



RESULTADOS ENCUESTA COVID-19 SECTOR HOTELERO

Resultados Relevamiento COVID-19 Sector Hotelero de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur

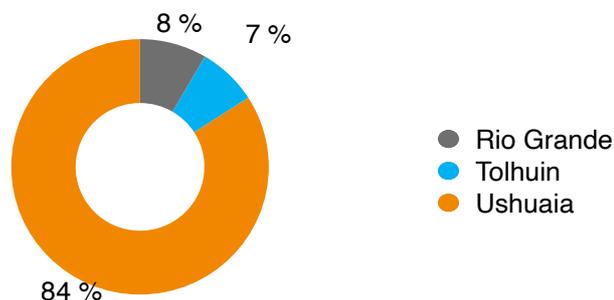
En el marco de la emergencia sanitaria a nivel mundial en la cual nos encontramos inmersos como consecuencia del COVID-19, el Instituto Fuegoino de Turismo diseñó una encuesta como herramienta para construir un mapa de situación del sector hotelero de Tierra del Fuego. A partir de los datos recolectados, se obtuvo información actualizada sobre aspectos relacionados a incentivos económicos, capacitaciones, comercialización y promoción turística, como así también el impacto económico y social en la actividad turística. En este orden de ideas, el Instituto pone a disposición los resultados de la “Encuesta al sector hotelero - Relevamiento COVID-19” realizado entre los meses de mayo a agosto 2020. Para ello metodológicamente se consultó con 107 establecimientos hoteleros y parahoteleros habilitados por el Instituto Fuegoino de Turismo en el ámbito geográfico de la provincia de Tierra del Fuego AelAS. De acuerdo al instrumento de recolección, la encuesta se llevó adelante de manera online a través de un formulario estructurado elaborado en Google Form. El presente informe se ordena mostrando en primer término los resultados desde una mirada provincial para luego presentar datos particulares de los establecimientos de cada una de las ciudades.

Por último deseamos expresar nuestro sincero agradecimiento hacia los referentes de los establecimientos encuestados, que se han tomado el tiempo y el compromiso de responder la encuesta.

Principales resultados Provinciales

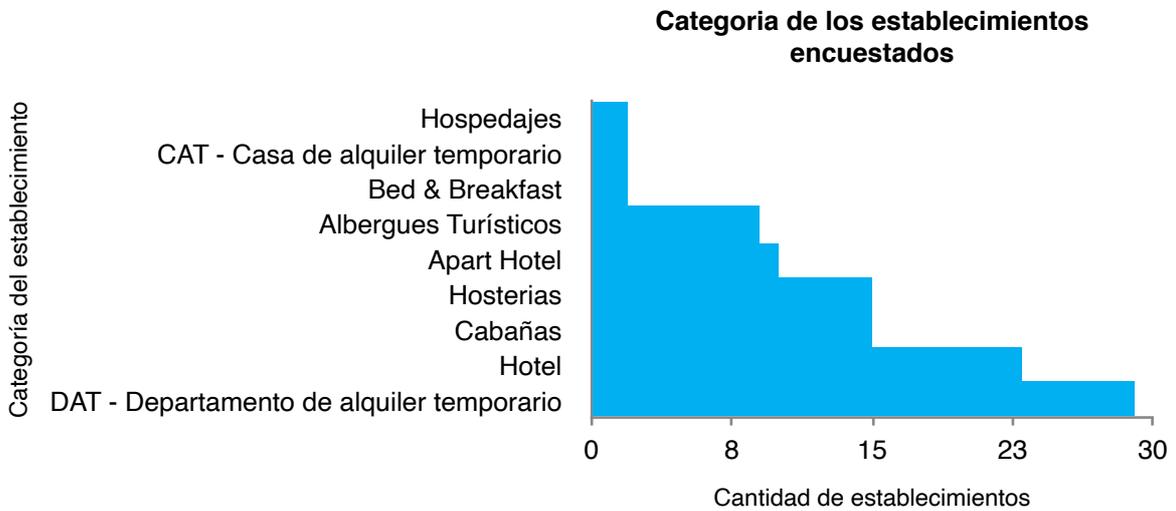
De acuerdo a la localización de los establecimientos encuestados el 84,1% se encuentra en la ciudad de Ushuaia, el 8,4% en Río Grande y el restante 7,8% en Tolhuin.

Locación de los establecimientos encuestados

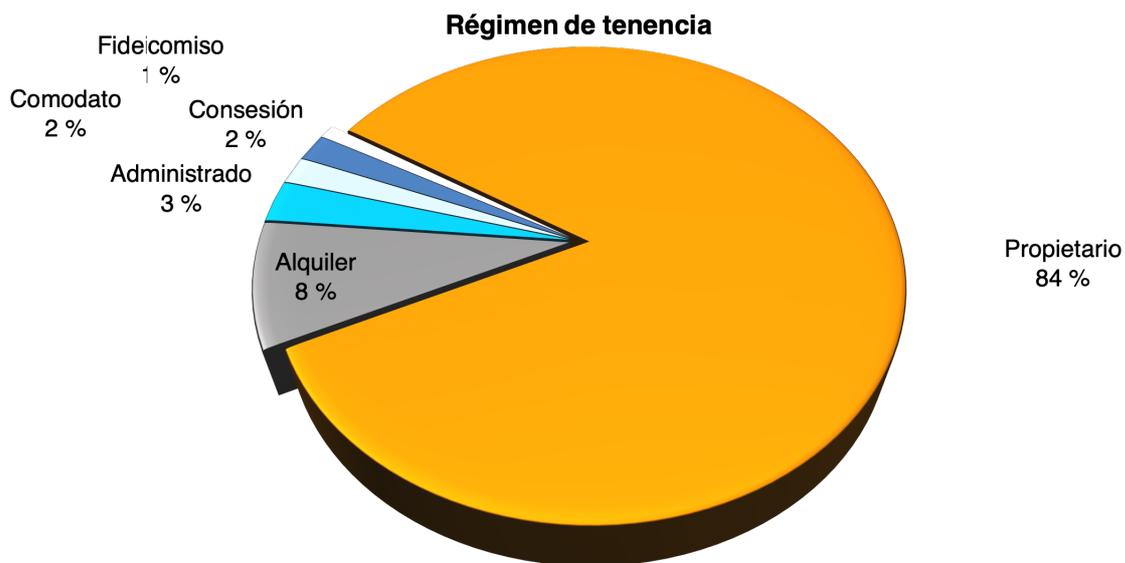


Fuente: Instituto Fuegoino de Turismo

Asimismo, las categorías con mayor nivel de respuesta fueron los DAT (departamento de alquiler temporario), hoteles y cabañas.



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo

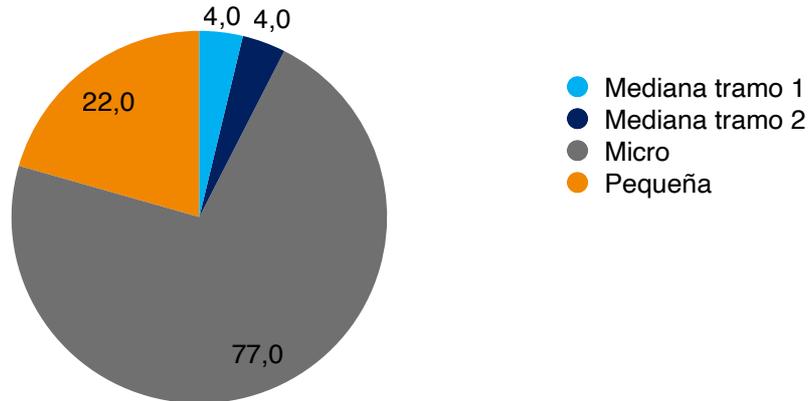


Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo

Participaron del relevamiento establecimientos de diversos tamaños. De acuerdo con la **clasificación PyME**¹, los establecimientos encuestados corresponden en un 72,0% a micro empresas, un 20,6% a pequeñas y el restante 7,4% se encuentra en empresas medianas tramo 1 y 2.

¹ Clasificación de las empresas de acuerdo al registro PyME y a partir de la facturación anual: micro (hasta \$8.500.000), pequeña (hasta \$50.950.000), mediana tramo 1 (hasta \$425.170.000) y mediana tramo 2 (hasta \$607.210.000).

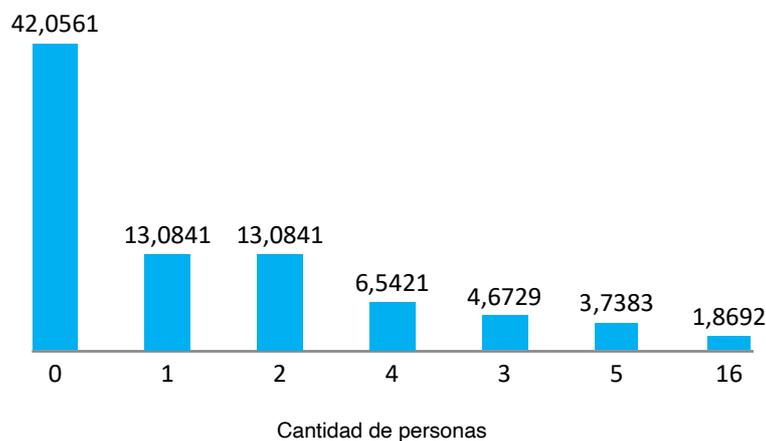
**Categoría del
establecimiento de acuerdo
al registro PyME**



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo

Fueron consultados por aspectos tales como el **personal empleado en el establecimiento**. En este sentido, durante la temporada estival 2019-2020 y en relación con la cantidad de personal permanente a tiempo completo con la que contó el establecimiento, el 42,1% de los entrevistados declaró no contar personal permanente, el siguiente 13,1% con una y/o 2 personas.

**Personal permanente a tiempo completo temp. estival
2019-2020**



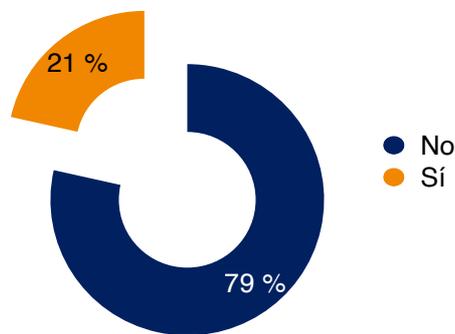
Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo

A continuación, se presentan los principales resultados vinculados al personal:

- Durante la temporada estival 2019-2020 y en relación con la cantidad de personal permanente a tiempo parcial con la que contó el establecimiento, el 50,5% de los encuestados manifestó no contar con personal de tales características, el 20,6% declaró contar con 1 persona y el siguiente 15,3% con 2.

- De la misma manera y en relación con la cantidad de personal eventual y/o de temporada con la que contó el establecimiento, el 57,0% declaró contar con 0 personas, el 27,1% conto con 1 y/o 2 personas.
- El 41,1% declaró que en los próximos meses no se verá forzado a reducir personal, por el otro lado, el 29,9% sostuvo lo contrario. Estos últimos, estiman una reducción de entre uno (9,3%) y dos empleados (7,5%).

¿El establecimiento cuenta con servicio de restaurante propio del hotel?

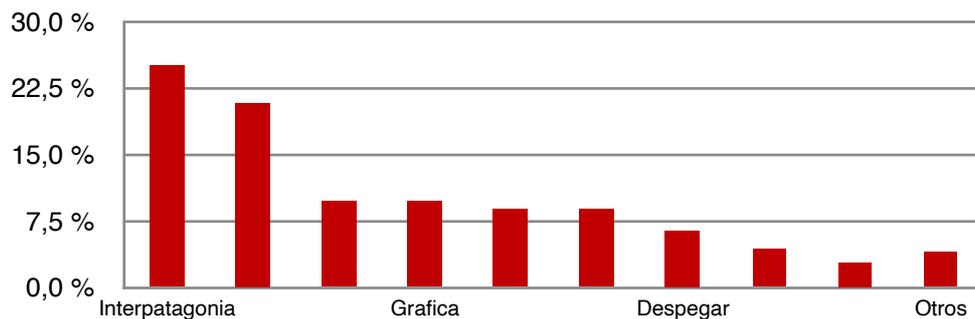


Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo

Las **plataformas de comercialización** más utilizadas por los establecimientos son: Booking (20,1%), las plataformas propias (15,3%) y el sitio web despegar (12,9%).

Por otro lado, entre los medios de promoción más utilizados, se destacan:

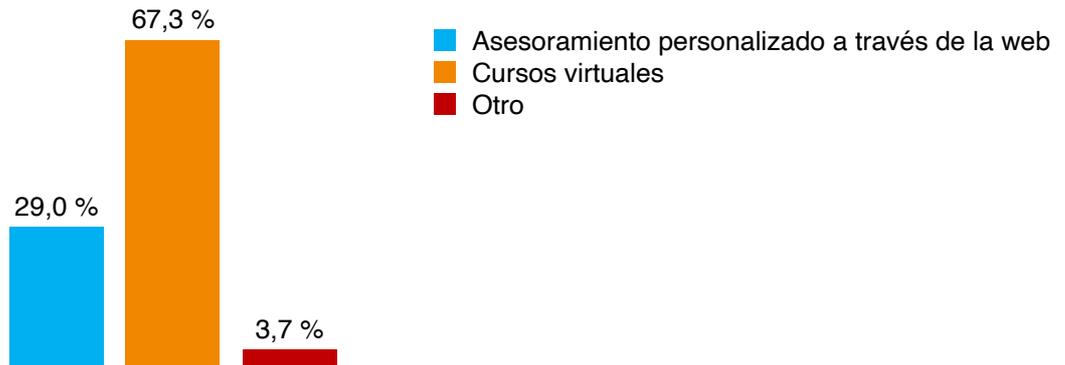
Medios de promoción más frecuentes



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo

Por otro lado, los establecimientos encuestados fueron consultados sobre conocimientos, habilidades y/o competencias, a continuación se detallan los resultados globales de las preguntas vinculadas:

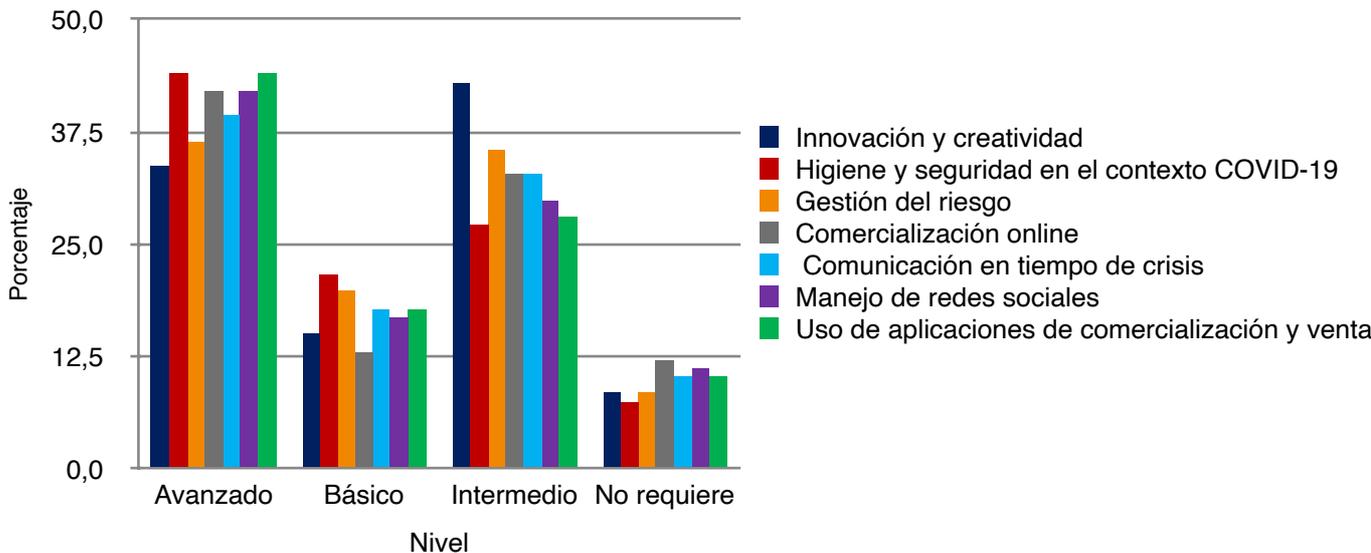
Preferencia para el dictado de capacitaciones



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo

En relación con la implementación de protocolos de prevención en seguridad e higiene, el 67,3% de los establecimientos sostiene que la manera más efectiva de recibir capacitación es a través de cursos virtuales y asesoramiento personalizado a través de la web (29,0%).

Nivel de conocimientos, habilidades y/o competencias que requiere para reactivar su negocio



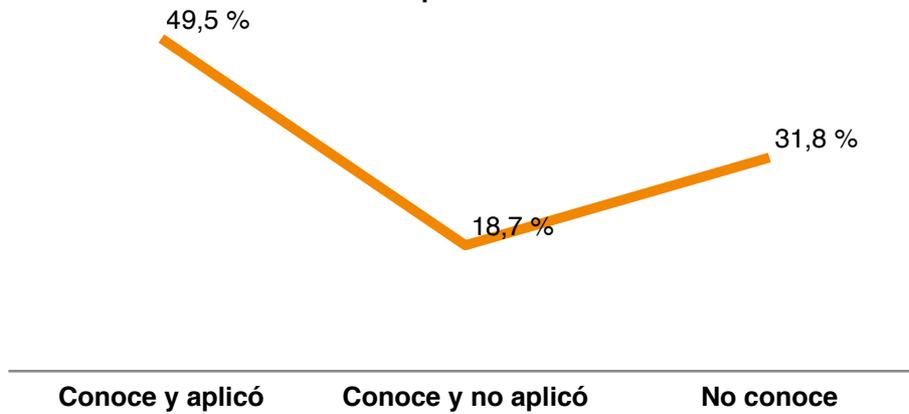
Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo

Asimismo se hizo mención de otros conocimientos, habilidades y/o competencias vinculadas a las capacitaciones necesarias. Las repuestas fueron variadas, pero pueden ser categorizadas en los siguientes grupos: Educación administrativa y financiera y capacitación en idiomas, principalmente inglés y portugués.

En otro orden de cosas se indago sobre el **conocimiento y aplicación de las herramientas económicas disponibles**. La mitad de los encuestados (49,5%) manifestó conocer y haber

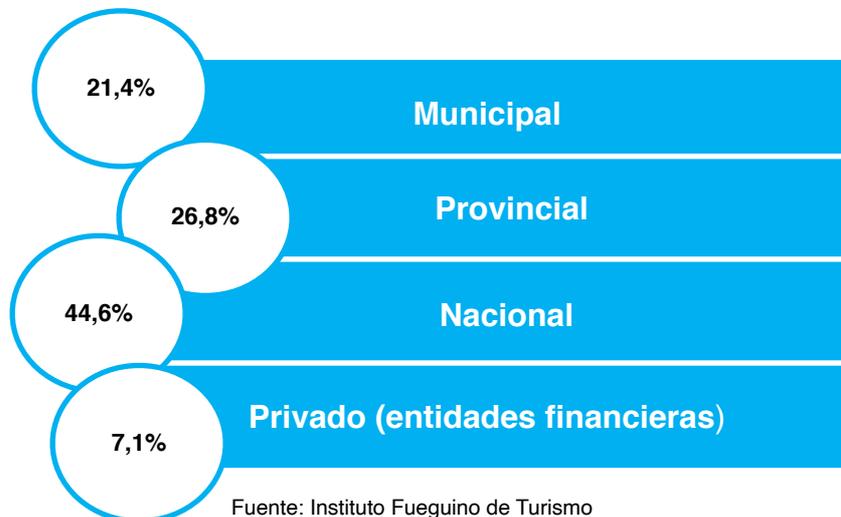
aplicado en distintas herramientas financieras y/o beneficios económicos, seguido por un 31,8% que no conoce y, en tercer lugar, un 18,7% que, si bien conoce la disponibilidad, no aplicó.

¿Conoce las herramientas financieras y/o beneficios económicos disponibles?



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo

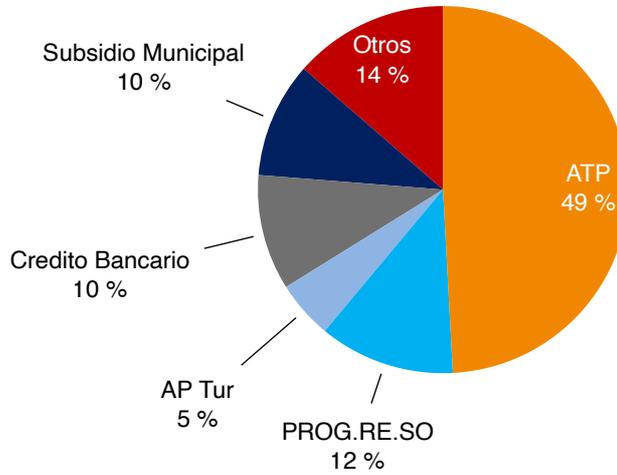
El 31,8% de las personas declaró no conocer las herramientas y/o beneficios económicos disponibles debido al desconocimiento y a la poca accesibilidad de la información. A su vez, las herramientas financieras y/o beneficios económicos a las que accedió el 49,5% de los que las solicitaron, correspondieron en su mayoría al ámbito nacional (44,6%).



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo

Un 49,2% de los encuestados accedió a la Asignación de Emergencia para el Trabajo y la Producción (ATP), seguido por PROG.RE.SO (11,9%).

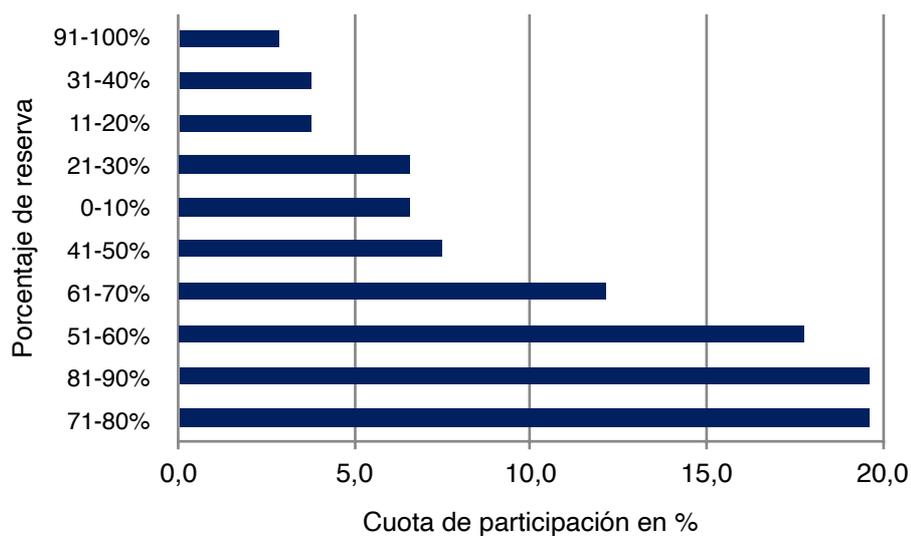
**Tipos de beneficios y/o
herramientas accedidos**



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo

Respecto de **otras medidas y/o estrategias** que se deberían instrumentar, se encuentran entre las más mencionadas la reducción de impuestos, el control sobre los establecimientos no habilitados y la promoción del turismo interno.

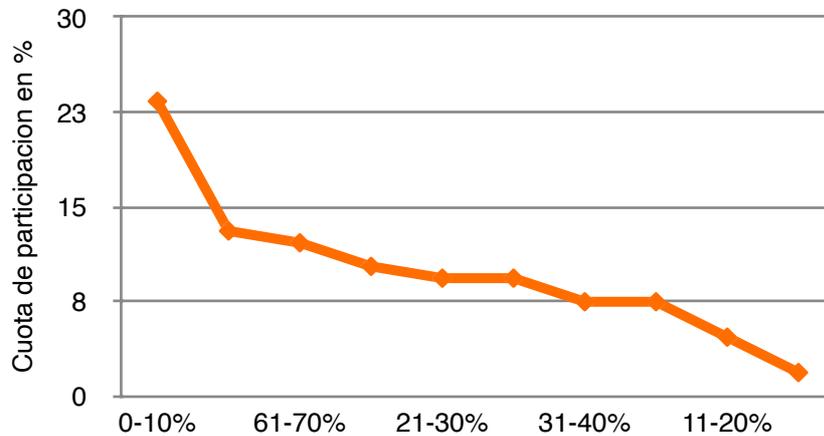
**Porcentaje de reservas durante la temporada estival
2019/2020**



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo

De las **reservas registradas para la temporada invernal 2020**, el 53,0% declaró que las mismas han sido canceladas con devolución. Por otro lado el 35,1% de las reservas fueron reprogramadas y el restante 11,9% canceladas sin devolución.

Porcentaje de reservas programadas para la temporada invernal 2020



Fuente: Instituto Fuegoينو de Turismo

Fuente: Instituto

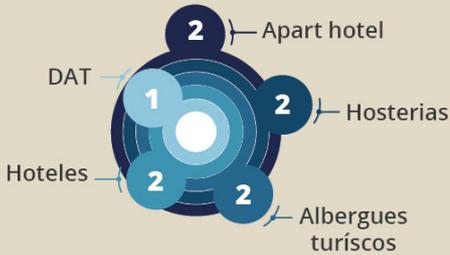
En este sentido, el 73,8% de los establecimientos no presento inconvenientes vinculados a las cancelaciones y/o devoluciones de reservas. En contraposición el 19,6% ha registrado algún obstáculo vinculado principalmente con la presencia de intermediarios (plataformas de reservas).

A continuación se presentan los principales **comentarios** finales, de acuerdo a las respuestas recibidas, las mismas pueden ser agrupados en los siguientes temas más recurrentes:

- ✓ Principales perjudicados los dueños directos. En este sentido, imposibilidad de afrontar compromisos económicos ya adquiridos y las obligaciones de pagos de servicios e impuestos
- ✓ A partir del régimen de cuarentena en la Provincia no hubo ocupación ni reservas.
- ✓ Primeros reservas y movimientos gracias al programa PreViaje
- ✓ Poca conectividad aérea que dificultó la reactivación turística
- ✓ Inconvenientes de pago con la plataforma despegar
- ✓ Recurrente mención a la sensación de desamparo por parte del estado. Incomprensión de la urgencia y lo delicado de la actividad hotelera y turística.

A modo de conclusión y a partir del relevamiento, se exponen los principales indicadores por localidad.

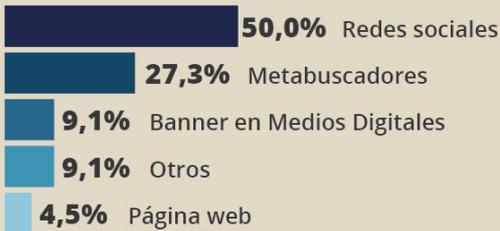
Las respuestas corresponden a:
9 establecimientos



8 Propietarios
1 Establecimiento alquilado



**MEDIOS DE PROMOCIÓN
DEL ESTABLECIMIENTO**



Principales plataformas de comercialización:
agencias mayoristas (22,7%) y booking (22,7%)



**PORCENTAJE DE RESERVAS
TEMP. DE INVIERNO 2020**



En su mayoría las reservas
fueron canceladas con devolución

Fuente: Div. Procesamiento y Análisis Estadístico.
Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico.

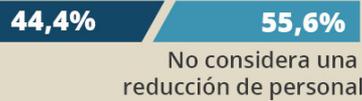
**RESULTADOS
RELEVAMIENTO COVID-19
SECTOR HOTELERO
RÍO GRANDE**



55,6%

de los establecimientos
son microempresas
de acuerdo al registro
pyme

Cree que se verá
obligado a reducir personal



En su mayoría (66,7%)
accedieron al programa de
asistencia de emergencia
al trabajo y la producción (ATP)



3 de 9

de los alojamientos
cuenta con restaurant propio

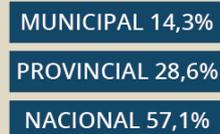
**PERSONAL PERMANENTE
A TIEMPO COMPLETO**

el 67% de los establecimientos
cuenta con 1, 3 y 4 personas

Personal a tiempo parcial
el 77,8% NO cuenta con personal
a tiempo parcial



**HERRAMIENTAS Y/O BENEFICIOS
EN EMERGENCIA SANITARIA**



Ambitos de los
beneficios económicos

Ninguno de los encuestados manifestó
inconvenientes vinculados a las cancelaciones
y/o devoluciones de reservas.

**RESULTADOS
RELEVAMIENTO COVID-19
SECTOR HOTELERO
TOLHUIN**



100%

de los encuestados declaró ser propietario.

Las respuesta corresponden a:
8 establecimientos



**MEDIOS DE PROMOCIÓN
DEL ESTABLECIMIENTO**

30,8% Facebook

23,1% Metabuscadores

19,2% Gráfica

19,2% Instagram

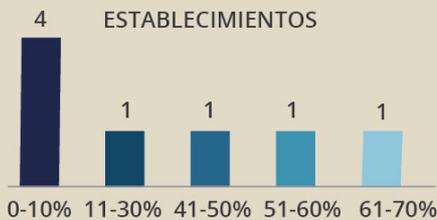
3,8% Banner en Medios Digitales

3,8% Twitter

Principales plataformas de comercialización:
Plataformas propias (37,5%), Booking (18,8%)
y Trivago (18,8%).



**PORCENTAJE DE RESERVAS
TEMP. DE INVIERNO 2020**

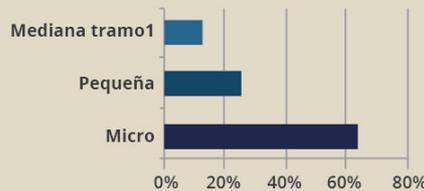


Fuente: Div. Procesamiento y Análisis Estadístico.
Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico.



Categoría respecto al registro PyME

Micro	5	62,5%
Pequeña	2	25,0%
Mediana tramo 1	1	12,5%
Mediana tramo 2	8	100,0%



¿Eventual reducción de personal?

50% / **50%**

Medidas sugeridas: Controles de ingreso al Municipio y a la Provincia. Por otro lado se menciona y solicita mayor consideración, espacio y oportunidades para los establecimientos ubicados en Tolhuin.



87,5%

de los alojamientos NO cuenta con servicio de restaurante propio

**PERSONAL PERMANENTE
A TIEMPO COMPLETO**

el 37,5% de los establecimientos declaró contar con 3 personas.

62,5% de los establecimientos cuenta con 2 personas permanente que trabajan a tiempo parcial.



**HERRAMIENTAS Y/O BENEFICIOS
EN EMERGENCIA SANITARIA**



PROVINCIAL 66,7%

NACIONAL 33,3%

Ambitos de los beneficios económicos

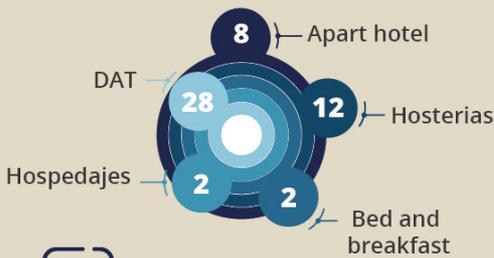
Ninguno de los encuestados manifestó inconvenientes vinculados a las cancelaciones y/o devoluciones de reservas



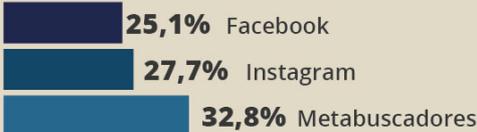
RÉGIMEN DE TENENCIA

8,9% Alquiler
82,2% Propietario

Las respuesta corresponden a:



**MEDIOS DE PROMOCIÓN
DEL ESTABLECIMIENTO**

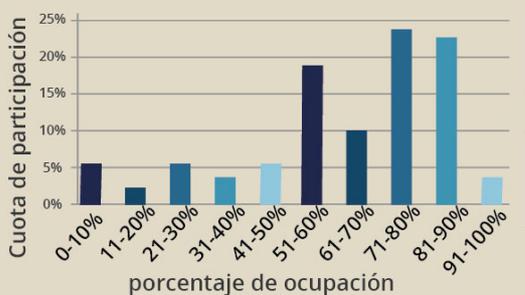


Principales plataformas de comercialización:

Metabuscadores	55,9%	Se destaca booking con el 24,2%
Plataforma propia	16,8%	
Agencias mayoristas	12,1%	
Otros	15,2%	



**PORCENTAJE DE RESERVAS
TEMP. DE INVIERNO 2020**



Fuente: Div. Procesamiento y Análisis Estadístico.
Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico.

**RESULTADOS
RELEVAMIENTO COVID-19
SECTOR HOTELERO
USHUAIA**



Categoría respecto al registro PyME

Mediana tramo 1	3,3%
Mediana tramo 2	2,2%
Micro	74,4%
Pequeña	20,0%

Reducción de personal



- Emergencia para el Trabajo y la Producción (ATP) con un 52,4%
- PROG.RE.SO 9,5%
- Fondo de Auxilio para Prestadores Turísticos 4,8%.



78,9%

de los alojamientos NO cuenta con restaurant propio

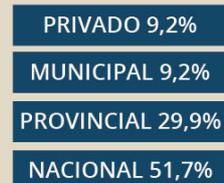
PERSONAL

el 45,6% de los establecimientos declaró no contar con Personal permanente a tiempo completo. En contraposición el 25,6% cuenta con 1 y/o 2 personas permanente a tiempo completo.

Personal no asalariado (familiares, propietarios, empleadores o socios) el 55,6% de los establecimientos cuentan con 1 y/o 2 personas.



**HERRAMIENTAS Y/O BENEFICIOS
EN EMERGENCIA SANITARIA**



Ámbitos de los beneficios económicos

De las mencionadas reservas el 52,1% fueron canceladas con devolución. Un 35,9% fueron reprogramadas y el restante 12,0% fueron canceladas sin devolución.

Cancelaciones y/o devoluciones de reservas sin inconvenientes (73,3%)
Con algunos problemas (26,7%) en las plataformas de reservas y las agencias de viajes.



**INSTITUTO
FUEGUINO
DE TURISMO**

**FINDEL
MUNDO
END OF THE
WORLD**
TIERRA DEL FUEGO
PATAGONIA - ARGENTINA



INSTITUTO
FUEGUINO
DE TURISMO

**FINDEL
MUNDO
END OF THE
WORLD**
TIERRA DEL FUEGO
PATAGONIA - ARGENTINA