Resumen Ejecutivo mes de mayo 2014

El estudio presentado refiere a las encuestas realizadas a visitantes y residentes en los puestos de información turística localizados en la Peatonal Drago y en la Terminal de Ómnibus San Francisco de Asís durante el mes de mayo.

La metodología del muestreo fue al azar totalizando 167 encuestas de las cuáles 40 se efectuaron a visitantes representando el (23.95%) del total de la muestra.

Este trabajo tiene como objetivo conocer el perfil del visitante que se acerca a los puestos de información turística durante el mes de mayo.

De las 40 encuestas se desprenden que el (90%) de los visitantes encuestados son argentinos mientras que el (10 %) provienen de otros países (Canadá, Chile, Suiza y Ucrania).

En relación a la provincia de residencia el (55%) provienen de la Provincia de Buenos Aires siendo el (35%) procedentes de Ciudad Autónoma de Buenos Aires; seguido de Mendoza y Neuquén (7.50%); Chubut, Río Negro, Santa Cruz (5%); La Pampa y La Rioja (2.50%); mientras que el 10 % corresponde a extranjeros.

El grupo está compuesto en su mayoría por una persona (50 %); pareja (27,50 %); amigos y sin parentesco (5%), pareja con hijos (2.50%). En relación a las ocupaciones se desprende que el 55.56% son empleados, profesionales independientes (11.11%), autónomos (8,89%), jubilados y otros (6.67%), estudiantes mayores y menores de 18 años (4.44% respectivamente).

Entre las causas que motivaron el desplazamiento se destaca negocios (23.26%), vacaciones y escala (13.95%), trámites y compras (11.63%), visita a familiares y amigos (9.30%), Congresos (6.98%), búsqueda de empleo y otros (4.65%).

En relación a la variable referida a la próxima región turística de destino final del viaje, los datos arrojados indican que el (32.50%) tienen como destino final del viaje a Capital Federal, seguida por Región Buenos Aires (30%), Región Turística Patagonia (27.50%), y Cuyo (10%).

Asimismo, los datos procesados que refieren a la modalidad de alojamiento muestran que el **(**50%) optó por Hotel; (25%) no planea alojarse; mientras que el (15%) optó por la modalidad casa; en Hostel lo hizo el (5%), mientras que en apart hotel y departamento lo hizo el (2.50% respectivamente). La estadía promedio durante el mes de mayo es de 2.72 días en la ciudad.

En cuanto al medio de transporte utilizado para arribar a Bahía Blanca, se destaca que el (45.00%) utilizó automóvil; el (40%) lo hizo en ómnibus; en avión (10%); y en tren el (5%).

En relación a la estimación del gasto que realizará en la ciudad durante su estadía; mas de $1500 representa el (55%), y entre menos de $500 y entre $500 y $1500 (22.50% respectivamente).

Una de las variables mensuradas refleja el medio de información sobre el destino, arrojando los siguientes datos: el (40 %) utilizó internet, por referencia de familiares y amigos lo hizo el (24.44%), no tenía información y otros el (17.78%).

Entre la información solicitada en los centros de información turística se destaca en primer término el plano de la ciudad con el (33.03%); información general e información sobre actividades (15.60%) respectivamente, información sobre atractivos el (13.76%), información sobre alojamiento (7.34%), información sobre transporte urbano (4.59%), información sobre la región y gastronomía (3.67%), información sobre transporte a la región (1.83%), información sobre otras localidades (0.92%).

Tabulación y gráfico de datos

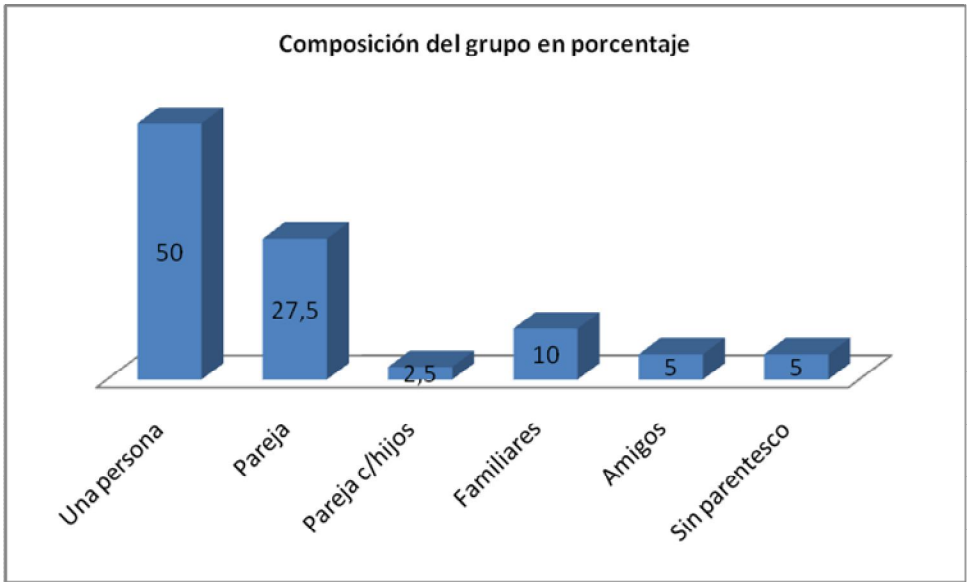
Variable 1: Estadía promedio

Nº de casos:	40
Suma:	109,0000
Máximo:	12,0000
Mínimo:	0,0000
Rango:	12,0000
Media aritmética:	**2,7250**
Mediana:	2,0000
Moda:	2,0000
Varianza:	6,5494
Desviación estándar:	2,5592

Variable 2: Composición del grupo

Significado	Total%
Una persona	50,00
Pareja	27,50
Pareja con hijos	2,50
Familiares	10,00

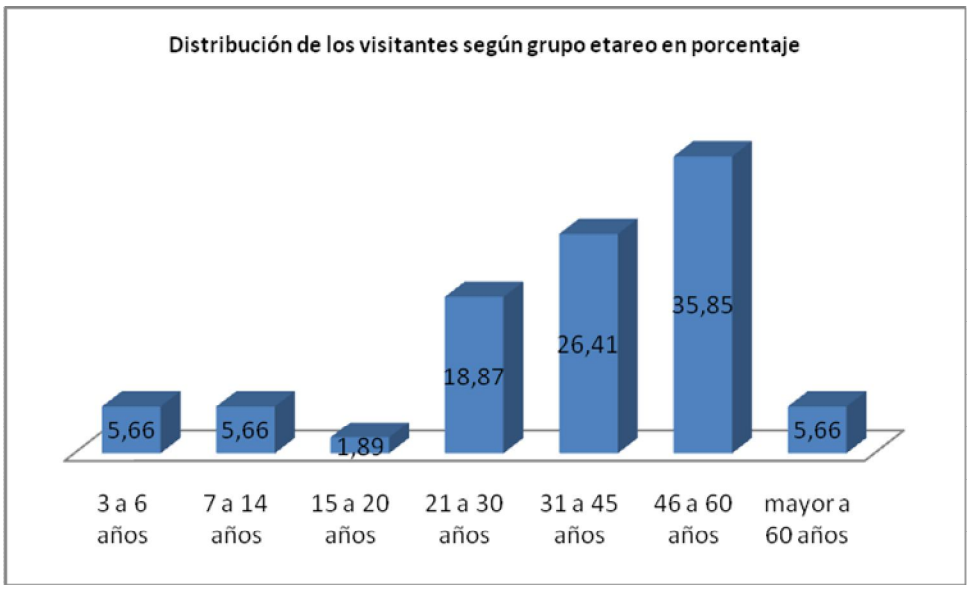
Amigos	5,00
Sin parentesco	5,00
Total Muestra	40



Variable 3: Edades

Significado	Total%
3 a 6 años	5,66
7 a 14 años	5,66
15 a 20 años	1,89
21 a 30 años	18,87
31 a 45 años	26,41
46 a 60 años	35,85

> 60 años	5,66
----------	------- -------
Total Muestra	40



Variable 4: Ocupaciones

Significado	Total%
-------- ------ - ----- ---------- ---------- ----------	
Estudiantes <18	4,44
Estudiantes >18	4,44
Empleados	55,56

Profesionales Independientes	11,11
Autónomos	8,89
Jubilados	6,67
Desocupados	2,22
Otros	6,67

---------- -------

Total Muestra 40

Variable 5: Residencia habitual

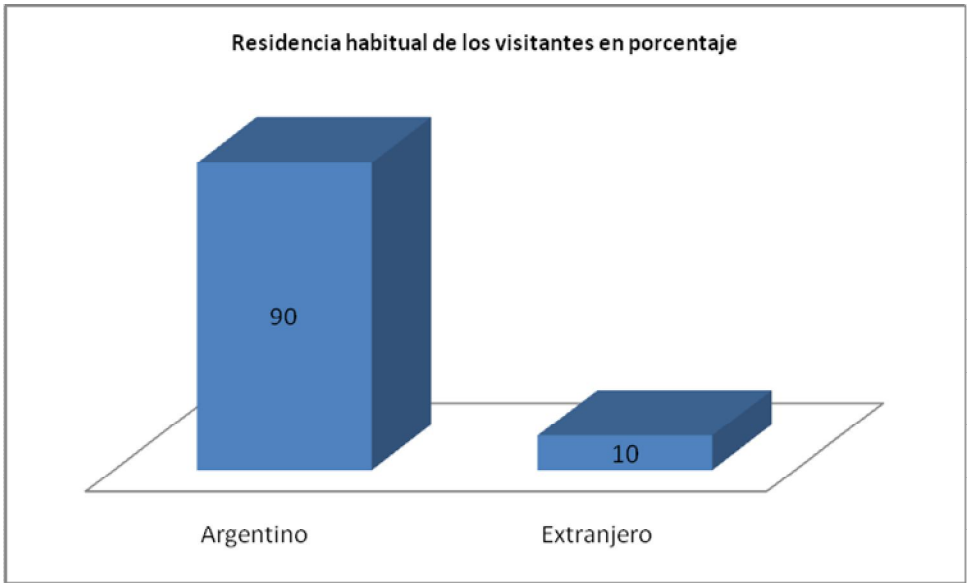
Significado	%

----- ---------- ---------- -------

Argentino	90,00
Extranjero	10,00

---------- -------

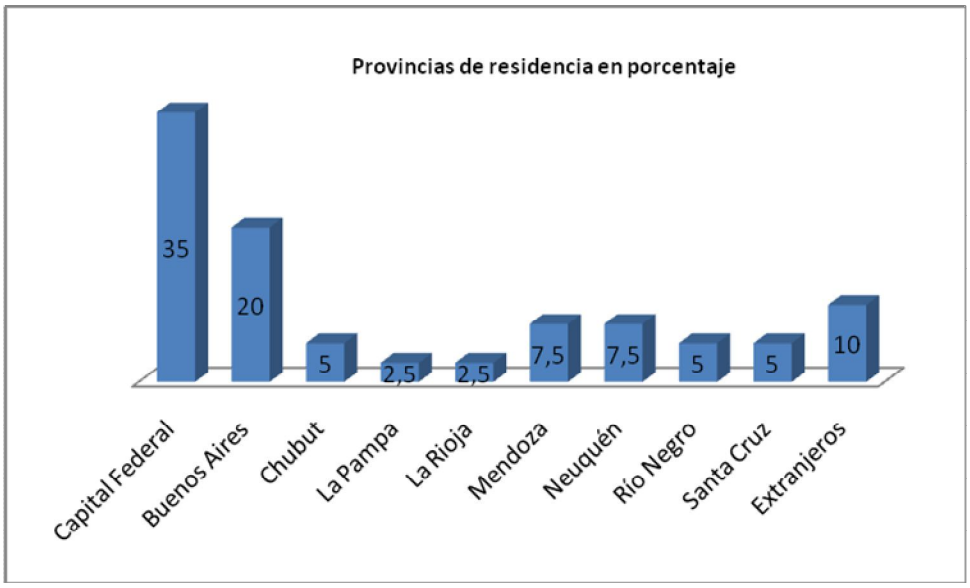
Total frecuencias 40 100,00



Variable 6: Provincia de residencia habitual

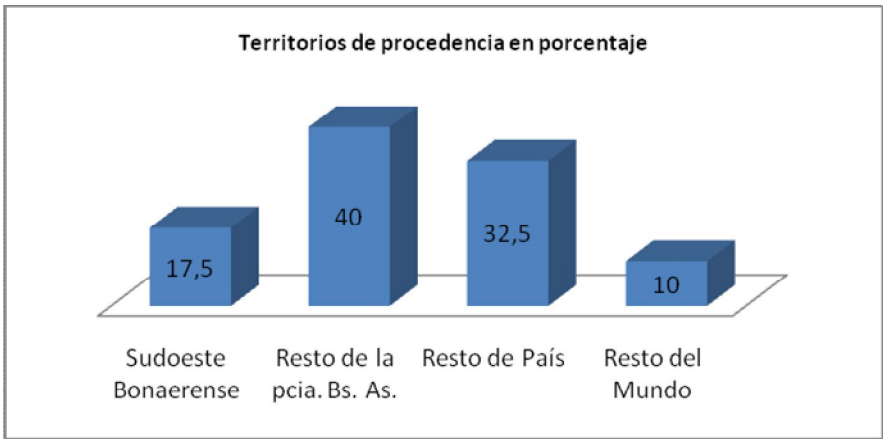
Significado	%
Capital Federal	35,00
Buenos Aires	20,00
Chubut	5,00
La Pampa	2,50
La Rioja	2,50
Mendoza	7,50
Neuquén	7,50
Río Negro	5,00
Santa Cruz	5,00
Extranjeros	10,00

Total frecuencias 40 100,00



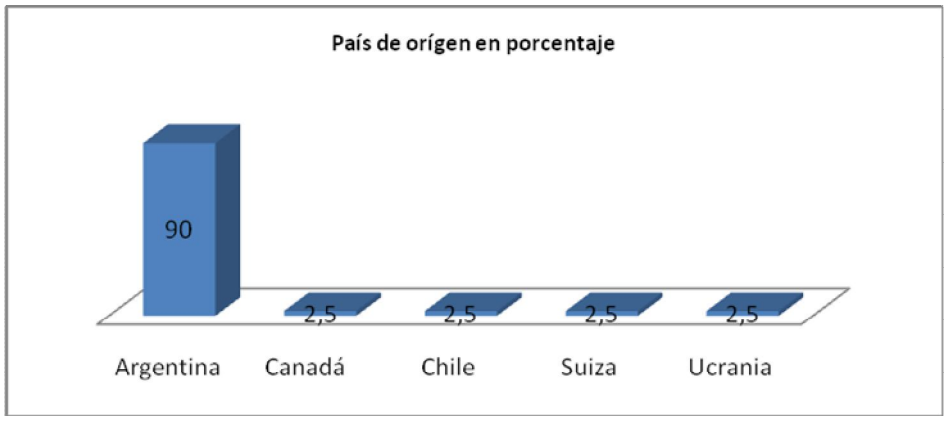
Variable 7: Territorios de procedencia

Significado	%
Sudoeste Bonaerense	17,50
Resto de la Provincia de Buenos Aires	40,00
Resto del país	32,50
Resto del mundo	10,00
Total frecuencias	40 100,00



Variable 8: País de Origen

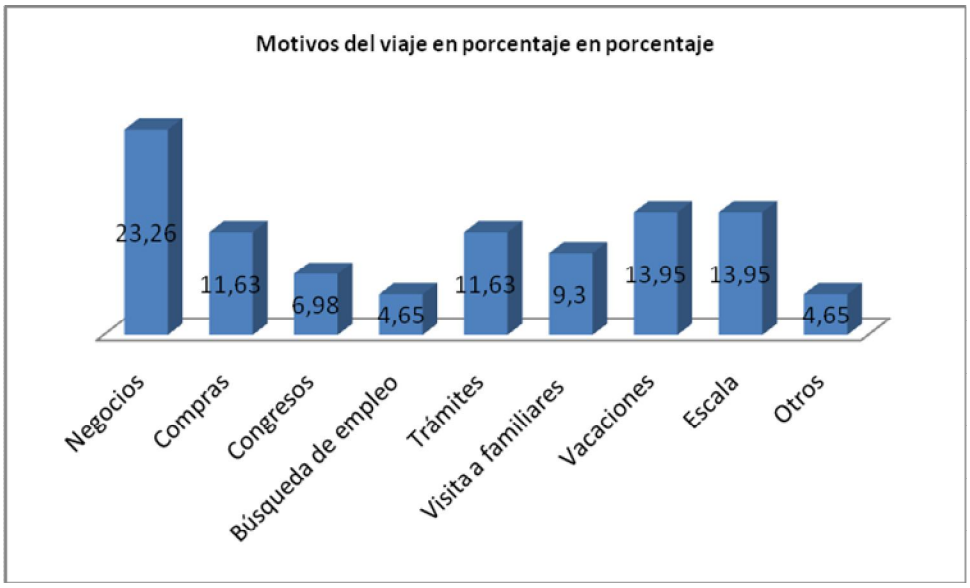
Significado		%
Argentina		90,00
Canadá		2,50
Chile		2,50
Suiza		2,50
Ucrania		2,50
Total frecuencias	40	100,00



Variable 9: Motivos del viaje

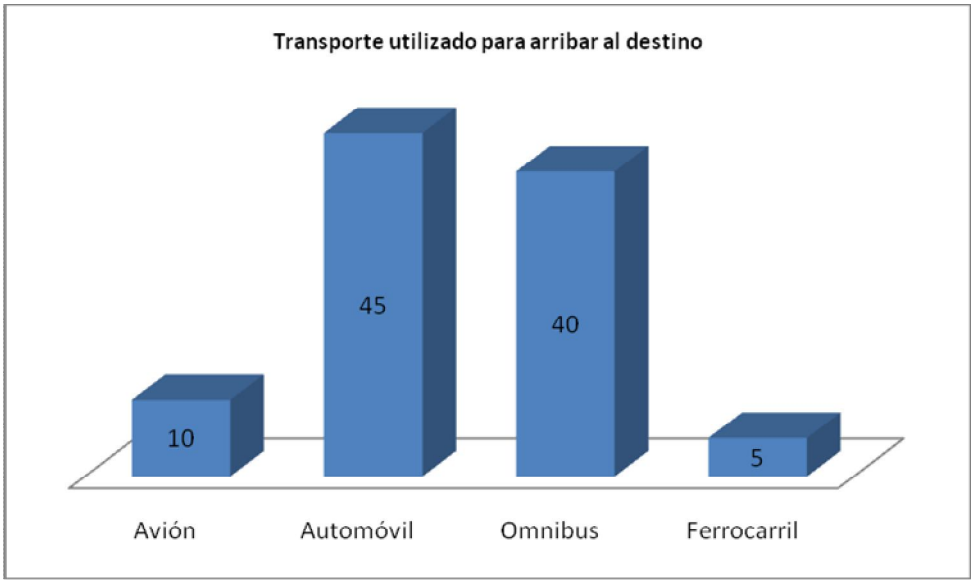
Significado	Total %
Negocios	23,26
Compras	11,63
Congresos	6,98
Búsqueda de empleo	4,65
Trámites	11,63
Visita a familiares y amigos	9,30
Vacaciones	13,95
Escala	13,95
Otros	4,65

Total Muestra 40



Variable 10: Transporte utilizado para arribar al destino

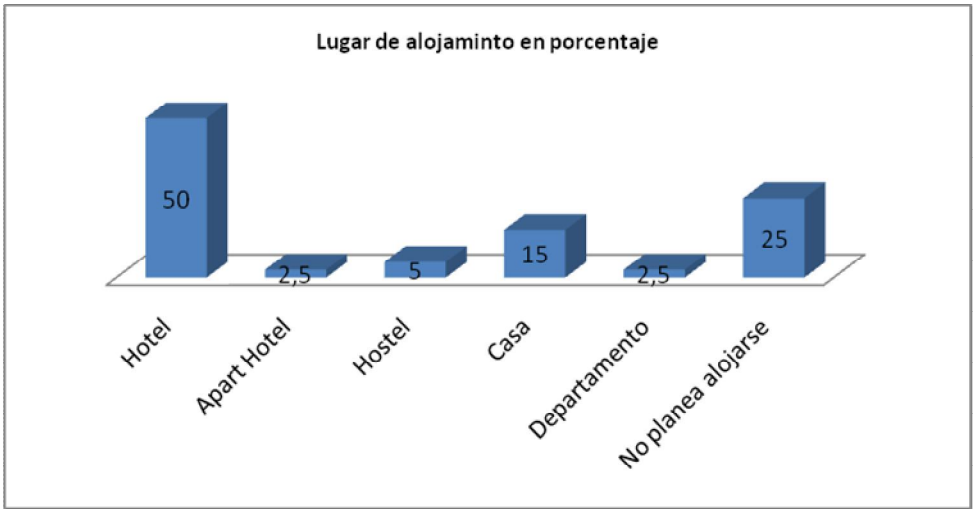
Significado	Total %
Avión	10,00
Automóvil	45,00
Ómnibus	40,00
Ferrocarril	5,00
Total Muestra	40



Variable 11: Lugar de alojamiento

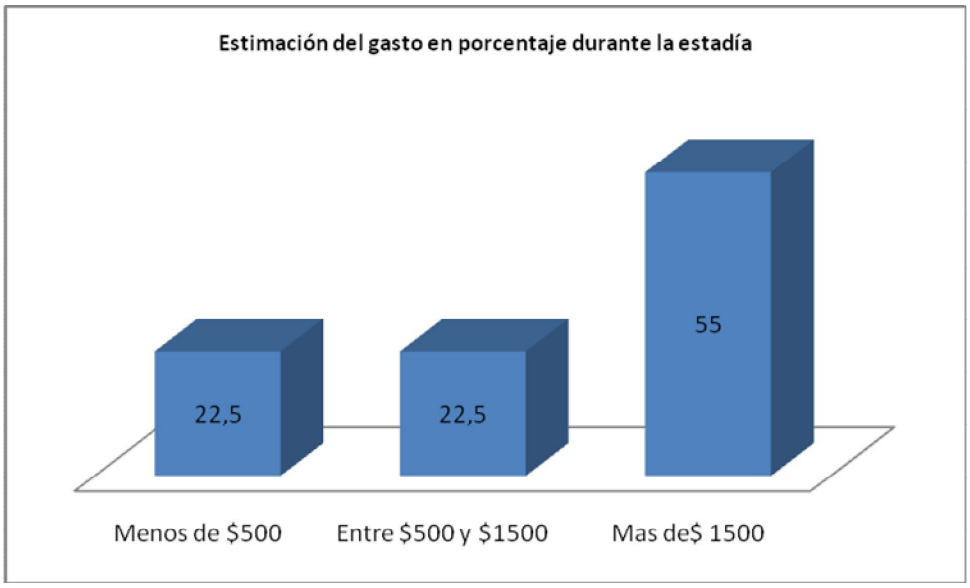
Significado	Total%
Hotel	50,00
Apart Hotel	2,50
Hostel	5,00
Casa	15,00
Departamento	2,50
No planea alojarse	25,00

Total Muestra 40



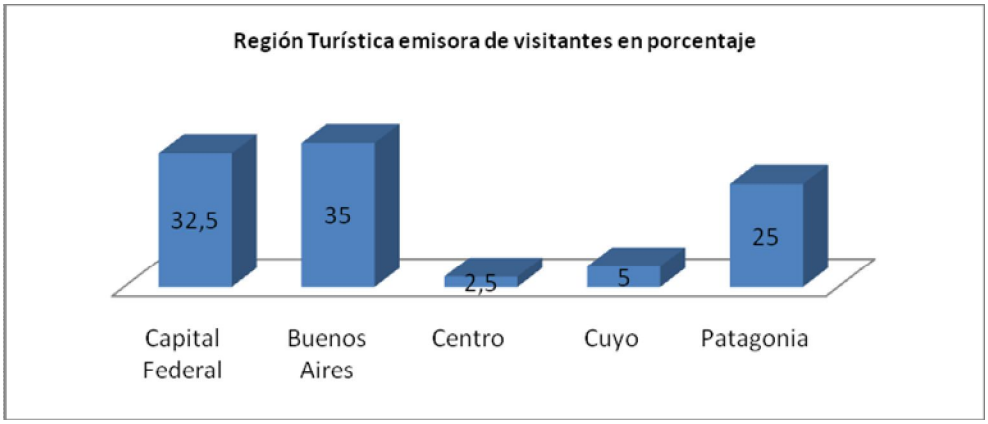
Variable 12: Estimación del gasto durante la estadía

Significado	%
Menos de $500	22,50
Entre $500 y $1500	22,50
Más de $1500	55,00
Total frecuencias 40	100,00



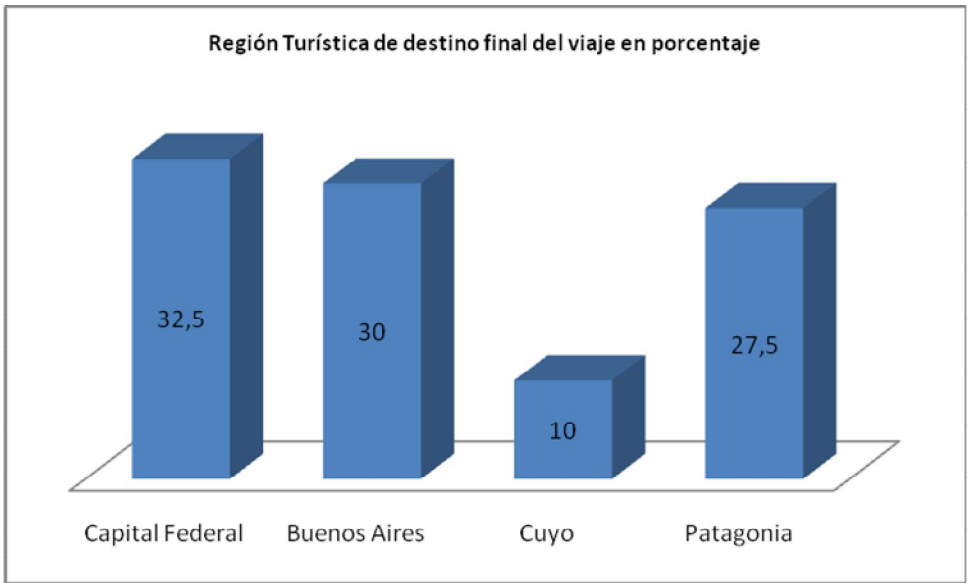
Variable 13: Región turística emisora

Significado	%
Capital Federal	32,50
Buenos Aires	35,00
Centro	2,50
Cuyo	5,00
Patagonia	25,00
Total frecuencias	40 100,00



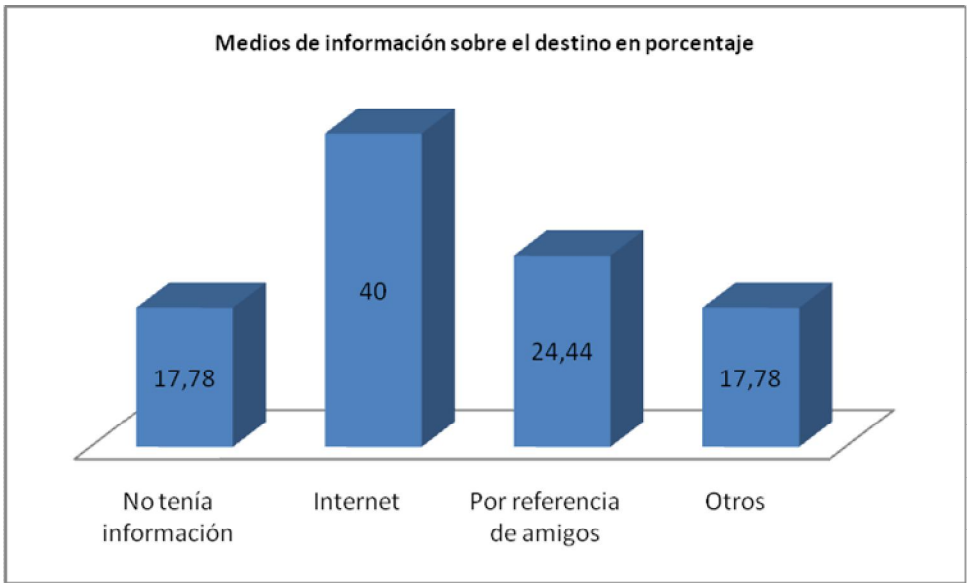
Variable 14: Región turística de destino final del viaje

Significado		%
Capital Federal		32,50
Buenos Aires		30,00
Cuyo		10,00
Patagonia		27,50
Total frecuencias	40	100,00

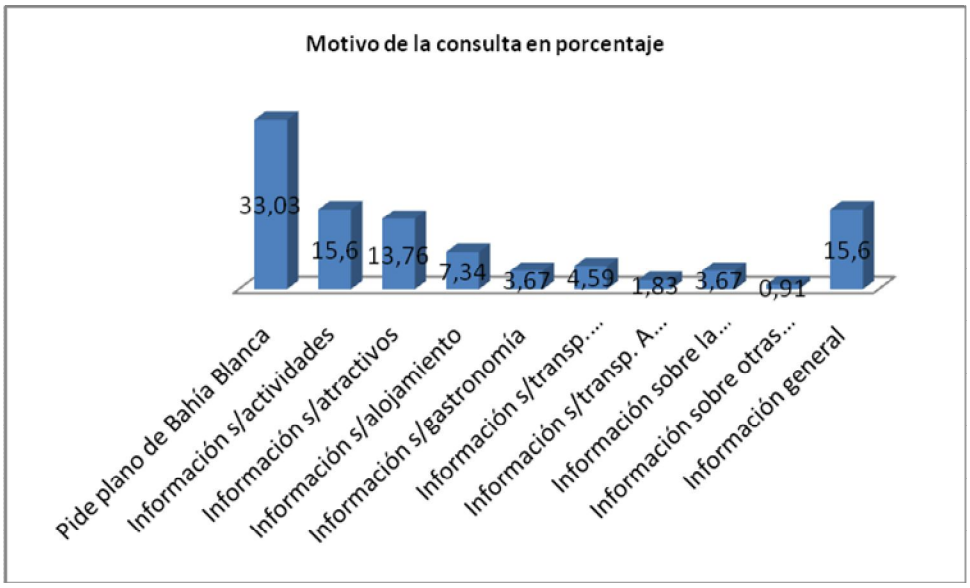


Variable 15: Medios de información sobre el destino

Significado	Total%
No tenía información	17,78
Internet	40,00
Por referencia de amigos	24,44
Otros	17,78
Total Muestra	40



Variable 16: Motivo de la consulta al puesto

Significado	Total %
Pide plano de Bahía Blanca	33,03
Información sobre actividades	15,60
Información sobre atractivos	13,76
Información sobre alojamientos	7,34
Información sobre gastronomía	3,67
Información sobre transporte urbano	4,59
Información sobre transporte a la región	1,83
Información sobre la región	3,67
Información sobre otras localidades	0,92
Información general	15,60

Total Muestra 40