

# INSTITUTO FUEGUINO DE TURISMO

ENCUESTA INVIERNO-CERRO CASTOR

2023



Instituto Fueguino  
de Turismo



# METODOLOGÍA

El estudio de la demanda turística de la temporada invernal 2023 se incluyó como parte de las acciones del Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Tierra del Fuego 2025 (PETS TDF 2025), que integran el programa de Gestión Estadística dentro del proyecto 5.1.1 de Producción de estadísticas de turismo y estudio de mercado. Se trató de una propuesta de desarrollo integral entre el Instituto Fueguino de Turismo y los centros de montaña ubicados en la Reserva Provincial Natural y Paisajística Tierra Mayor, y los ubicados en inmediaciones de la Reserva Natural Le Martial.

La implementación de dicha herramienta de recopilación de datos se contempló para el periodo de la temporada invernal, es decir, desde principio de julio hasta el mes de septiembre inclusive.

La finalidad fue contar con información actualizada sobre el perfil de visitantes mediante la generación continua de estudios cualitativos de demanda, con el objetivo de elaborar una caracterización de los usuarios, centrada en las preferencias y niveles de satisfacción en los distintos establecimientos y los servicios que ofrecen, entre otros datos relevantes.

Las unidades de análisis fueron los excursionistas, viajeros provinciales, nacionales e internacionales y las encuestas fueron realizadas por las personas por cuenta propia, escaneando un código QR que se encontraba impreso ubicado en las mesas y/o mesadas de los restaurantes, bares, o espacios comunes de descanso, de los distintos centros de montaña que se emplazan en la reserva.

En esta ocasión se presentan los principales resultados de las encuestas obtenidas en Cerro Castor, a los fines de identificar la nacionalidad, residencia habitual, datos generales de la composición del grupo de viaje, tamaño y composición, duración de la estadía (especificando sitios visitados y tipo de alojamiento utilizado), información sobre el tipo de pase, y valoraciones sobre los servicios de gastronomía en el Cerro Castor, entre otras variables.



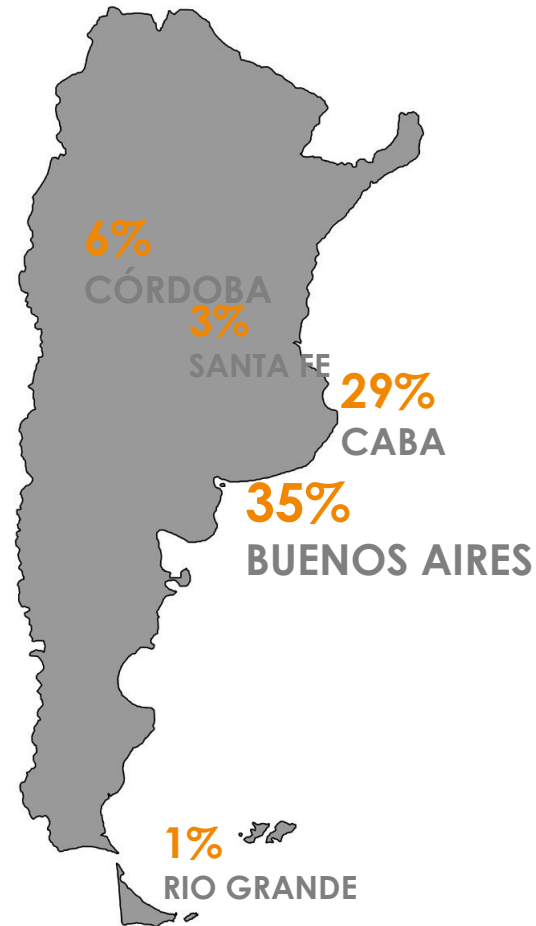
# RESIDENCIA



De las 117 respuestas obtenidas, el **99%** destacó su condición como **"No Residente"**.

A nivel nacional, se destacó la provincia de **Bs As** con el **64%** del origen de los visitantes (de los cuales, 29% correspondieron a CABA), mientras que a nivel internacional se destacó **Brasil** con el **14%** de los no residentes.

## NACIONAL



**7%** RESTO ARGENTINA

## INTERNACIONAL

**14%**  
BRASIL

**2%**  
URUGUAY

**1%**  
CHILE

**1%**  
EEUU Y CANADÁ

**1%**  
RESTO AMÉRICA LATINA

**1%**  
RESTO DEL MUNDO

# MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA

**39%**

VISITABA POR PRIMERA VEZ

**19%**

HABÍA VISITADO 1 VEZ

**15%**

HABÍA VISITADO MÁS DE 5 VECES

**27%**

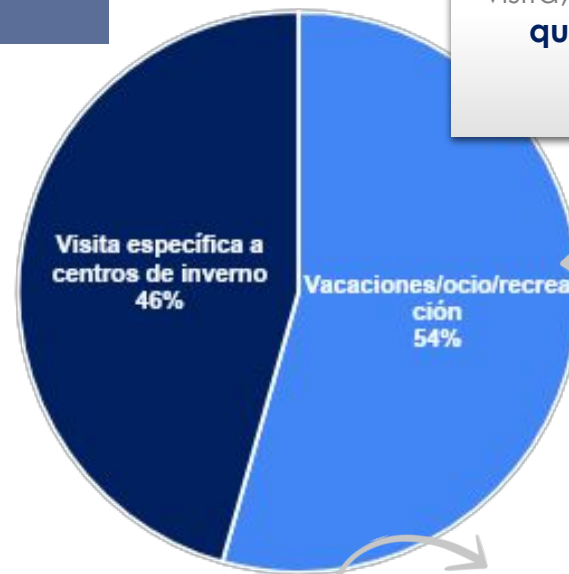
HABÍA VISITADO ENTRE 2 Y 5 VECES

**100%**

De los visitantes se alojaron en USHUAIA

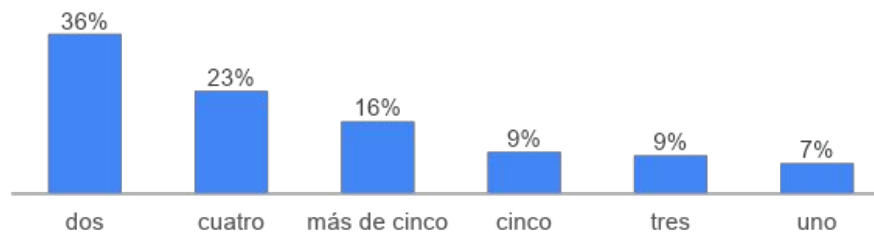
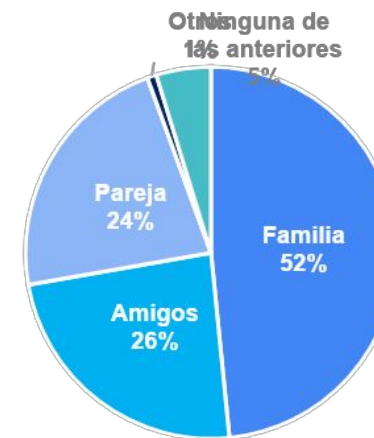
4 de cada 10 respuestas indicaban que era la primera vez que visitaban la provincia, mientras que el **15%** había estado más de 5 veces.

A su vez se verificó que el total de participantes se había alojado en la localidad de Ushuaia.



En cuanto al motivo principal de visita, la mayoría, con el **54%** indicó que visitaba específicamente centros de inviernos.

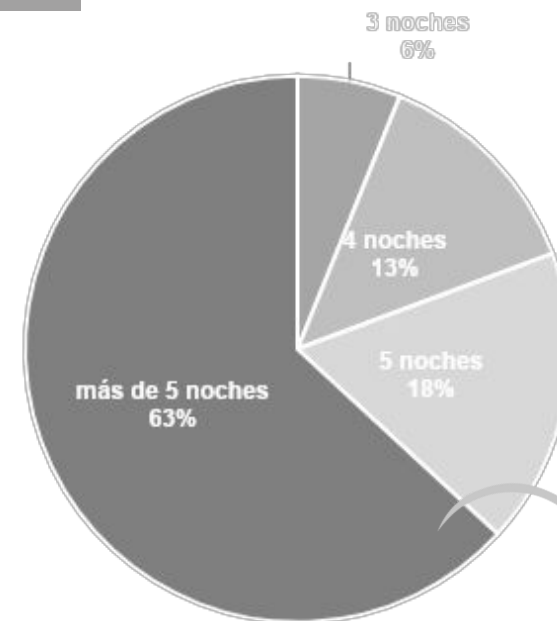
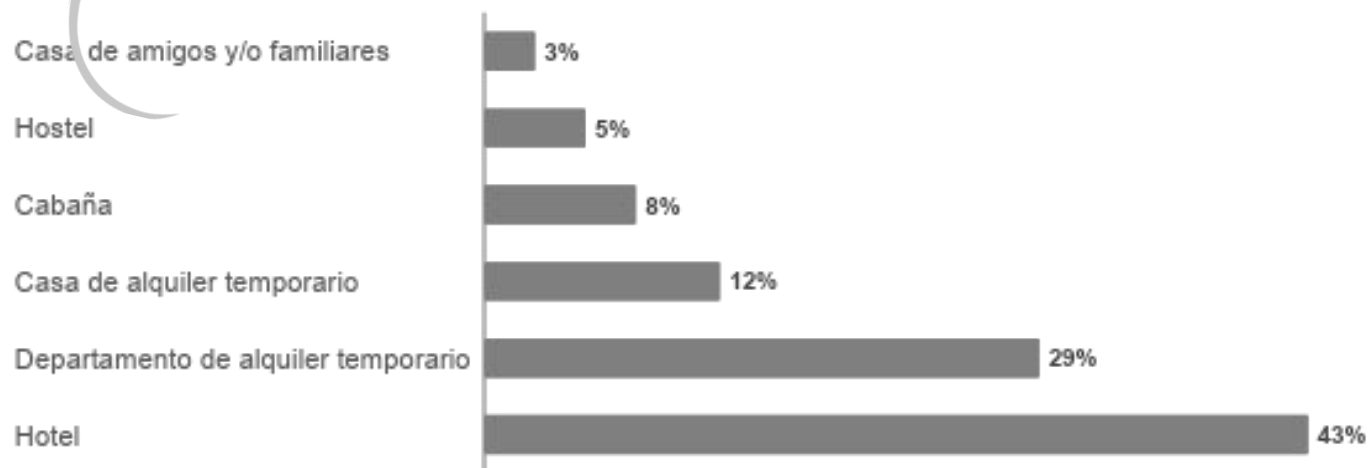
El **52%** de los participantes indicó que visitaba el Cerro en **familia**, mientras que el **26%** lo hizo con **amigos**, y el **24%** en **pareja**.



Por último, se verificó que el **36%** de los participantes estaba compuesto por grupos de **dos personas**.

# ALOJAMIENTO Y ESTADÍA

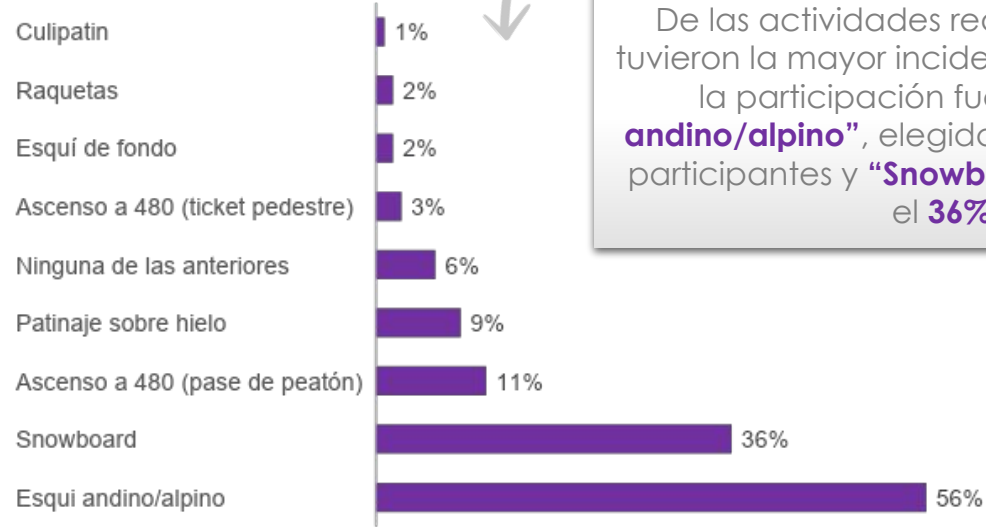
El **43%** de los participantes eligió alojarse en **hotel**, mientras que el **41%** lo hizo en **casa o departamento de alquiler temporario**. El **8%** prefirió utilizar una **cabaña**, el **5%** **hostel** y, por último, solo el **3%** de los participantes se hospedó en **casa de amigos y/o familiares**.



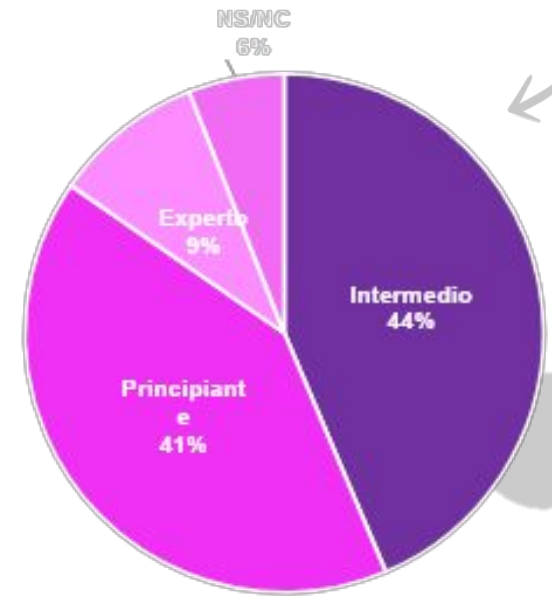
Cuando se les consultó a los participantes acerca de la cantidad de noches de estadía, el **63%** indicó que fueron **más de 5 noches**, mientras que el **18%** optó por 5 noches, el **13%** 4 noches y el **6%** restante señaló 3 noches.

# EXPERIENCIA EN CERRO CASTOR

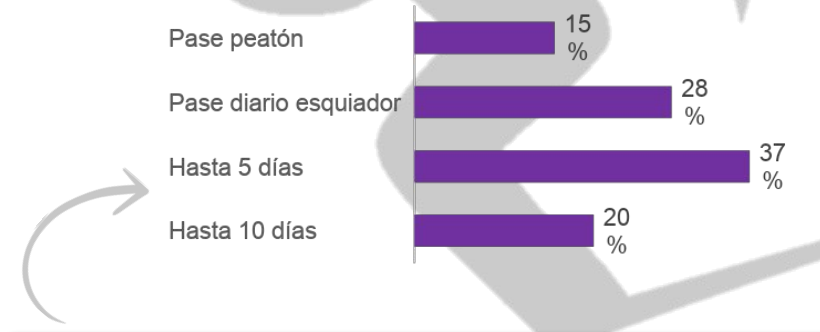
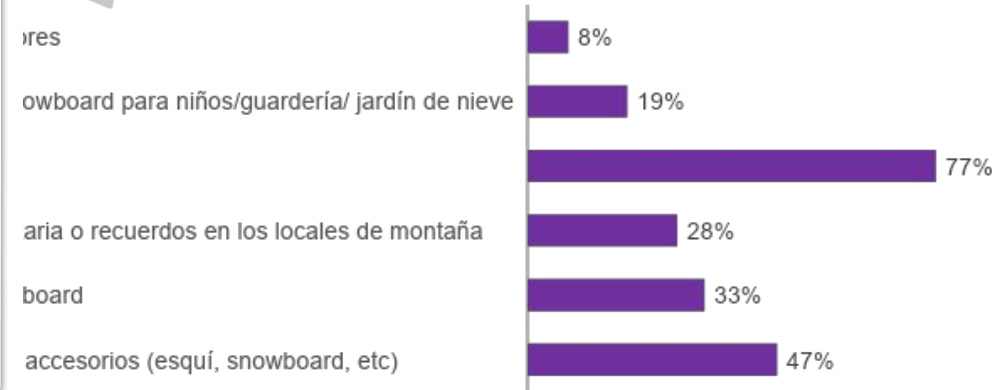
Respecto a la experiencia de los esquiadores, el **44%** indicó tener un **nivel intermedio**, el **41%** un **nivel principiante** y solo el **9%** un **nivel experto**.



De las actividades realizadas, las que tuvieron la mayor incidencia en el total de la participación fueron el **“Esqui andino/alpino”**, elegida por el **56%** de los participantes y **“Snowboard”** elegida por el **36%**.



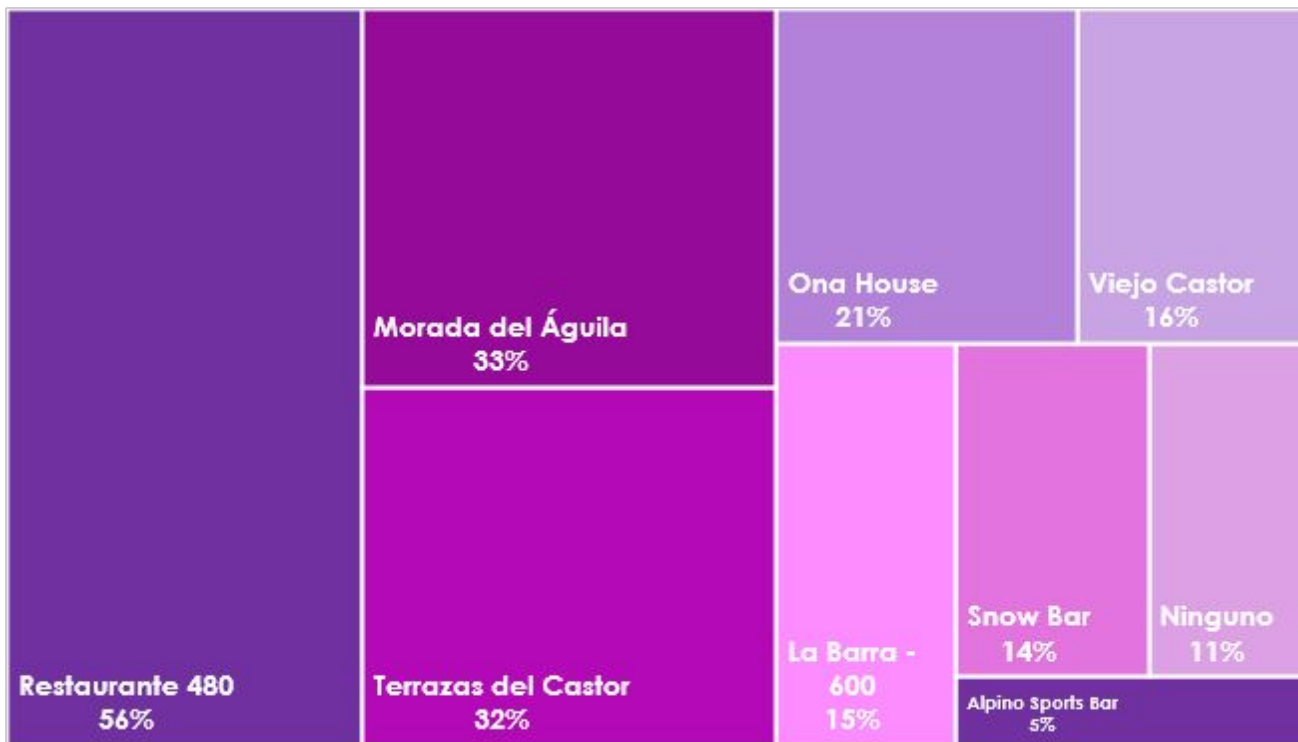
De los servicios utilizados dentro del Cerro Castor se destacaron los **servicios gastronómicos**, elegidos por el **77%** de los participantes, seguido de **“Alquiler de equipo y/o accesorios (esquí, snowboard, etc)”** elegido por el **47%**.



A su vez, el pase de **“hasta 5 días”** fue el más seleccionado por los participantes (**37%**). En segundo lugar, se encontró el **“pase diario esquiador”** con el **28%**.

# EXPERIENCIA EN CERRO CASTOR

## GASTRONOMÍA



En cuanto a los espacios gastronómicos utilizados, el **56%** de los participantes destacó al **“Restaurante 480”** en primer lugar, luego se encontraron **“Morada del Águila”** y **“Terrazas del Castor”** con el **33%** y **32%** respectivamente.

A su vez, la valoración general de los espacios gastronómicos, categorizada de 0=muy mala a 5=excelente, fue sobresaliente: **1 de cada 3** participantes eligió la **mayor valoración (5 puntos)**.

## ☆ VALORACIÓN ☆



# EXPERIENCIA EN CERRO CASTOR



La **“Recomendación de visitantes/amigos y/o familiares”** fue la primera opción (**45%**), que eligieron los participantes cuando se les consultó como habían conocido el Cerro.

En segundo lugar, el **28%** de los participantes indicaron que ya lo conocían y decidieron volver.

En tercer lugar, con el **19%**, se destacó la presencia de las redes sociales. Específicamente **“Instagram”** abarcó el **15%** de dicha participación.



El medio de transporte más elegido para el acceso al Cerro fue el **“transporte regular/combis”**, con el **32%**. En segundo lugar, se encontró el **“vehículo alquilado”**, con el **29%**.

## VALORACIÓN

El nivel de satisfacción de los participantes respecto a su experiencia en Cerro Castor fue sobresaliente: **1 de cada 5 personas** indicaron estar **totalmente a gusto** (5 puntos).







IN.FUE.TUR.  
Instituto Fueguino de Turismo  
Gobierno de la Provincia de Tierra del Fuego,  
Antártida e Islas del Atlántico Sur

