



Perfil del visitante

mes de Abril

2013

Resumen Ejecutivo mes de abril 2013

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 abril.

La metodología del muestreo fue al azar totalizando 213 encuestas de las cuáles 72 se efectuaron a visitantes representando el 33,80% del total de la muestra.

Este trabajo tiene como objetivo conocer el perfil del visitante que se acerca a la ciudad durante el mes de abril.

De las 72 encuestas se desprenden que el 73,61 % de los visitantes encuestados son Argentinos mientras que el 26,39% provienen de otros países (Brasil, Italia, Suiza, Alemania, Bolivia, Canadá, Chile, China, Colombia, España, Francia, Holanda, Israel, Japón, Reino Unido, Uruguay).

En relación a la provincia de residencia el 43,04% provienen de la Provincia de Buenos Aires siendo el 19,44% procedentes de Capital Federal; seguido por Río Negro 12,50%; Mendoza y Misiones 2,78%; Chaco, Córdoba, Entre Ríos, Formosa, Neuquén, Santa Cruz, Santiago del Estero, Tierra del Fuego y Tucumán con el 1,39% respectivamente; mientras que el 26,39% de la muestra son procedentes de otros países

El grupo está compuesto en su mayoría por una persona (47,22%); seguida de parejas (20,83%); parejas con hijos (8,33%); familiares (8,33%); amigos (15,29%). Del total se desprende que el 48,10% son empleados; 11,40% estudiantes mayores de 18 años, 10,13 % jubilados, 7,59% comerciantes y profesionales independientes, 5,06% estudiantes menores de 18 años, 3,80% desocupados, docentes y otros 2,53%, mientras que a autónomos corresponde el 1,27%

Entre las causas que motivaron el desplazamiento se destaca vacaciones 34,12%; escala 24,71%; visita a familiares y amigos 11,76%; negocios 8,24%; compras 7,06%; trámites y educación 4,71%; actividades culturales 3,51%; y deporte el 1,18%.

En relación a la variable referida a la próxima región turística de destino, los datos arrojados indican que el 62,50% se dirige a la Región Turística Buenos Aires; 22,22 % a la Región Patagonia; el 6,94 % hacia la Región Norte; 4,17 % Región Turística Cuyo; hacia la Región Litoral 2,78%; y hacia la Región Turística Centro el 1,39%.

En relación a la modalidad de alojamiento, los datos procesados muestran que el 42,47% optó por Hotel; mientras que el 31,51 % no planea alojarse; en modalidad hostel lo hizo el 10,96%, casa el 9,59%, departamento 4,10% y camping 1,37%. de la toma. La estadía promedio durante el mes de abril es de 3,43 días en la ciudad.

En relación a la modalidad de transporte elegido para arribar a Bahía Blanca, se destaca que el 63,89% utilizó como medio de transporte el ómnibus; el 23,61% lo hizo en automóvil; 6,94% lo hizo en avión; en tren el 4,17% y en combi un 1,39%.

En relación a la estimación del gasto que realizará en la ciudad durante su estadía, el 47,22% gastará entre \$500 y \$1500.- ; el 37,50 % gastará mas de \$1500 y menos de \$500 el 15,28%..

Una de las variables mensuradas refleja el medio de información sobre el destino, arrojando los siguientes datos: el 63,64% no tenía información; el 15,58 % utilizó Internet, por referencia de familiares y amigos lo hizo el 12,99%, otros 5,19%, a través de publicaciones especializadas y folletos el 1,30% respectivamente.

Entre la información solicitada en los centros de información turística se destaca en primer término el plano de la ciudad con el 34,21%; información sobre actividades el 22,63%, sobre atractivos 13,16 %; información general el 10%, sobre transporte urbano 6,84%, sobre alojamiento 4,74%, sobre transporte hacia la región 3,68%, sobre gastronomía 2,63%, e información sobre la región 2,11%.



Perfil del visitante mes de Abril

2013

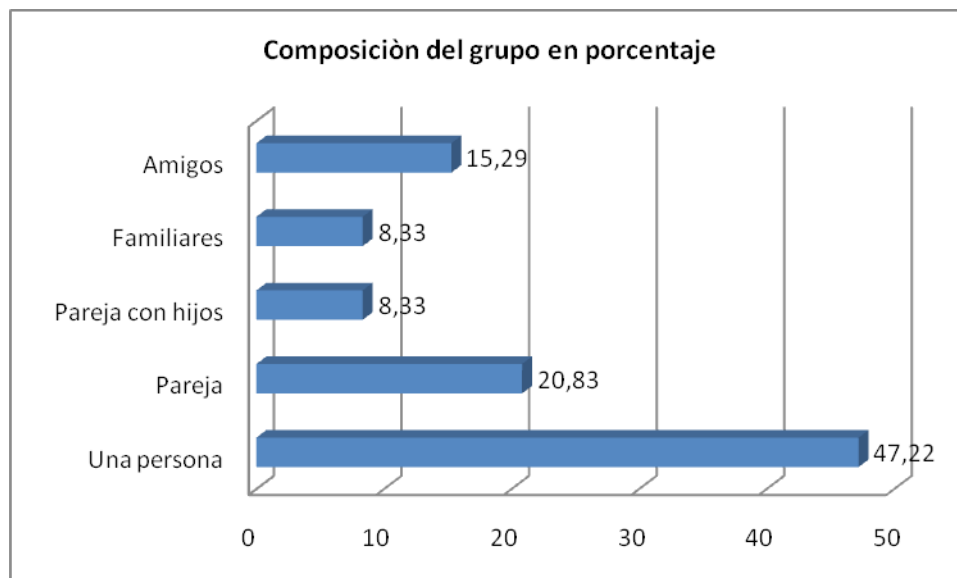
Tabulación y gráficos de datos

Variable 1: Estadía promedio

Nº de casos:	72
Suma:	247,0000
Máximo:	60,0000
Mínimo:	0,0000
Rango:	60,0000
Media aritmética:	3,430555
Mediana:	2,0000
Moda:	0,0000

Variable 2: Composición del grupo

Significado	Total %
Una persona	47,22
Pareja	20,83
Pareja con hijos	8,33
Familiares	8,33
Amigos	15,29
Total Muestra	72

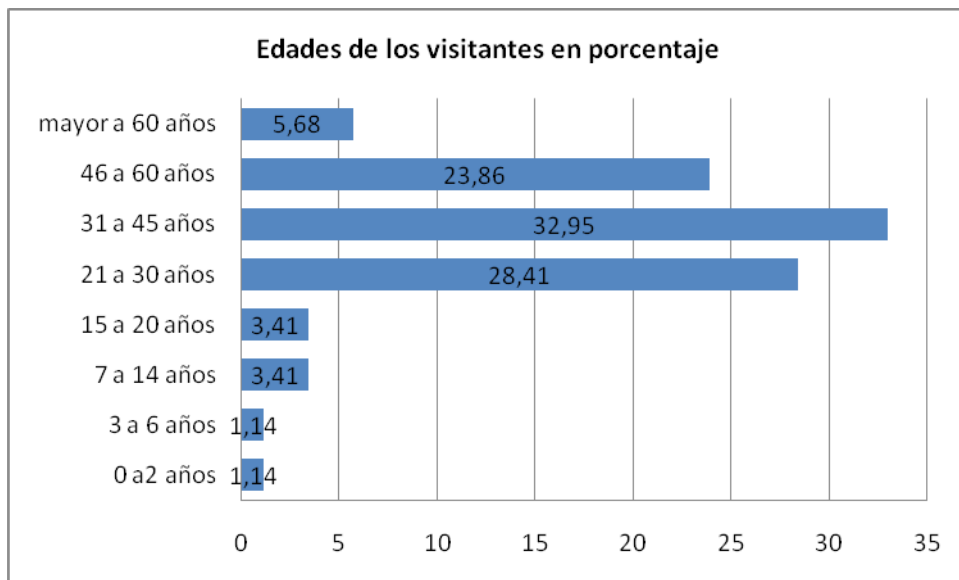




Variable 3: Edades

Significado	Total %
0 a 2 años	1,14
3 a 6 años	1,14
7 a 14 años	3,41
15 a 20 años	3,41
21 a 30 años	28,41
31 a 45 años	32,95
46 a 60 años	23,86
> 60 años	5,68

Total Muestra 72





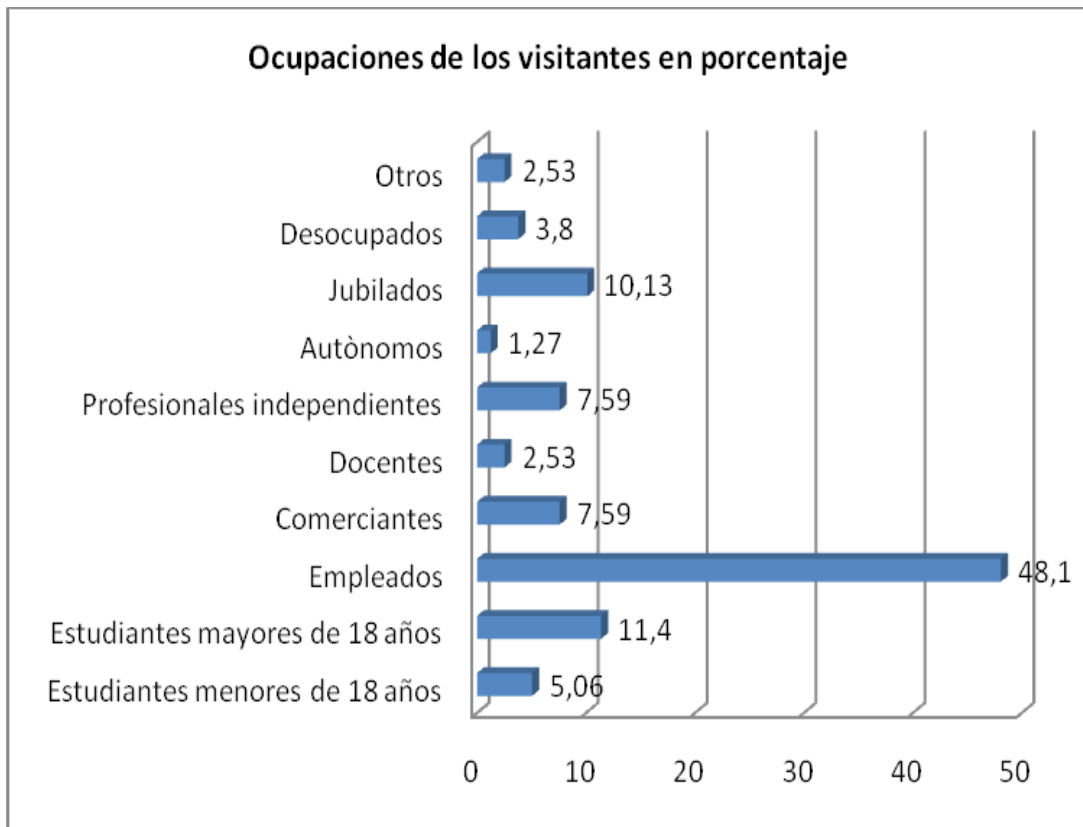
Perfil del visitante mes de Abril

2013

Variable 4: Ocupaciones

Significado	Total %
Estudiantes <18	5,06
Estudiantes >18	11,40
Empleados	48,10
Comerciantes	7,59
Docentes	2,53
Profesionales Independientes	7,59
Autónomos	1,27
Jubilados	10,13
Desocupados	3,80
Otros	2,53

Total Muestra 72





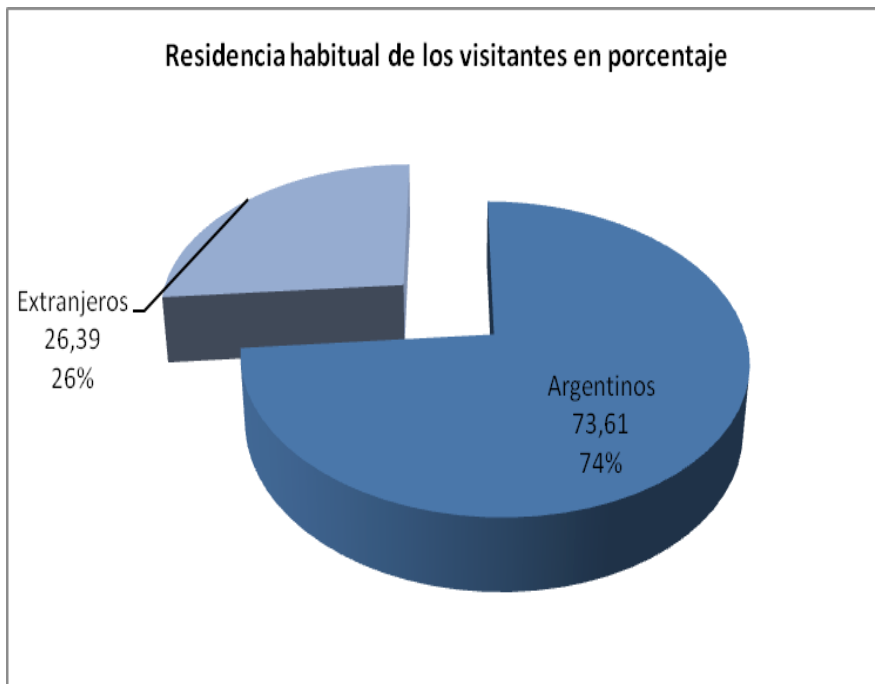
Perfil del visitante mes de Abril

2013

Variable 5: Residencia habitual

Significado	Total	%
Argentinos	73,61	
Extranjeros	26,39	

Total Muestra	72	





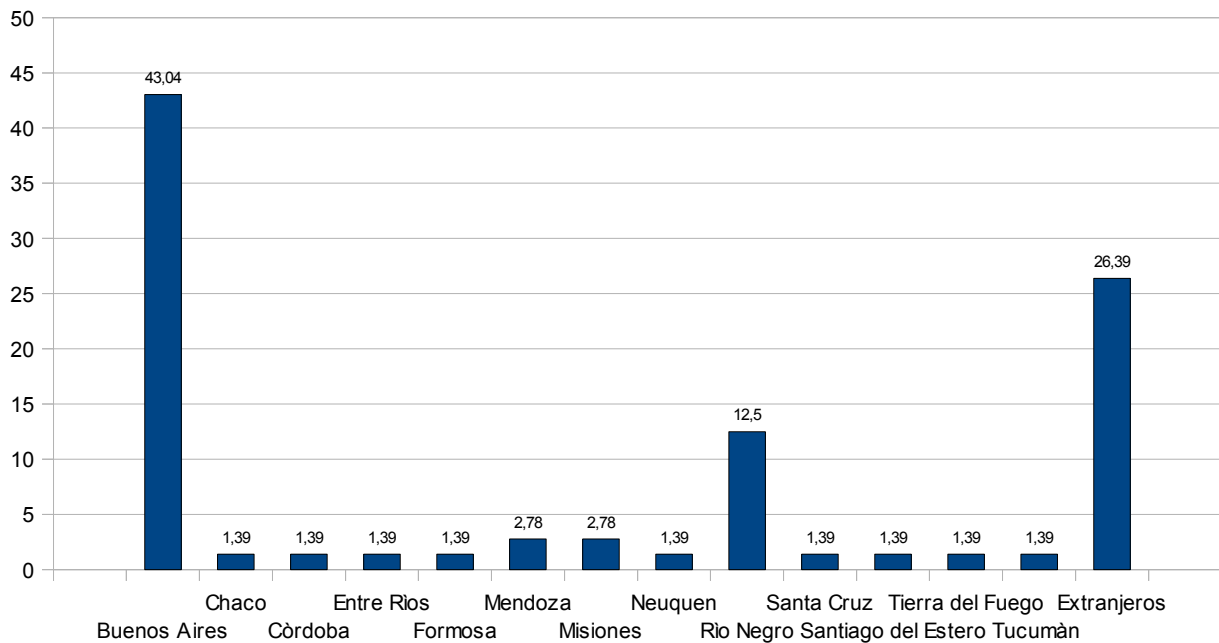
Variable 6: Provincia de residencia habitual

Significado	Total %
Buenos Aires	43,04 *
Chaco	1,39
Córdoba	1,39
Entre Ríos	1,39
Formosa	1,39
Mendoza	2,78
Misiones	2,78
Neuquén	1,39
Río Negro	12,50
Santa Cruz	1,39
Santiago del Estero	1,39
Tierra del Fuego	1,39
Tucumán	1,39
Extranjeros	26,39

Total Muestra 72

* El 19,44% corresponde a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Provincia de residencia habitual





Perfil del visitante mes de Abril

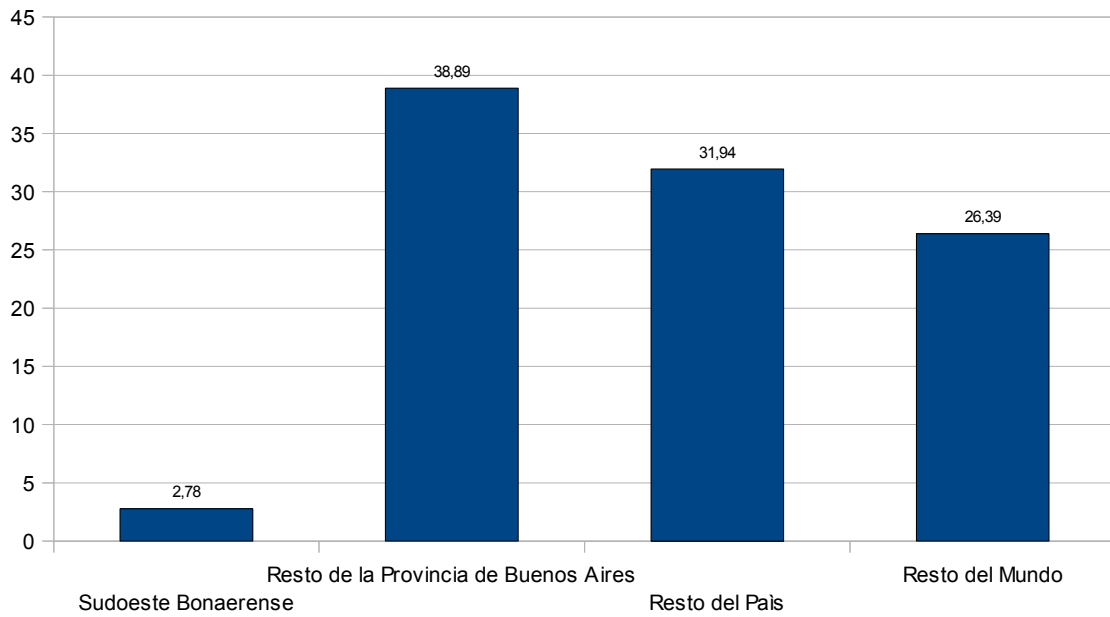
2013

Variable 7: Territorios de procedencia

Significado	Total %
Sudoeste Bonaerense	2,78
Resto de la Provincia de Buenos Aires	38,89
Resto del país	31,94
Resto del mundo	26,39

Total Muestra 72

Territorios de procedencia en porcentaje





Perfil del visitante

mes de Abril

2013

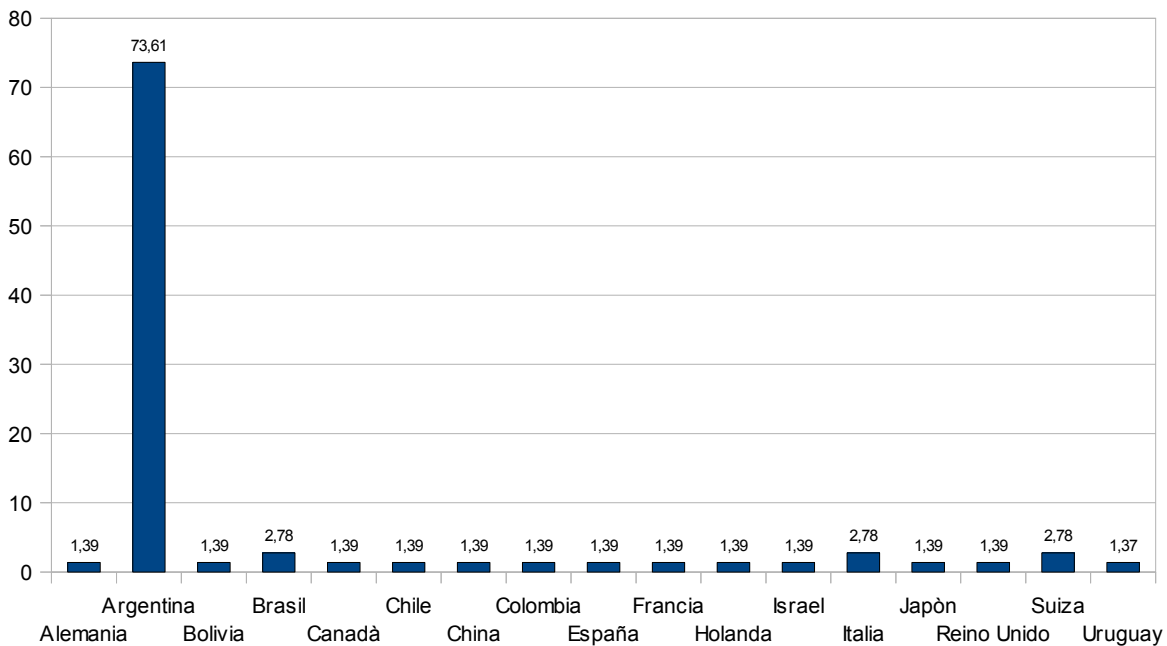
Variable 8: País de Origen

Significado Total %

Alemania	1,39
Argentina	73,61
Bolivia	1,39
Brasil	2,78
Canadá	1,39
Chile	1,39
China	1,39
Colombia	1,39
España	1,39
Francia	1,39
Holanda	1,39
Israel	1,39
Italia	2,78
Japón	1,39
Reino Unido	1,39
Suiza	2,78
Uruguay	1,37

Total Muestra 72

País de residencia habitual en porcentaje



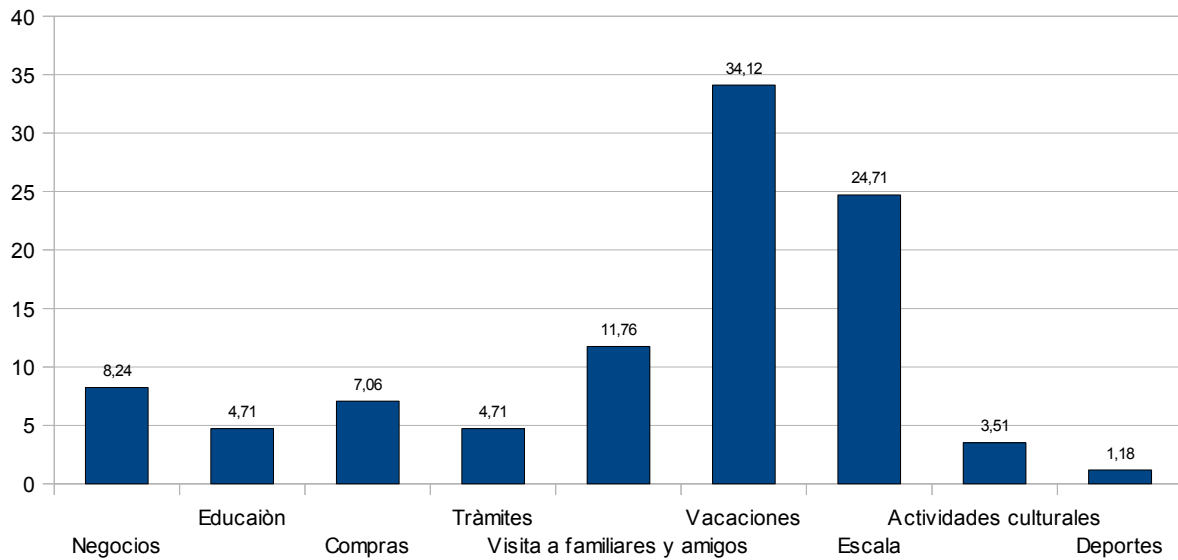


Variable 9: Motivo del viaje

Significado	Total %
Negocios	8,24
Educación	4,71
Compras	7,06
Trámites	4,71
Visita a familiares y amigos	11,76
Vacaciones	34,12
Escala	24,71
Actividades culturales	3,51
Deportes	1,18

Total Muestra 72

Motivos de la visita en porcentaje



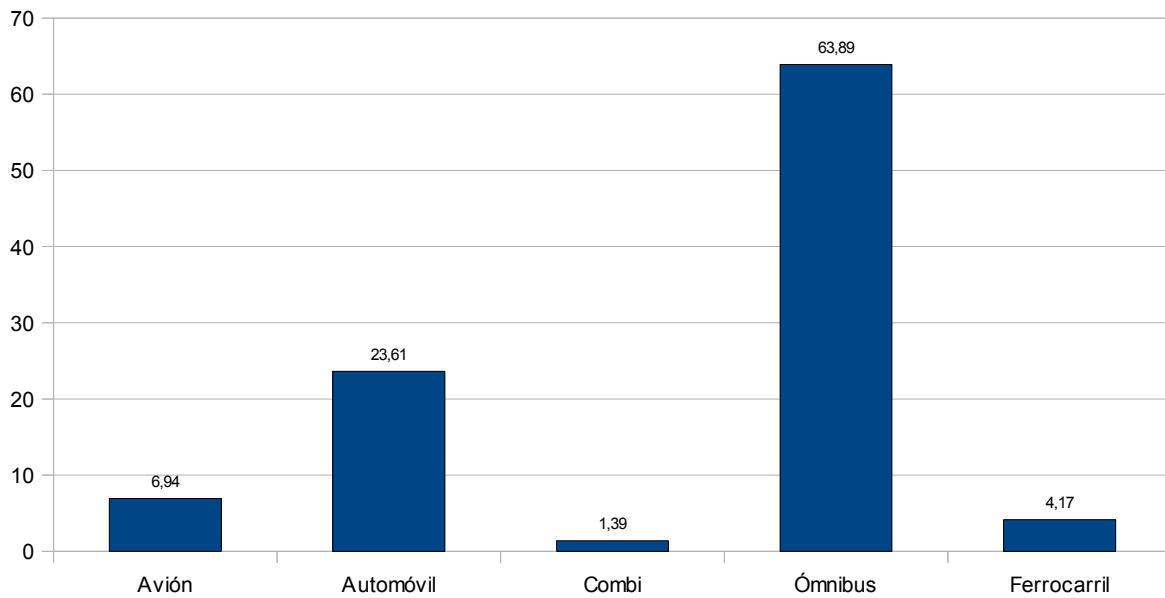


Variable 10: Transporte utilizado para arribar al destino

Significado	Total %
Avión	6,94
Automóvil	23,61
Combi	1,39
Ómnibus	63,89
Ferrocarril	4,17

Total Muestra 72

Medio de transporte utilizado en porcentaje

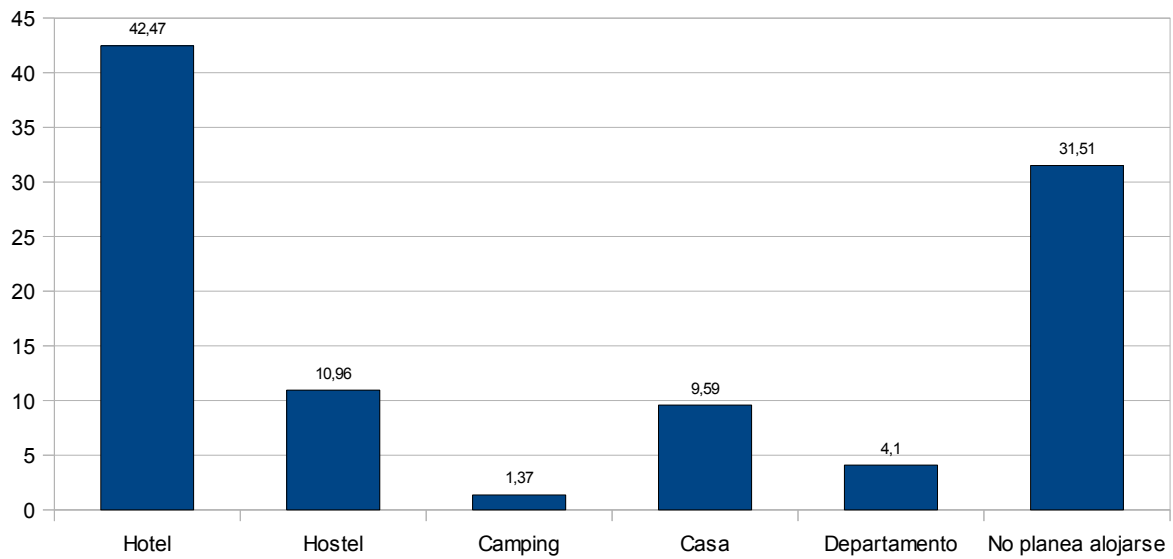




Variable 11: Lugar de alojamiento

Significado	Total%
Hotel	42,47
Hostel	10,96
Camping	1,37
Casa	9,59
Departamento	4,11
No planea alojarse	31,51
Total Muestra	72

Lugar de alojamiento en porcentaje





Perfil del visitante mes de Abril

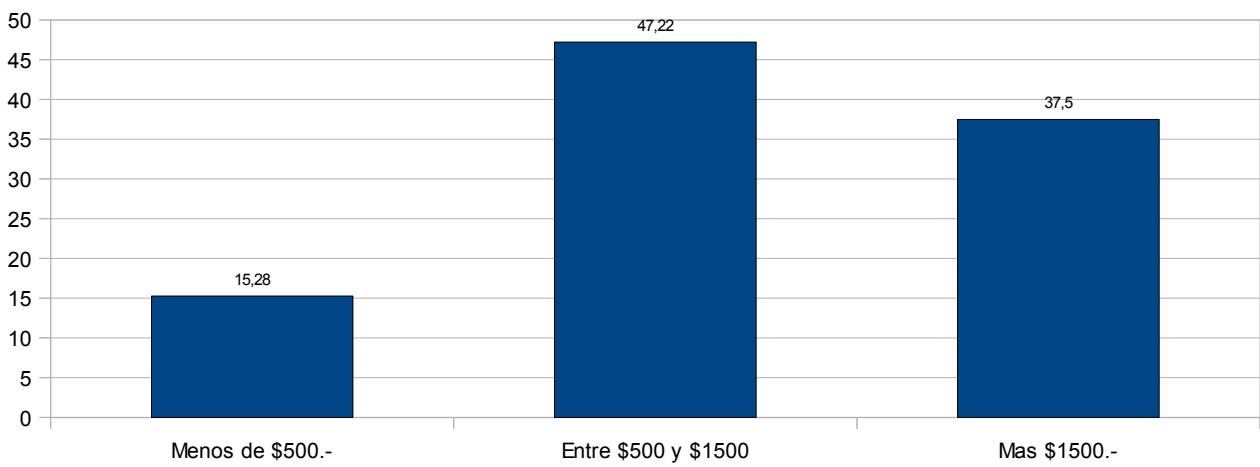
2013

Variable 12: Estimación del gasto durante la estadía

Significado	Total %
Menos de \$500	15,28
Entre \$500 y \$1500	47,22
Más de \$1500	37,50

Total Muestra 72

Estimación del gasto en porcentaje



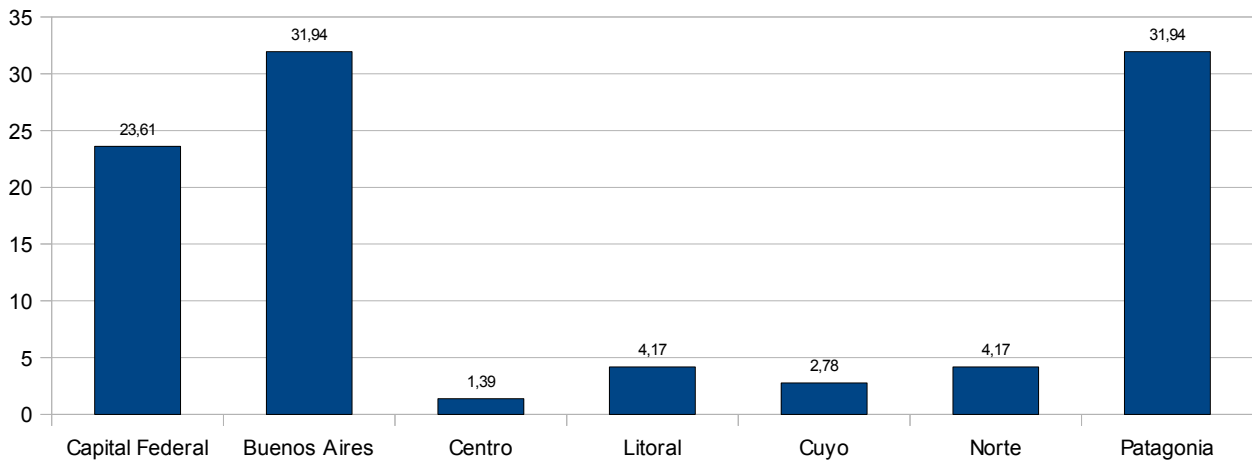


Variable 13: Región Turística de procedencia

Significado	Total %
Capital Federal	23,61
Buenos Aires	31,94
Centro	1,39
Litoral	4,17
Cuyo	2,78
Norte	4,17
Patagonia	31,94

Total Muestra 72

Región Turística de procedencia en porcentaje



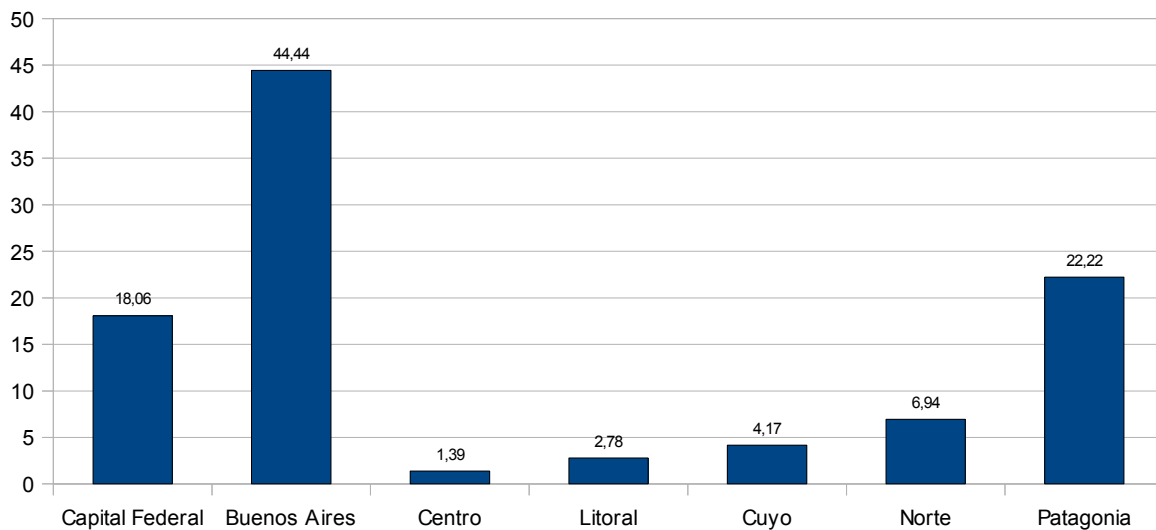


Variable 14: Región Turística de destino final del viaje

Significado	Total %
Capital Federal	18,06
Buenos Aires	44,44
Centro	1,39
Litoral	2,78
Cuyo	4,17
Norte	6,94
Patagonia	22,22

Total Muestra	72

Region Turistica de destino final del viaje



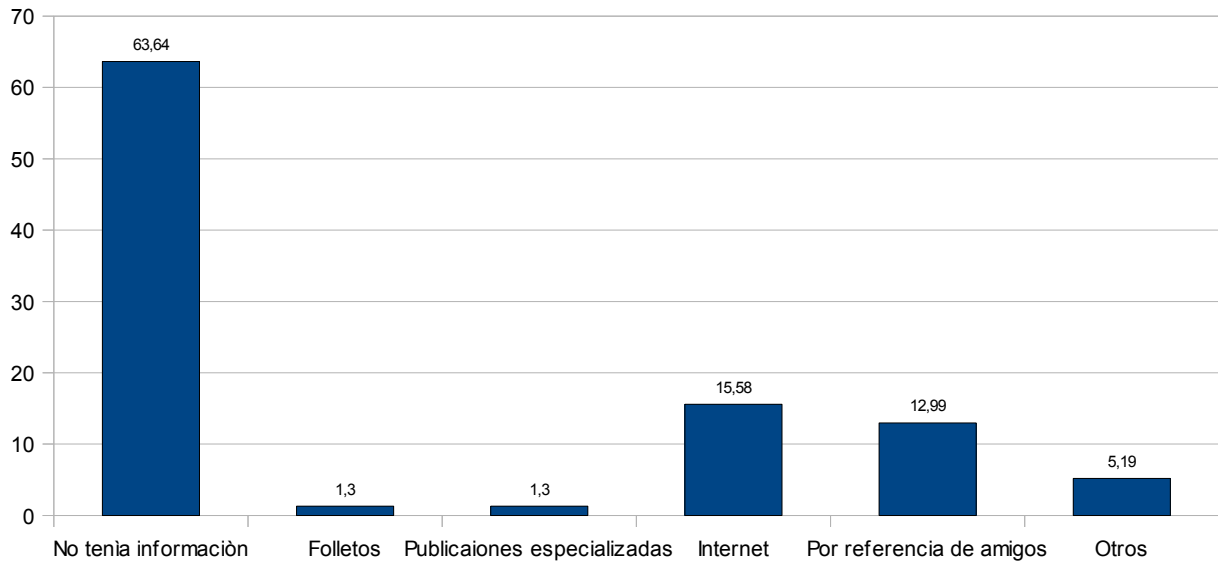


Variable 15: Medios de información sobre el destino

Significado	Total %
No tenía información/ En este momento	63,64
Folletos	1,30
Publicaciones Especializadas	1,30
Internet	15,58
Por referencia de amigos, familiares	12,99
Otros	5,19

Total Muestra	72

Medios de información sobre el destino





Variable 16: Motivo de la consulta al puesto

Significado	Total%
Pide plano de Bahía Blanca	34,21
Información sobre actividades	22,63
Información sobre atractivos	13,16
Información sobre alojamiento	4,74
Información sobre gastronomía	2,63
Información sobre transporte urbano	6,84
Información sobre transporte a la región	3,68
Información sobre la región	2,11
Información general	10,00

Total Muestra 72

Motivos de la consulta en porcentaje

