gastronomía local
ir de compras eventos Excursiones

¿podría indicarnos qué excursiones? _____

8) ¿Cuántas horas ha permanecido en tierra durante su estancia en Ushuaia? horas

9) ¿Qué fue lo **mejor** que hizo, vió y/o experimentó? _____

10) ¿Qué fue lo **peor** que hizo, vió y/o experimentó? _____

11) ¿Qué hubiera deseado hacer en Ushuaia y no hizo? _____

12) ¿HA CUMPLIDO EL DESTINO CON SUS EXPECTATIVAS?

No cumplió con la expectativa ; Podría indicar por qué? _____

Cumplió la expectativa

Excedió la expectativa

13) País de residencia: _____

Edad: Sexo: M F

14) ¿Con quién realizó el viaje?:

Solo en grupo con amigos
con esposa con hijos otro miembro de la familia

15) Estado laboral: en actividad jubilado

OBSERVACIONES / SUGERENCIAS: _____

La presente es una publicación elaborada y editada por la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Ushuaia

Consulte este documento en:
www.e-ushuaia.com/estadisticas

Si requiere información adicional favor de dirigirse a:

SECRETARIA DE TURISMO
Dirección de Turismo
San Martín 674
C. P. 9410 Ushuaia
Provincia de Tierra del Fuego
República Argentina
Teléfonos: 54-02901-432000/432001/425550

La reproducción parcial o total de la información contenida en esta publicación es permitida, citando la fuente.