

Título El viajero argentino

Tipo de Producto Divulgación

Autores El mensajero

Código del Proyecto y Título del Proyecto

A13S34 - Decisión, compra y consumo de viajes del turista residente argentino

Responsable del Proyecto

Cordoba, Mario

Línea

Turismo

Área Temática

Hospitalidad

Fecha

Junio 2014

INSOD

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas
Proyectuales

UADE 

El viajero argentino

El mensajero, 30/06/2014

<http://www.mensajeroweb.com.ar/index.php/2014/06/30/el-viajero-argentino/>

Desde el Instituto de Ciencias Sociales de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) se desarrolló un estudio sobre el perfil del turista residente argentino y su proceso completo de compra y consumo turístico.

El trabajo, llevado a cabo por un equipo de docentes investigadores y alumnos de la Licenciatura en Turismo y Hotelería de UADE, indagó acerca de las formas en que se busca información de los destinos y las prácticas para organizar el viaje. A su vez, una de las premisas del trabajo fue conocer el consumo del turista, sus formas de pago y los factores motivacionales que llevan a elegir un destino por sobre otros.

Cabe destacar, que el trabajo de campo se llevó a cabo en el marco de la Feria Internacional de Turismo de América Latina 2013, sobre una muestra no probabilística de 1054 casos validados.

Principios a tener en cuenta

Respecto al perfil del turista argentino, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires son los principales centros emisores del país, representando un 87% sobre el total de los encuestados.

En tanto, y cuando se indagó respecto dónde los turistas han pasado sus últimas vacaciones, el común denominador fue que la mayoría tildó a la Patagonia como referente nacional, dados sus paisajes, y la representatividad que tiene la misma para los turistas extranjeros, que anhelan desde siempre adentrarse en las montañas y lagos del sur argentino. En este sentido, y al consultar sobre los próximos períodos de ocio, el grupo más representativo (30%) señaló que irá a esa región, seguido de Buenos Aires con un 20%.

En contraposición, el destino al que más concurrieron los mismos turistas argentinos en sus últimas vacaciones dentro del país ha sido Buenos Aires con un 33%, frente al 15%, que ha ido a la región patagónica. El podio lo completó el Litoral con el 16%; al tiempo, que el Norte (14%), Cuyo (12%) y Córdoba (10%) completaron la nómina.

Por otra parte, y al momento de analizar la composición del grupo de viaje, la mayor parte de los viajeros argentinos se movilizó acompañada por al menos una persona.

Ya en otro contexto, quienes han viajado al exterior lo hizo en su mayoría por un período que oscila entre los 8 y 15 días.

De este último resultado, se infirió que existe un público potencial que puede ser motivado a viajar por el país si se trabajase más sobre la percepción, imagen y posicionamiento de los destinos argentinos, que están bien posicionados a nivel mundial, así como regional.

Bonus track

El estudio realizado por la UADE, también demostró que la mayoría de los consultados, el 78%, gastó por día y persona \$200 o menos. Asimismo, el 8% registró gastos por encima de los \$400, y un 13% entre \$201 y \$399.

Del informe, también se dedujo que el 39% utilizó tarjetas de crédito para afrontar el total de sus compras, y apenas el 6% pago la totalidad de los gastos diarios en efectivo.

Por parte, el trabajo realizado en la FIT demostró que la mayoría de los presentes (30%) asistieron a la Feria para interiorizarse sobre las actividades que los destinos proponen; seguido por la búsqueda de alojamiento, mapas y gastronomía.

Argentina online

En complemento con el estudio de la Universidad Argentina de la Empresa, los sitios web a lo largo de internet demuestran sobre los destinos argentinos, tanto por opiniones como por descripciones, que tienen a Argentina entre uno de los lugares predilectos por los turistas, tanto nacionales como internacionales.

Esto se debe también a la mediatización masiva que sufrió el mundo en general durante la última década, que abrió puertas a destinos que eran impensados en el siglo pasado, y que también logró poner en cartelera distintas formas de recorrer el territorio nacional, que está plagado de propuestas interesantes.

Así también lo expresa el trabajo de la Universidad Argentina de la Empresa, que concluyó en que el 72% de los turistas armaron su viaje a través de internet, buscando los destinos por su cuenta, así como medios de transporte, atracciones y cualquier tipo de actividad disponible para realizar en la ciudad que eligiesen.

Contrariamente, las agencias de viajes quedaron en segundo puesto con un 18% en la percepción de turistas que, en lugar de tomarse horas para armar el trayecto a donde querían ir, eligieron a los profesionales del turismo, que entregan el paquete completo, con las como