

Resumen Ejecutivo: Impacto económico recital de Arjona

El estudio presentado refiere a las encuestas efectuadas en el recital de Arjona el pasado 1 de mayo de 2012 en instalaciones del Club Olimpo. Las mismas fueron efectuadas por alumnos de la carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional del Sur, siendo los datos cargados y procesados por personal de la Jefatura de Turismo.

La metodología del muestreo fue al azar efectuando un total de 106 encuestas, de las cuales 56 se efectuaron a visitantes.

Objetivo: conocer el perfil de los visitantes que se acercan a la ciudad motivados por disfrutar de un espectáculo programado.

De las 56 encuestas se desprende que el 76% de los encuestados proceden de la Provincia de Buenos Aires, seguidos por el 12% procedente de la Provincia de Río Negro, 8% de La Pampa, y el 4% de la Provincia de Chubut. De los residentes de la Provincia de Buenos Aires se destaca la afluencia de visitantes Tres Arroyos, Pigué, Médanos, Punta Alta, Río Colorado, Coronel Suárez, Saliqueló, Trenque Lauquen, Sierra de la Ventana entre otros; en tanto de los residentes de la Provincia de Río Negro se destacan los visitantes procedentes de la localidad de Viedma, en tanto en menor porcentaje se destacan los residentes de la Provincia de Chubut oriundos de la localidad de Puerto Madryn.

En cuanto a la modalidad de contratación del viaje, los datos aportados por las encuestas demuestran que un 82,14% lo hizo en forma directa, un 8,93% a través de la compra de paquete armado por agencias de viajes, el 7,14 por cuenta de terceros, mientras que un 7,19 lo hizo a través de paquetes armados por organizador.

En relación a la modalidad de alojamiento se visualiza que el 71,43% no contrató este servicio, el 21,43 se alojó en casa de familiares y amigos, mientras que solo el 5,36% se alojó en hoteles de 1 a 3 estrellas, y el 1,78% en hoteles de 4 estrellas, siendo el promedio de pernocte para aquellos que optaron por esta opción de 1 día.

El gasto promedio de los visitantes es de 700\$.- por persona, destinados a absorber los costos de alimentos y compras en la ciudad. Entre las actividades que efectuaron se destaca la visita al shopping, concurrencias a cine, teatro, entre otras.

Asimismo se evaluó la calidad en los servicios de gastronomía, transporte, alojamiento y lugar del evento, siendo los datos aportados en el rubro gastronómico de buena el 32,14%, muy buena el 21,43%, excelente el 3,27%, en tanto el 42,86% no sabe no contesta. En relación al servicio de transporte 10,70% lo destacó como regular, malo el 8,93%, 1,79% muy malo, bueno el 14,29%, y muy bueno el 1,79%, mientras que el 62,50% prefirió no responder esta pregunta. A los efectos de solicitar la evaluación en materia de alojamiento, las personas que optaron por esta modalidad evaluaron el servicio como buen y muy bueno. En este contexto, y con la misma metodología se evaluó el lugar del espectáculo siendo las opciones más repetidas bueno y muy bueno.

A los efectos de evaluar cómo se informó sobre el recital se destaca internet con el 39,29%, seguido de tv/radio con el 37,50%. Asimismo se consultó sobre la frecuencia en que visita la ciudad siendo las respuestas más repetidas varias veces al año en primer lugar con el 42,86% y esporádicamente con el 41,07%. En este sentido el 98,3% destacó que volvería a la ciudad, mientras que sólo un 1,7% no lo haría. Entre aquellos que consignaron una respuesta positiva la motivación para regresar es en un 26,79% motivos de ocio, visita a familiares y amigos el 19,64%, negocios el 5,36% siendo otros motivos el 48,21 de las respuestas.

Análisis observatorio económico espectáculos programados en la ciudad

Lugar: Club Olimpo

Día: 1 de Mayo 2012

Muestreo 56 encuestas

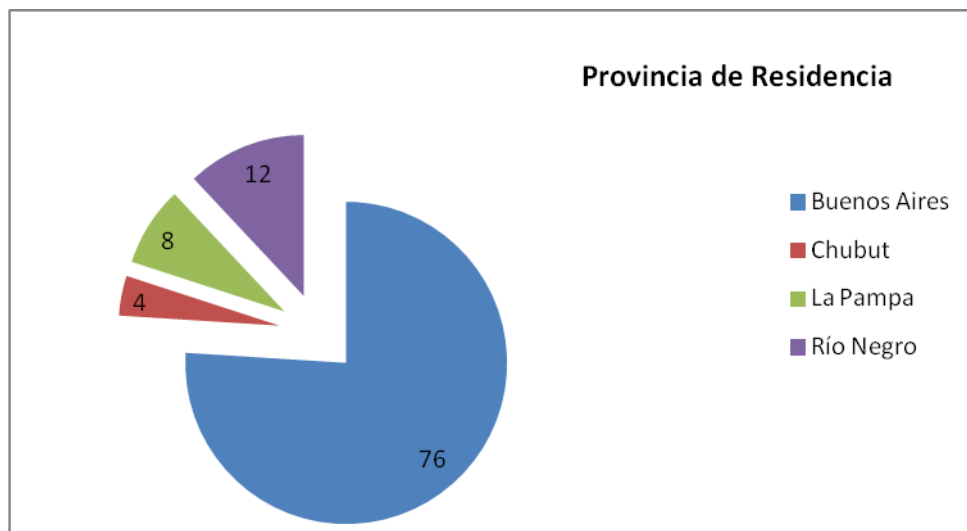
Metodología al azar

VariableCuál es su lugar de residencia habitual?

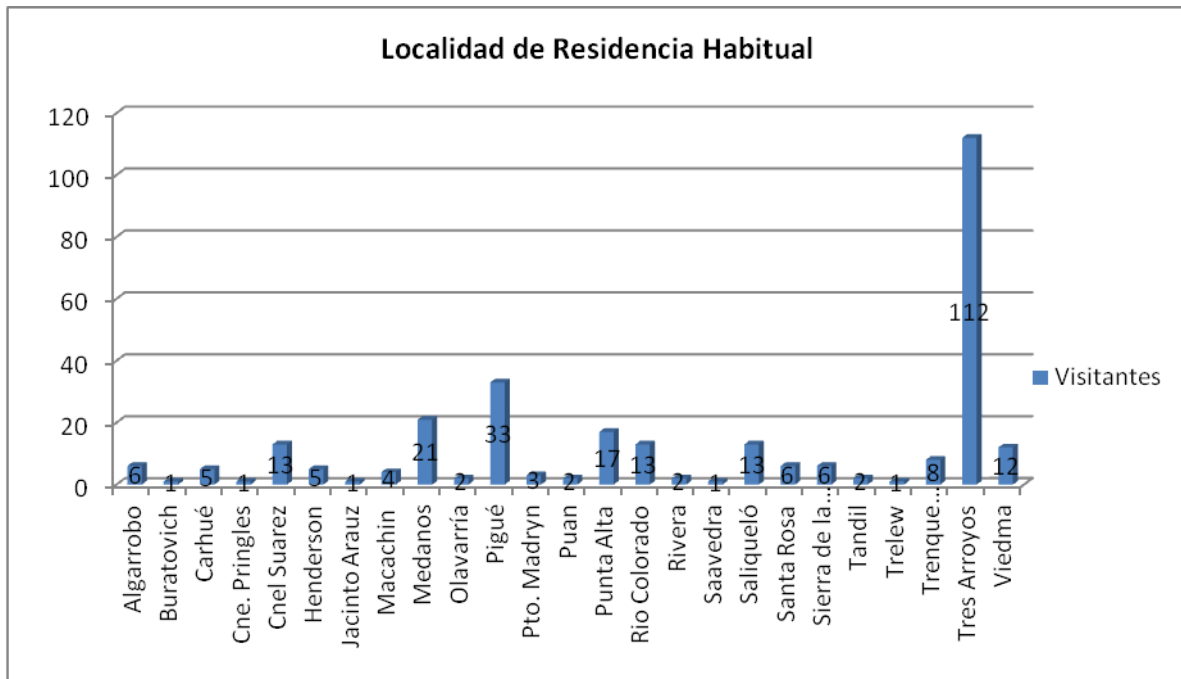
Valor Significado	Frecuencia	%
1 Argentino	56	100,00

Variable En que provincia reside?

Valor Significado	Frecuencia	%
Pcia de Bs As	32	76,00
Chubut	2	4,00
La pampa	4	8,00
Rio negro	7	12,00



Localidad de Residencia Habitual



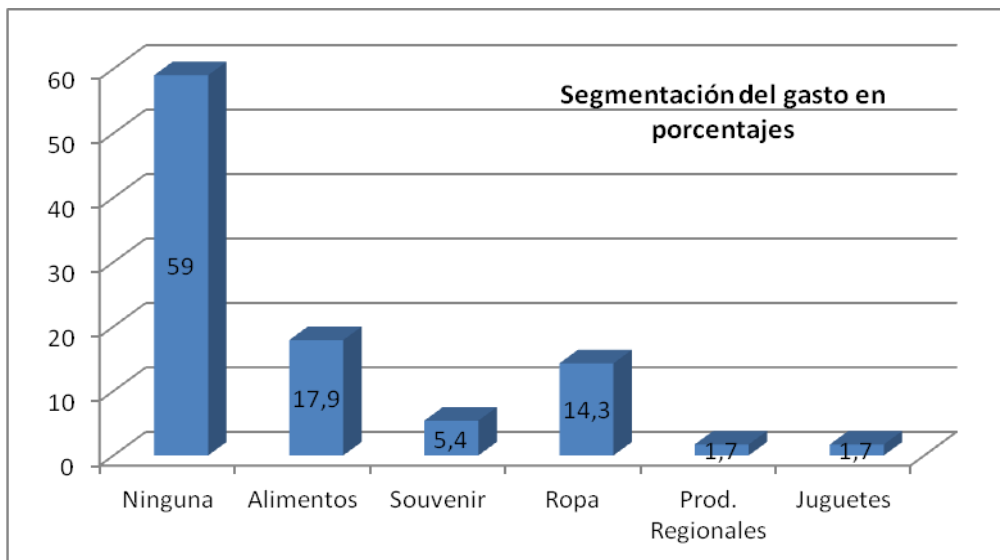
Cuántas noches se quedará en la ciudad?

Nº de casos:	56
Suma:	27,0000
Máximo:	7,0000
Mínimo:	0,0000
Rango:	7,0000
Media aritmética:	0,4821
Mediana:	0,0000
Moda:	0,0000
Varianza:	1,2140
Desviación estándar:	1,1018

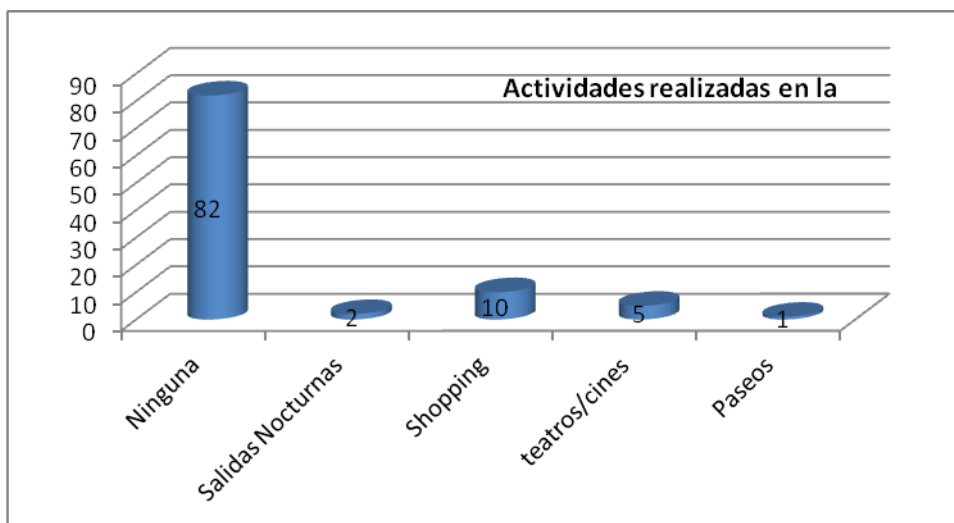
Gasto que realizo durante el viaje

Nº de casos:	56
Suma:	39.246,0000
Máximo:	2.030,0000
Mínimo:	200,0000
Rango:	1.830,0000
Media aritmética:	700,8214
Mediana:	500,0000
Moda:	500,0000
Varianza:	175.963,5395
Desviación estándar:	419,4801

Segmentación del Gasto

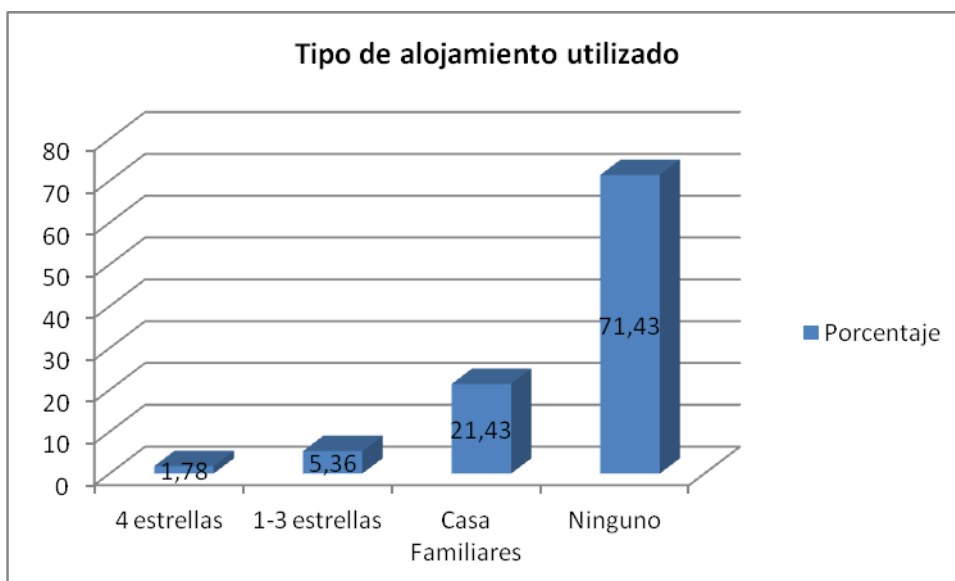


Actividades realizadas durante en la ciudad



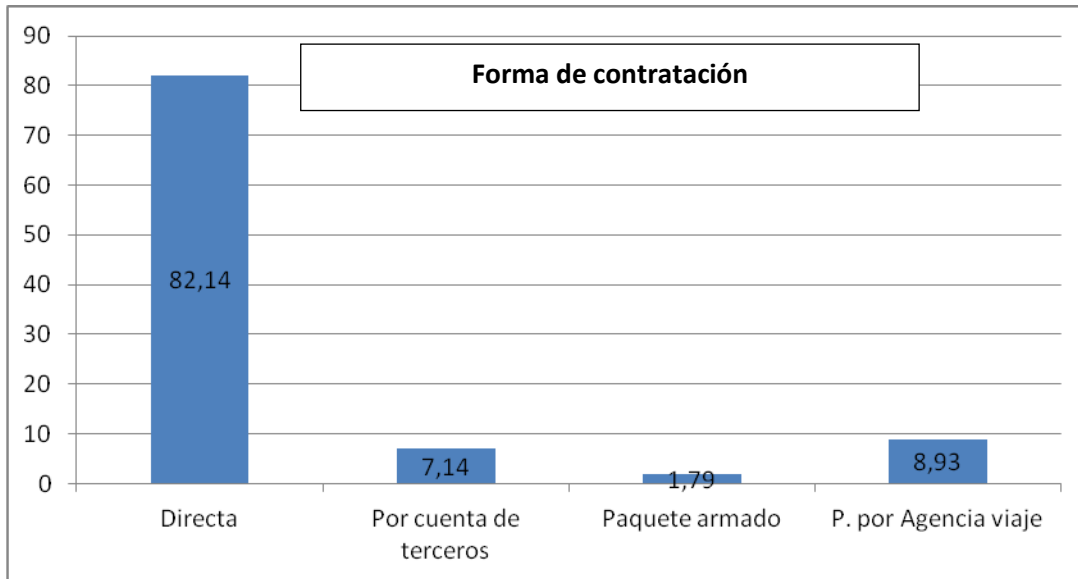
Tipo de alojamiento utilizado por parte de los visitantes que se alojaron en la ciudad

Valor Significado	Frecuencia	%
2 hotel 4 estrellas	1	1,78
3 hotel 1-3 estrellas	3	5,36
5 casa de familia o amigos	12	21,43
7 ninguno	40	71,43



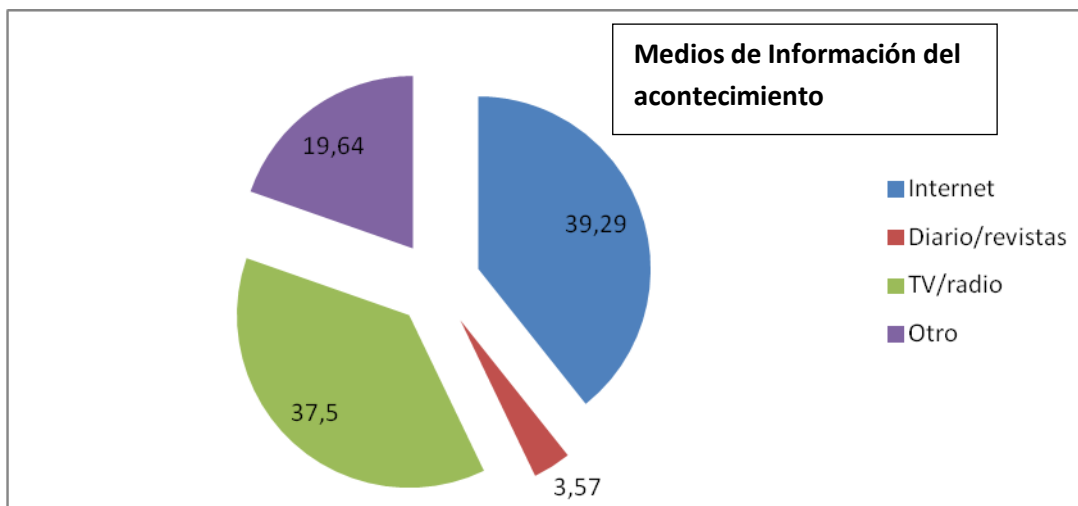
Forma de contratación del viaje

Valor Significado	Frecuencia	%
1 contratación directa	46	82,14
2 por cuenta de terceros	4	7,14
3 paquete armado por el organizado	1	1,79
4 paquete armado por agencia de viaje	5	8,93



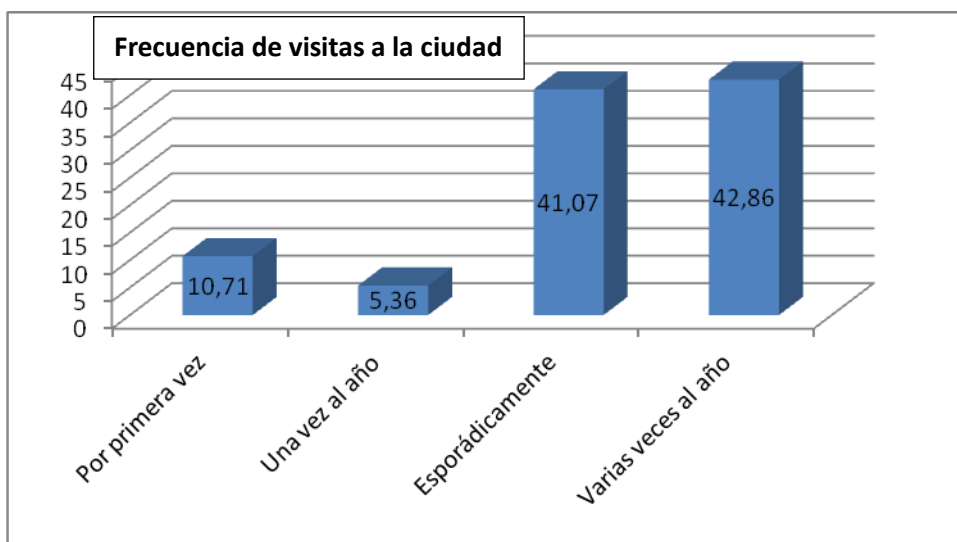
Medios de información del evento

Valor Significado	Frecuencia	%
1 internet	22	39,29
2 diario/revista	2	3,57
3 tv/radio	21	37,50
5 otro	11	19,64



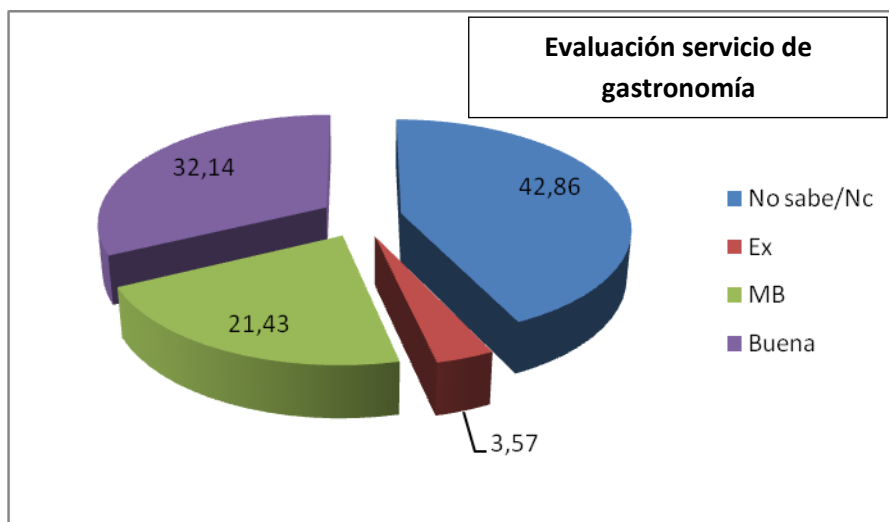
Frecuencia en que visita la ciudad

Valor Significado	Frecuencia	%
1 primera vez	6	10,71
2 una vez al año	3	5,36
3 esporádicamente	23	41,07
4 varias veces al año	24	42,86



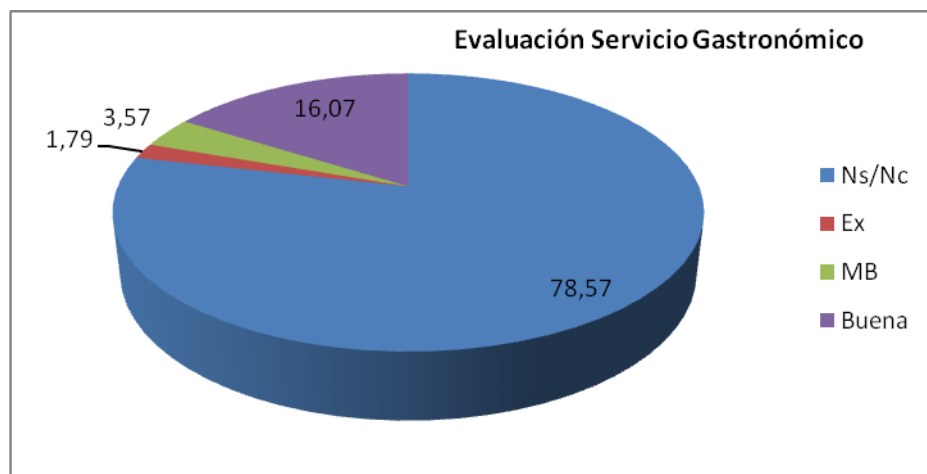
Cómo califica el servicio de gastronomía?

Valor Significado	Frecuencia	%
1 No sabe/ no contesta	24	42,86
2 Excelente	2	3,57
3 Muy Buena	12	21,43
4 Buena	18	32,14



Calificación del servicio de alojamiento

Valor Significado	Frecuencia	%
1 No sabe / no contesta	44	78,57
2 Excelente	1	1,79
3 Muy Buena	2	3,57
4 Buena	9	16,07

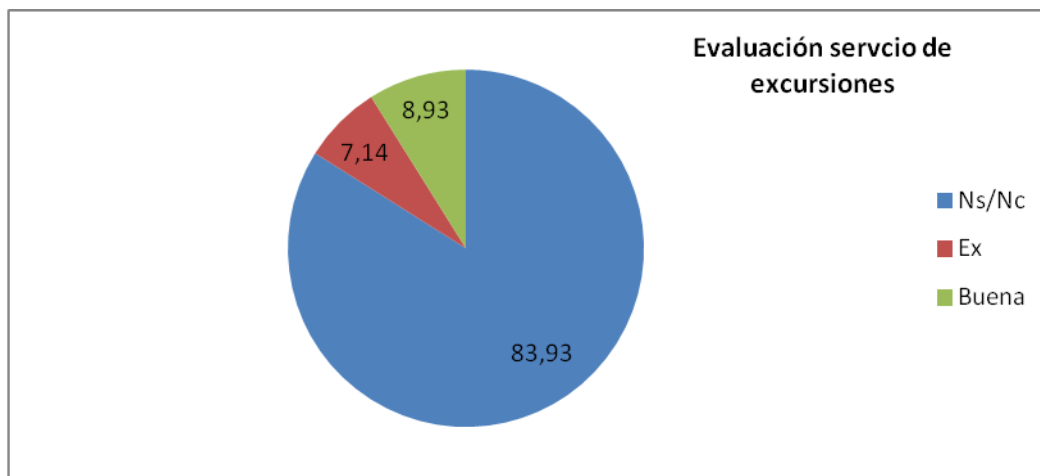


Calificación del servicio de transporte

Valor Significado	Frecuencia	%
1 No sabe / no contesta	35	62,50
3 Muy Bueno	1	1,79
4 Bueno	8	14,29
5 Regular	6	10,70
6 Malo	5	8,93
7 Muy malo	1	1,79

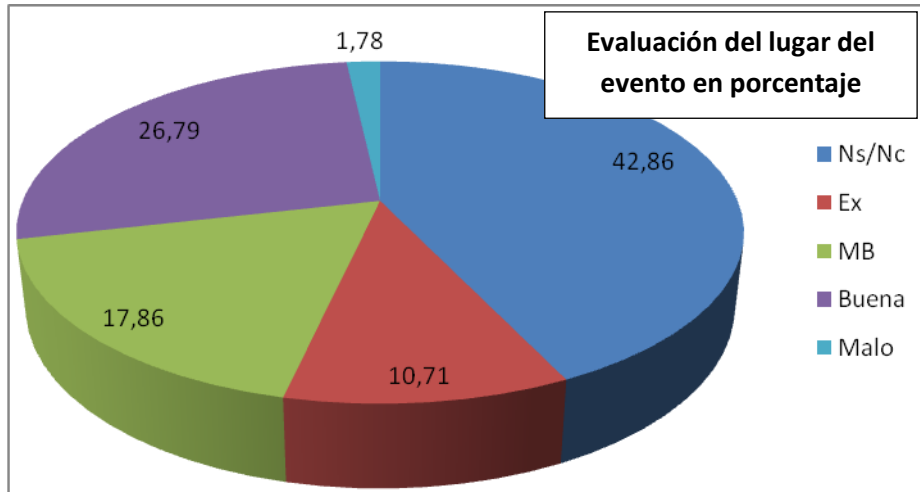
¿Cómo calificaría el servicio de excursiones?

Valor Significado	Frecuencia	%
1 No sabe / no contesta	47	83,93
2 Excelente	4	7,14
4 Buena	5	8,93



Calificación del lugar del evento

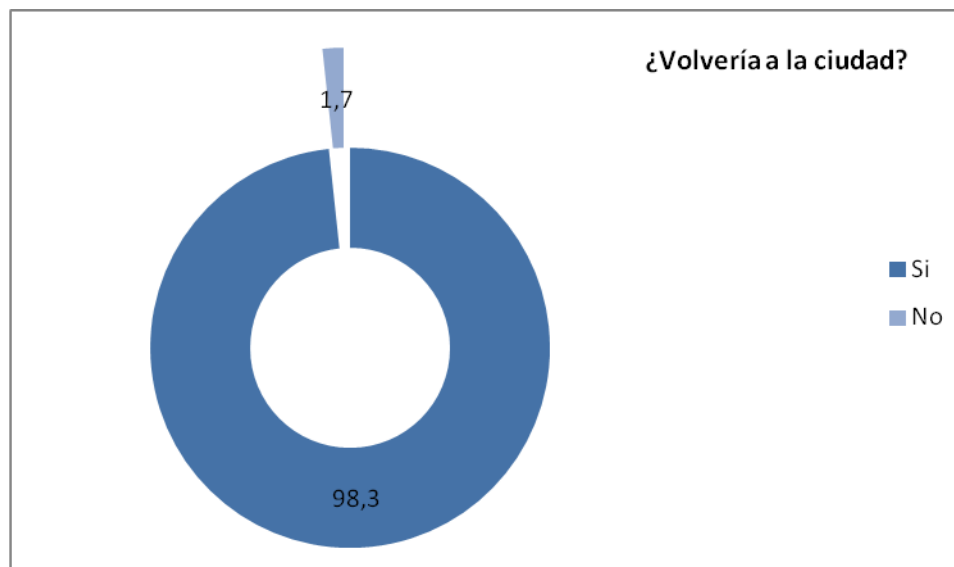
Valor Significado	Frecuencia	%
1 No sabe / no contesta	24	42,86
2 Excelente	6	10,71
3 Muy buena	10	17,86
4 Buena	15	26,79
6 Malo	1	1,79



¿Volvería a la ciudad?

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Si	55	98,3
2 No	1	1,7

Total frecuencias	56	100,00



Motivación de regreso a la ciudad

Valor Significado Frecuencia %

1	Negocios	3	5,36
3	Ocio	15	26,79
4	Visita a familiares y amigos	11	19,64
5	Otro	27	48,21

