

Resumen ejecutivo: Perfil del visitante en el recital de Carlos Baute año 2012

El estudio presentado refiere a las encuestas efectuadas en el recital de Carlos Baute el pasado 10 de junio de 2012 en instalaciones del Teatro Don Bosco. Las mismas fueron efectuadas por alumnos de la carrera de Licenciatura en el marco de la materia Práctica Profesional.

La metodología del muestro fue al azar efectuando un total de 22 encuestas. El objetivo del presente trabajo es conocer el perfil del visitante que se acerca a la ciudad motivado por el consumo de espectáculos.

De las 22 encuestas efectuadas se desprende que el 100% de los encuestados son procedentes de la provincia de Buenos Aires. En relación a la variable alojamiento, se desprende que el 63,64% no se alojó, mientras que otro ocupó el 18,17%, mientras que casa de familia represento el 13,64%, y alquiler de departamentos 4,55%.

En función a los medios de información sobre el espectáculo se destaca que el 36,36% utilizó internet, otros 36,36%, TV radio 18,18%, diarios 9,09%, y empresa 4,55%. Entre los artículos que compraron en el viaje se destacan ropa (54,55%) y otros (45,45%). Entre las actividades que realizaron durante su estancia podemos observar que el (54,55%) visitó los shoppings, otros (27,27%), teatro (18,16%), y espectáculos (4,55%).

En tal sentido, se evaluó la calidad en los servicios de gastronomía, transporte, alojamiento y el lugar del evento; siendo los datos aportados en el rubro gastronómico no contesta el (40,91%), muy bueno y bueno el (27,27%), y excelente el (4,55%). En relación al servicio de alojamiento podemos decir que el 95,45% no contesta, en tanto el (4,55%) respondió muy bueno. En tanto en el servicio de transporte el (45,44%) no contesta, el (18,18%) malo, el (13,64%) muy bueno, bueno el (9,09), regular, muy malo y excelente (4,55%). En tanto sobre el lugar del evento el (86,36%) no contesta, mientras el (13,64%) respondió muy bueno. La variable referida a la reiteración de la visita a la ciudad el 63,64% refiere que viene a Bahía Blanca varias veces al año, mientras que el (36,36%) lo hace esporádicamente.

Ante la pregunta si volverían a la ciudad, el (81,82%) respondió que sí, mientras el (18,18%) respondió que no. Entre los motivos se destacan ocio (81,82), salud (22,73%), otros (18,18), visita a familiares (4,55%). En relación a la distribución del gasto podemos decir que se distribuyó entre los ítems entradas, alimentación, transporte, compras, entretenimientos y otros.

Tabulación y gráfico de datos

Variable 1: Lugar de residencia habitual

Valor Significado	Frecuencia	%

1 Argentino	22	100,00

Total frecuencias	22	100,00

Variable 2: Provincia de residencia

Valor Significado	Frecuencia	%

2 Provincia Buenos Aires	22	100,00

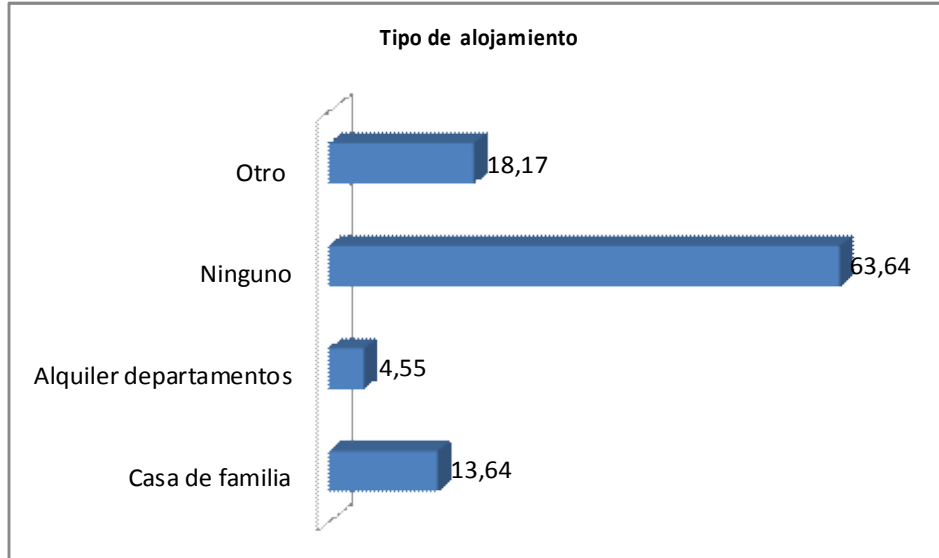
Total frecuencias	22	100,00

Variable 3: Tipo de alojamiento

Valor Significado	Frecuencia	%

5 Casa de familiares y/o amigos	3	13,64
6 Alquiler de departamentos	1	4,55
7 Ninguno	14	63,64
8 Otro	4	18,17

Total frecuencias	22	100,00



Variable 4: Forma de contratación del viaje

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Contratación directa de alojamiento y/o transporte	22	100,00
Total frecuencias		22 100,00

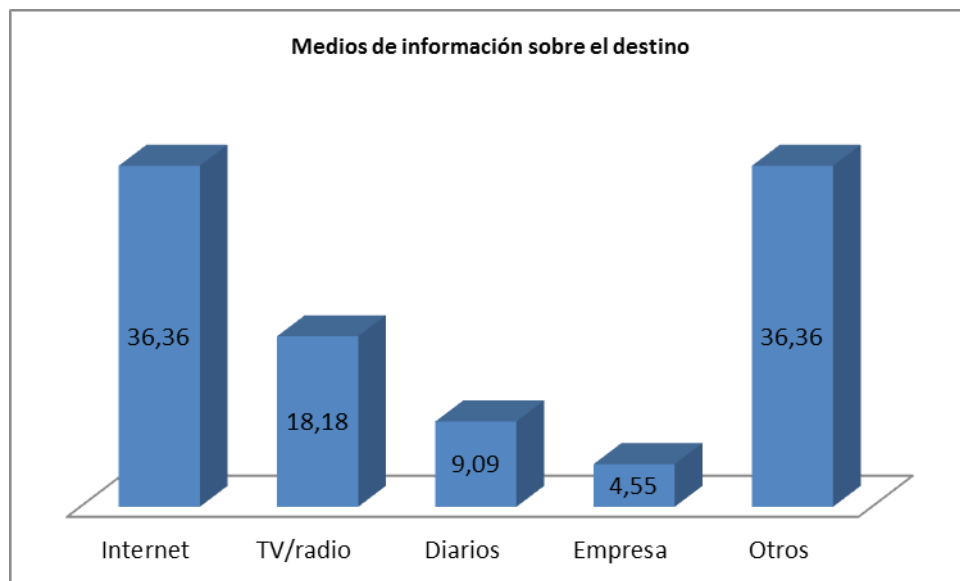
Variable 5: ¿A través de que medio se informó sobre el evento?

Valor Significado	Frecuencia	Total	Muestra
1 Internet	8	34,78	36,36
2 TV/Radio	4	17,39	18,18
3 Diarios /Revistas	2	8,70	9,09
4 Empresa	1	4,35	4,55

5 Otros	8	34,78	36,36
---------	---	-------	-------

Total frecuencias	23	100,00	104,55
-------------------	----	--------	--------

Total Muestra	22
---------------	----

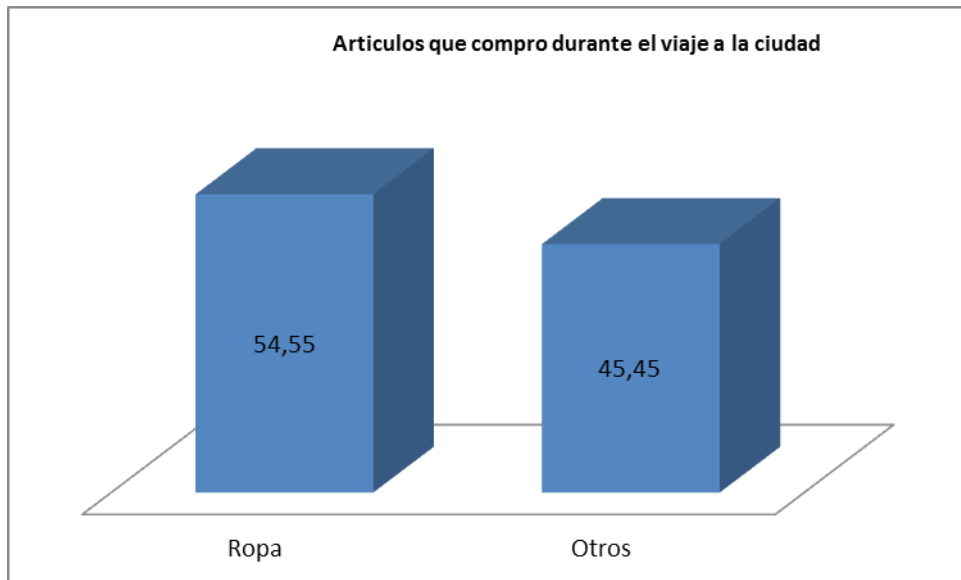


Variable 6:¿ Que artículos compro durante su viaje?

Valor Significado	Frecuencia	%
-------------------	------------	---

1 Ropa	12	54,55
9 Otros	20	45,45

Total frecuencias 22 100,00

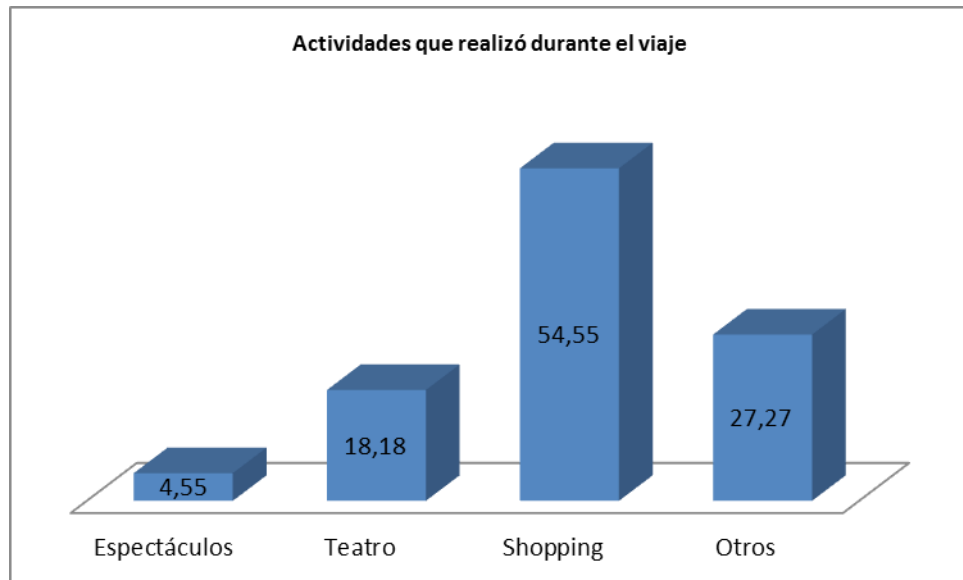


Variable 7: ¿Qué actividades realizó durante su viaje?

Valor Significado	Frecuencia	Total%	Muestra%

2 Espectáculos de tango/ Folklore	1	4,35	4,55
3 Teatro/Cine	4	17,39	18,18
8 Shopping	12	52,17	54,55
9 Otros	6	26,09	27,27

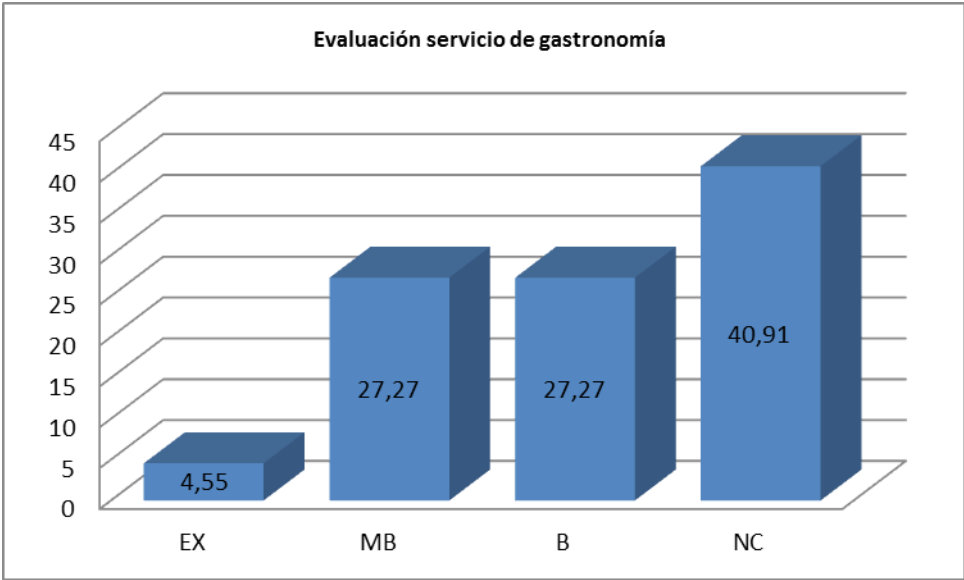
Total frecuencias	23	100,00	104,55
Total Muestra	22		



Variable 8: ¿Cómo calificaría el servicio de gastronomía?

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Ex	1	4,55
2 MB	6	27,27
3 B	6	27,27
7 NC	9	40,91

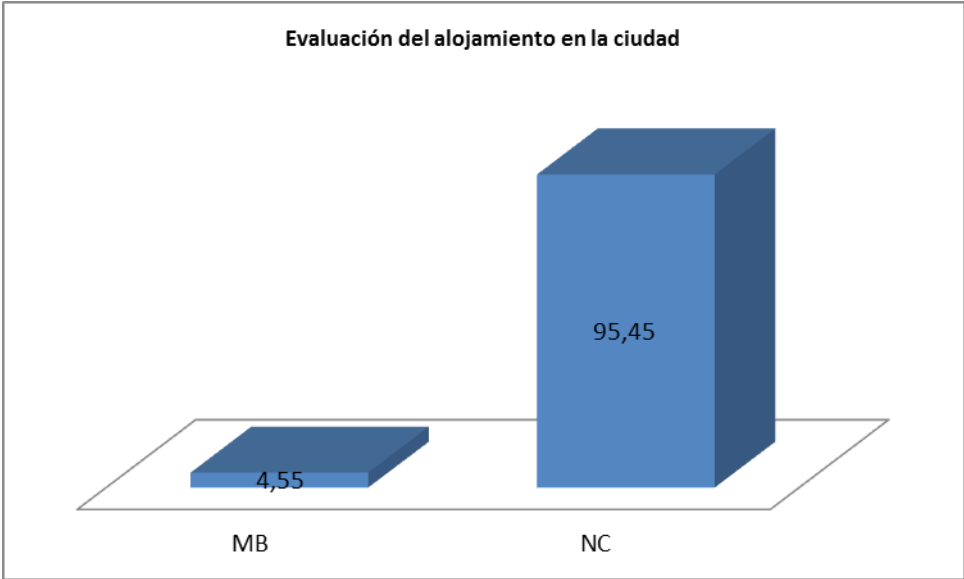
Total frecuencias	22	100,00



Variable 9:¿Cómo calificaría el servicio de alojamiento?

Valor Significado	Frecuencia	%
2 MB	1	4,55
7 NC	21	95,45

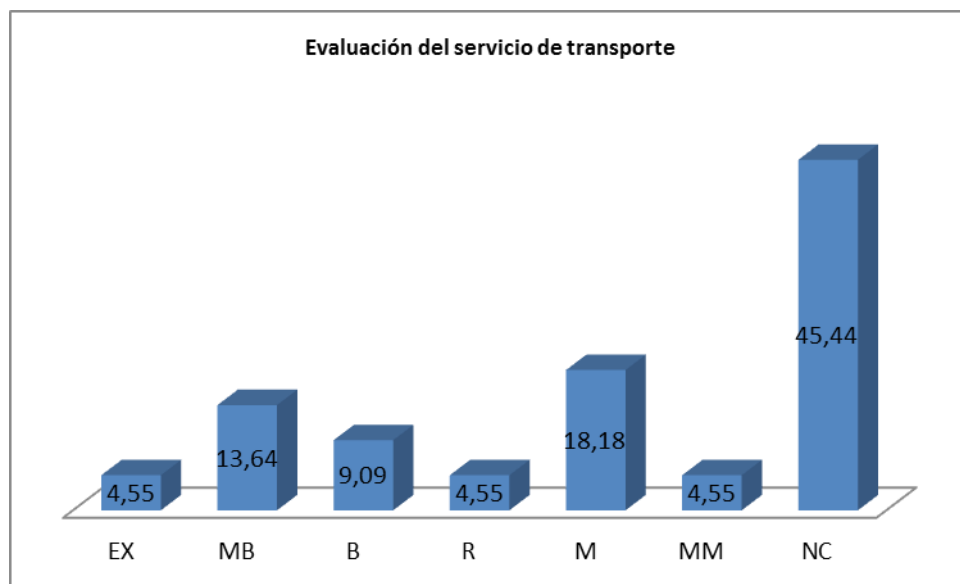
Total frecuencias	22	100,00



Variable 10: ¿Cómo calificaría el servicio de transporte?

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Ex.	1	4,55
2 MB	3	13,64
3 B	2	9,09
4 R	1	4,55
5 M	4	18,18
6 MM	1	4,55
7 NC	10	45,45

Total frecuencias	22	100,00

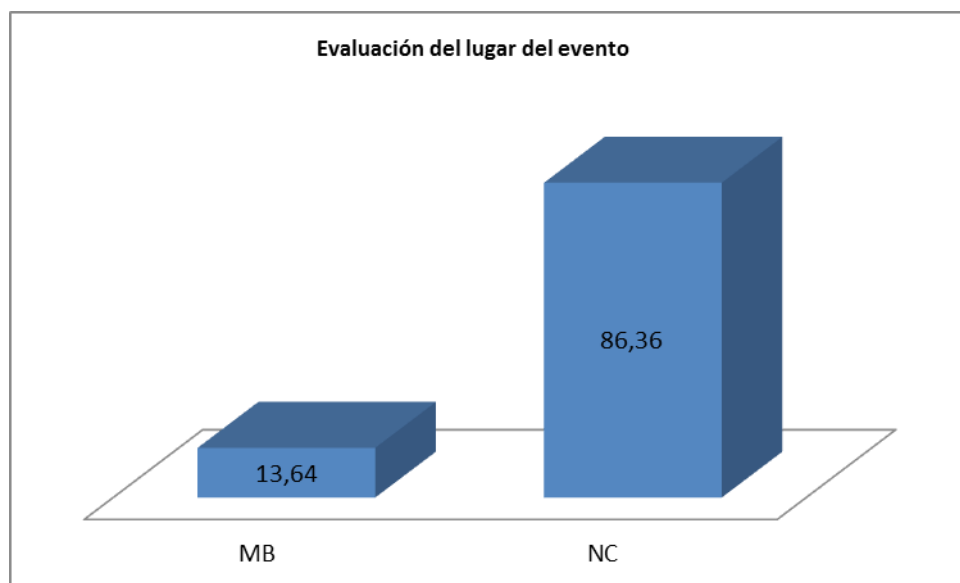


Variable 11: ¿Cómo calificaría el lugar del evento?

Valor Significado	Frecuencia	%

2 MB	3	13,64
7 NC	19	86,36

Total frecuencias	22	100,00

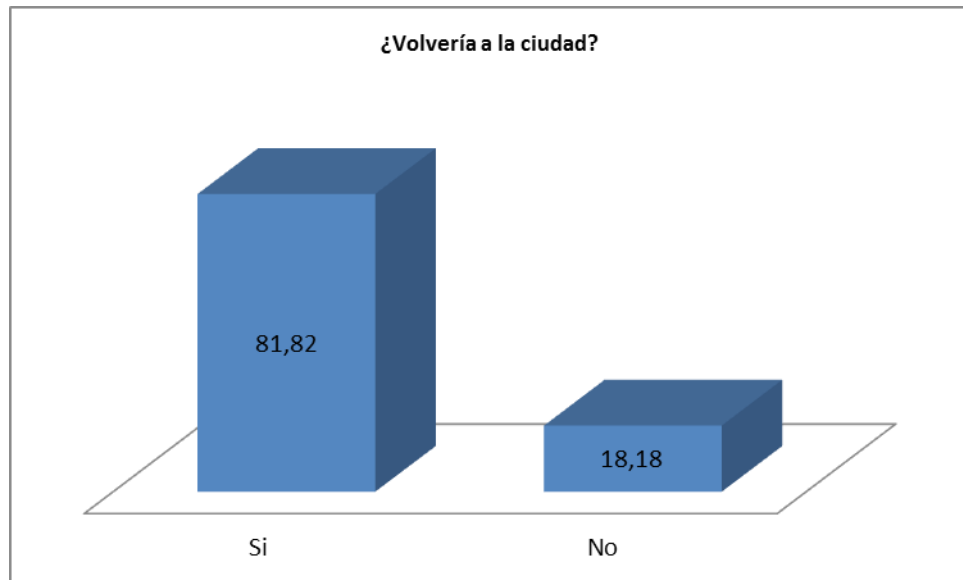


Variable 12: Volvería a esta ciudad

Valor Significado	Frecuencia	%

1 Si	18	81,82
2 No	4	18,18

Total frecuencias	22	100,00



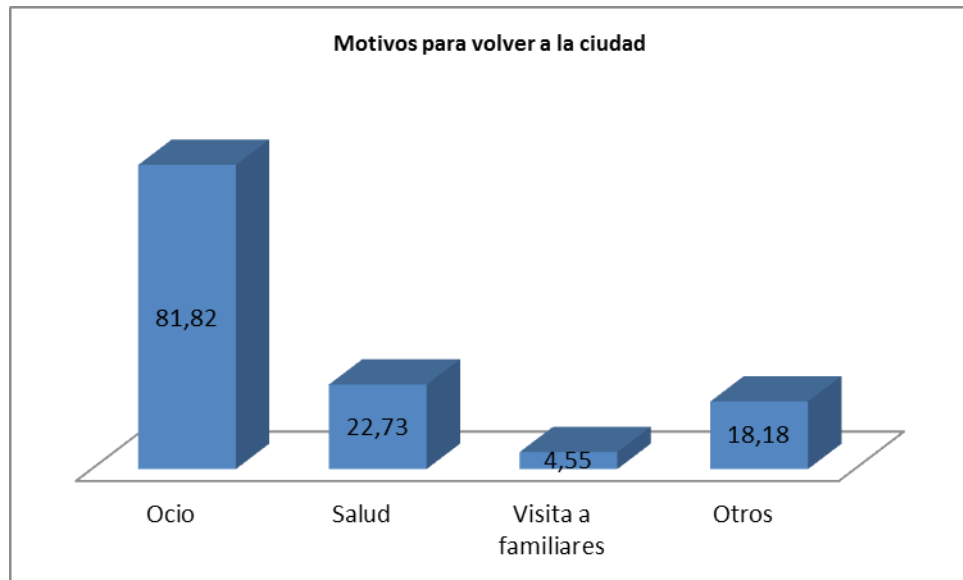
Variable 13: ¿Por qué motivo?

Valor Significado	Frecuencia	Total%	Muestra%
-------------------	------------	--------	----------

2 Ocio	18	64,29	81,82
5 Salud	5	17,86	22,73
6 Visita a familiares	1	3,57	4,55
7 Otros	4	14,29	18,18

Total frecuencias	28	100,00	127,27
-------------------	----	--------	--------

Total Muestra	22
---------------	----

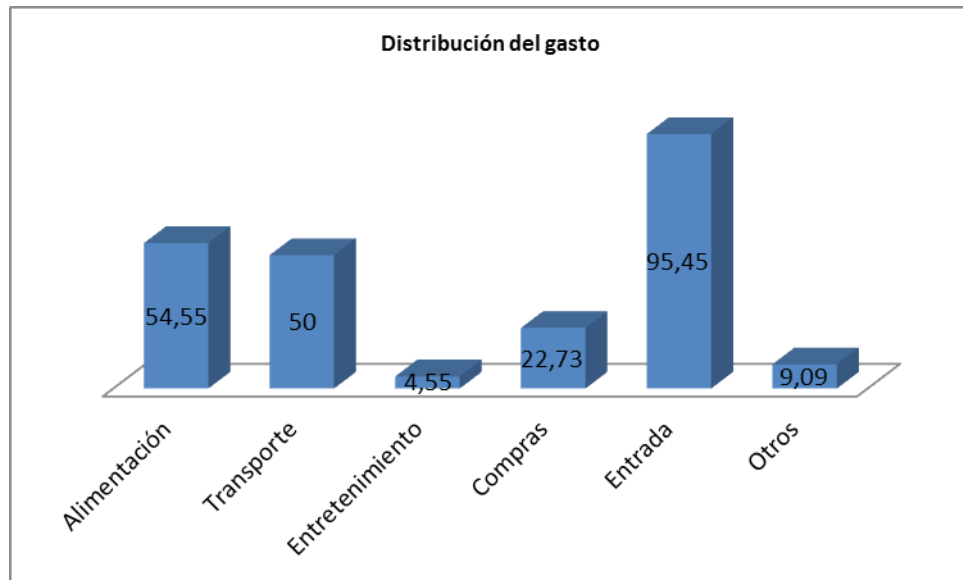


Variable 14: Distribución del gasto

Valor Significado	Frecuencia	Total%	Muestra%

3 Alimentación	12	23,08	54,55
4 Transporte	11	21,15	50,00
6 Entretenimiento	1	1,92	4,55
7 Compras	5	9,62	22,73
8 Inscripción/entrada	21	40,38	95,45
9 Otros	2	3,85	9,09

Total frecuencias	52	100,00	236,36
Total Muestra	22		



Variable 15: ¿Con que frecuencia visita esta ciudad?

Valor Significado	Frecuencia	%
-------------------	------------	---

3	Varias veces al año	14	63,64
---	---------------------	----	-------

4	Esporádicamente	8	36,36
---	-----------------	---	-------

Total frecuencias		22	100,00
-------------------	--	----	--------

