



Perfil del visitante

mes de Marzo

2013

Resumen ejecutivo mes de marzo 2013

El estudio presentado refiere a las encuestas realizadas a visitantes 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 marzo 2013

La metodología del muestreo fue al azar realizando un total de 309 encuestas de las cuáles 161 se efectuaron a visitantes representando el 52.10% del total de la muestra

Objetivo : conocer el perfil del visitante que se acerca a la ciudad durante el mes de marzo.

De las 161 encuestas se desprenden que el 78.88 % de los visitantes encuestados son Argentinos mientras que el 21.12% provienen de otros países (Francia, Chile, Alemania, España, Italia, Canadá, Colombia, Estados Unidos, Holanda, India, Polonia, Sudáfrica, Venezuela)). El grupo está compuesto en su mayoría por una persona (42.86 %), seguida de parejas (26, 09%), amigos (13.04%), Familiares (9.94%), Pareja con Hijos (8.07%). Del total se desprende que el 48.66% son empleados, el 11.23% corresponde a jubilados, el 10.16% estudiantes mayores de 18 años, 7.49 % corresponde a comerciantes, 6.95% a estudiantes menores de 18 años y profesionales independientes, 3.74% docentes, 2.68% otros, y , el 1.07 % de autónomos y desocupados.

En relación a la provincia de residencia habitual, el 44.1% provienen de la provincia de Buenos Aires (destacándose Capital Federal como principal centro emisor con el 16.15%), seguido por Río Negro 7.45%, Chubut 5.60%, Córdoba, Santa Fè y Neuquén 3.10%, Entre Ríos, Santa Cruz y Misiones 2.49%, Mendoza 1.86%, Tucumán 1.24%, La Rioja, Corrientes y Tierra del Fuego 0.62%, mientras que el 21.12 %son extranjeros. Entre los motivos que determinaron el desplazamiento se destaca vacaciones 47.59%, escala 14.44%, visita a familiares y amigos 9.09%, trámites 8.02% , negocios 7.50%, compras 4.28%, educación y otros 3.21%, búsqueda de empleo 1.07%, salud , congresos y actividades culturales 0.53%.

En tal sentido, la variable referida a la región turística de destino final del viaje el 20.50 % lo hace hacia Capital Federal, el 42.23 % hacia Región Buenos Aires, el 31.06% Región Patagonia, 3.10% se dirige hacia Región Turística del Litoral, 1.87% hacia Región Norte y el 1.24% se dirige como destino final de su viaje a la Región Turística Centro.

En tal efecto, los datos procesados referidos a la variable modalidad de alojamiento arrojan que el 41% optó por alojamiento en Hotel, mientras que el 24.22 % no planea alojarse, el 16.77% lo hizo en Hostel, 14.29% optó por alojarse en casa, el 1.24% en apart hotel y departamento, mientras que la opción camping y otros representan el 0.62% respectivamente. La estadía promedio en la ciudad es de 2.40 días.



Perfil del visitante

mes de Marzo

2013

En cuanto a la modalidad de transporte elegido para arribar a Bahía Blanca se destaca que el 47.83% utilizó como medio de transporte el ómnibus, el 30.43% lo hizo en automóvil, 6.83% en avión, 6.21% lo hizo en tren, 4.96 % utilizó combi, a dedo y otros el 1.87%.

En relación a la estimación del gasto que realizara durante la estadía el 50.31% efectuara un gasto superior a \$1500.-, entre \$500 y \$1500 el 29.2% y menos de \$500.- el 20.49%.

Entre las variables mensuradas, se refleja el medio en donde los visitantes se informaron sobre la ciudad, siendo los datos arrojados los siguientes: el 66.09% no tenía información, 12.07% lo hizo a través de Internet, por referencia de familiares y amigos 9.20%, otros 4.60%, folletos 4.02%, publicaciones especializadas 2.87%, guías turísticas 1.15%.

Entre la información solicitada, en los centros de información se destaca en primer término el plano de la ciudad con el 36.01%, información sobre actividades 18%, información general 11.2%, información sobre atractivos 10.46%, información sobre alojamientos 7.06%, información sobre transporte urbano 5.60%, información sobre la región 4.38%, información sobre transporte para la región 3.89%, información sobre gastronomía e información sobre otras localidades argentinas 1.70%.

Es de destacar, la importancia que han adquirido los centros de información turística en el ámbito local ya que el 47.90% de la demanda es población residente que se acerca en busca de información para planificar sus actividades de tiempo libre.



Tabulación y gráfico de datos

Variable 1: Estadía promedio

Nº de casos:	161
Suma:	388,0000
Máximo:	30,0000
Mínimo:	0,0000
Rango:	30,0000
Media aritmética:	2,40

Variable 2: Composición del grupo

Valor Significado	Total %
Una persona	42,86
Pareja	26,09
Pareja con hijos	8,07



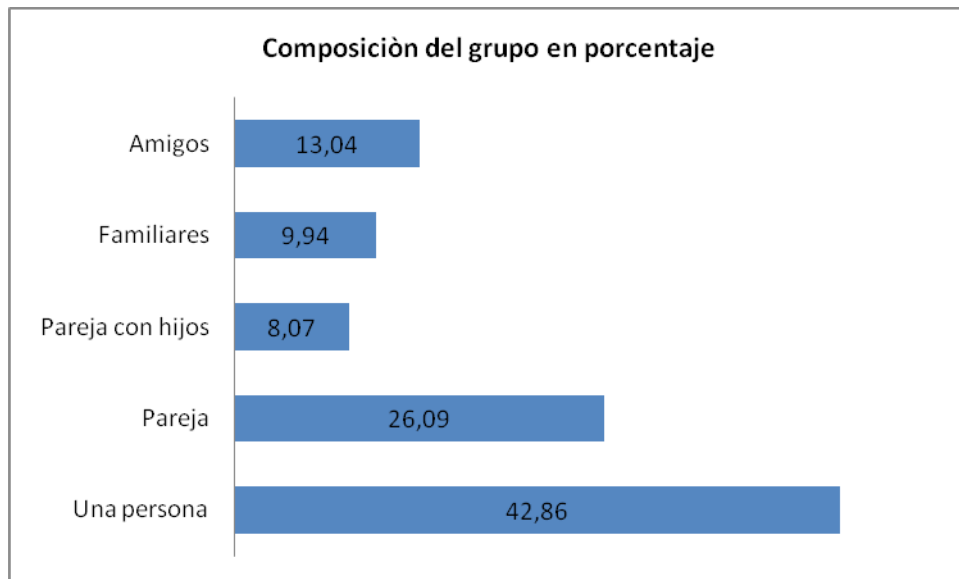
Perfil del visitante

mes de Marzo

2013

Familiares		9,94
Amigos		13,04

Total Muestra	161	100.00



Variable 3: Edades

Significado	Total %

0 a 2 años	2,51
3 a 6 años	1,51



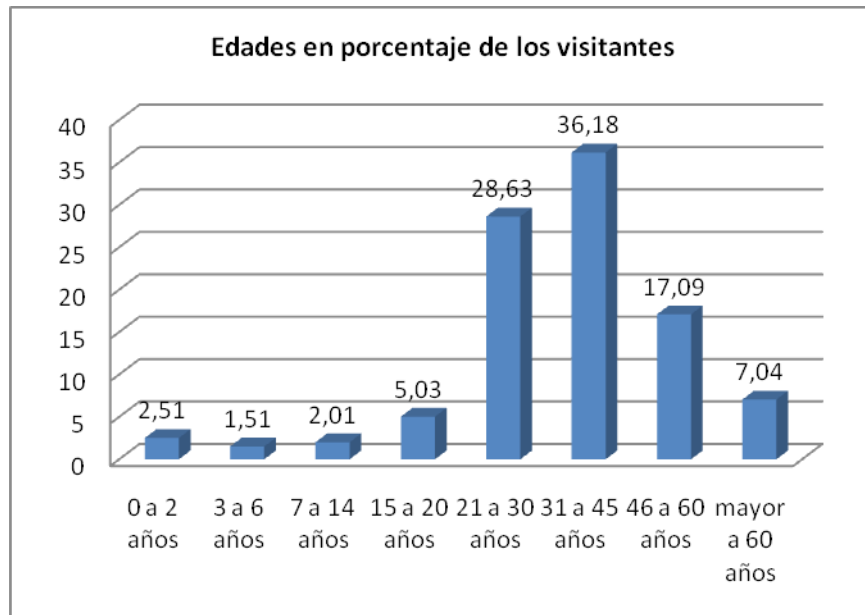
Perfil del visitante

mes de Marzo

2013

7 a 14 años	2,01
15 a 20 años	5,03
21 a 30 años	28,63
31 a 45 años	36,18
46 a 60 años	17,09
> 60 años	7,04

Total Muestra 161 100.00



Variable 4: Ocupaciones

Significado	Total %
Estudiantes <18	6,95
Estudiantes >18	10,16



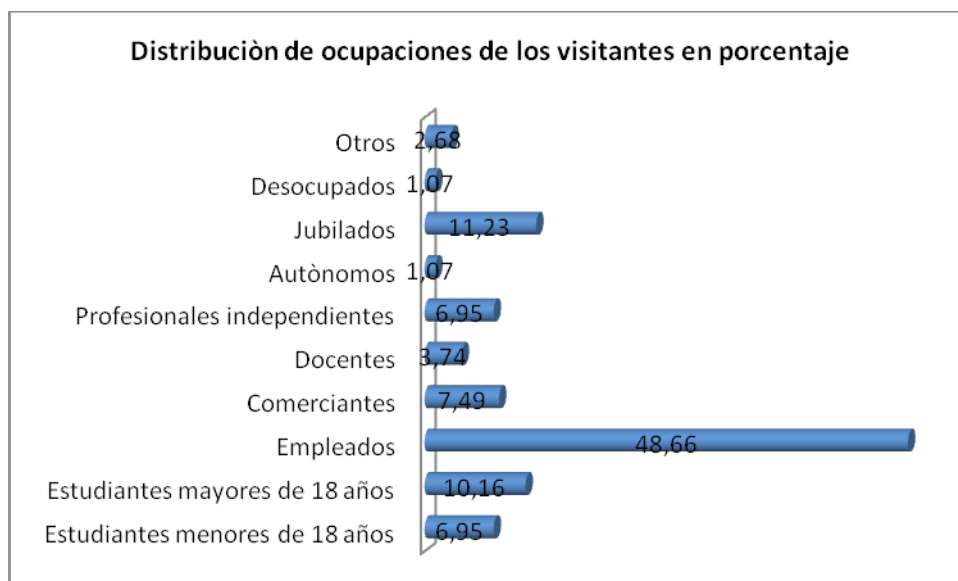
Perfil del visitante

mes de Marzo

2013

Empleados		48,66
Comerciantes		7,49
Docentes		3,74
Profesionales Independientes		6,95
Autónomos		1,07
Jubilados		11,23
Desocupados		1,07
Otros		2,68

Total Muestra	161	100.00



Variable 5: Residencia habitual

Significado Frecuencia %



Perfil del visitante

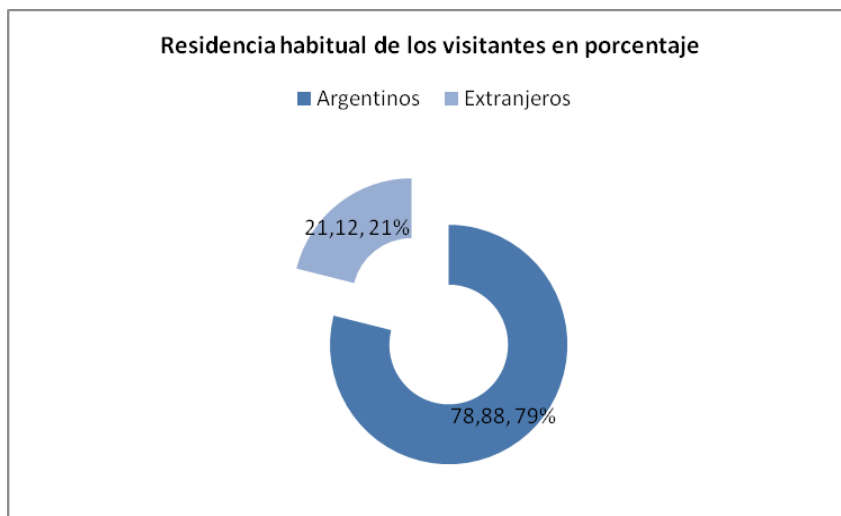
mes de Marzo

2013

Argentinos 127 78,88

Extranjeros 34 21,12

Total Muestra 161 100.00



Variable 6: Provincia de residencia habitual

Significado Total %

Capital Federal 16.15

Buenos Aires 27.95

Chubut 5.60

Córdoba 3,1



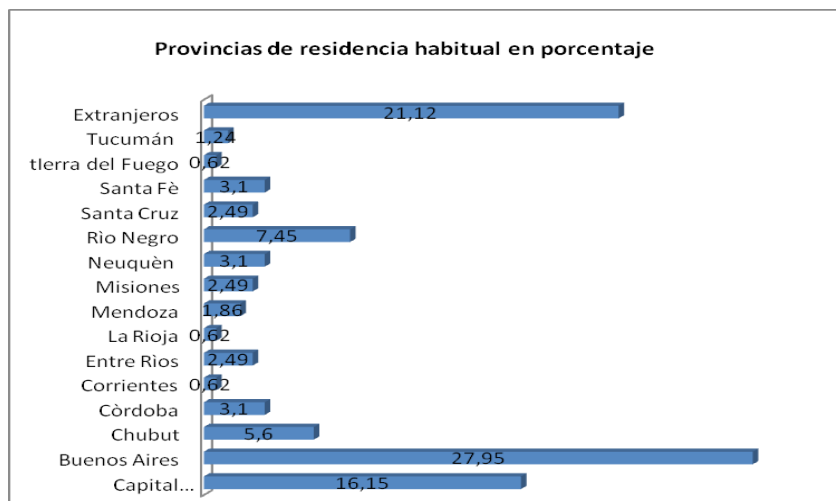
Perfil del visitante

mes de Marzo

2013

Corrientes	0,62
Entre Ríos	2.49
La Rioja	0,62
Mendoza	1.86
Misiones	2.49
Neuquén	3,1
Río Negro	7.45
Santa Cruz	2.49
Santa Fe	3,1
Tierra del Fuego	0,62
Tucumán	1,24
Extranjeros	21.12

Total Muestra 161 100.00

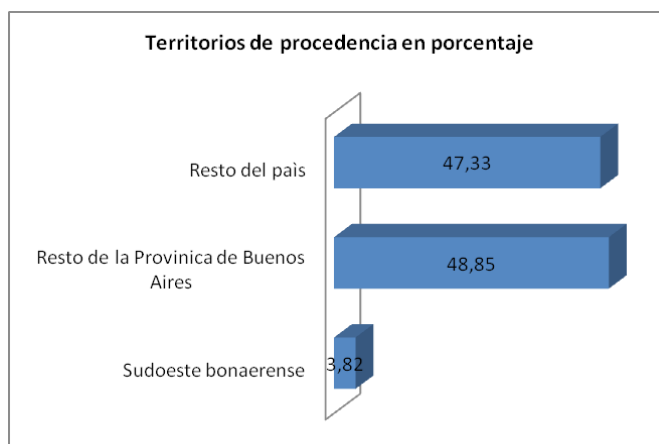


Variable 7: Territorios de procedencia

Significado	%

Sudoeste Bonaerense	3,82
Resto de la Provincia de Buenos Aires	48,85
Resto del país	47,33

Total frecuencias	127
	100.00



Variable 8: País de Origen

Significado	%

Alemania	2.48
Argentina	78.89
Canadá	1.24
Chile	3.11
Colombia	1,24
España	1.87
Estados Unidos	1,24
Francia	4.35
Holanda	0,62
India	0,62



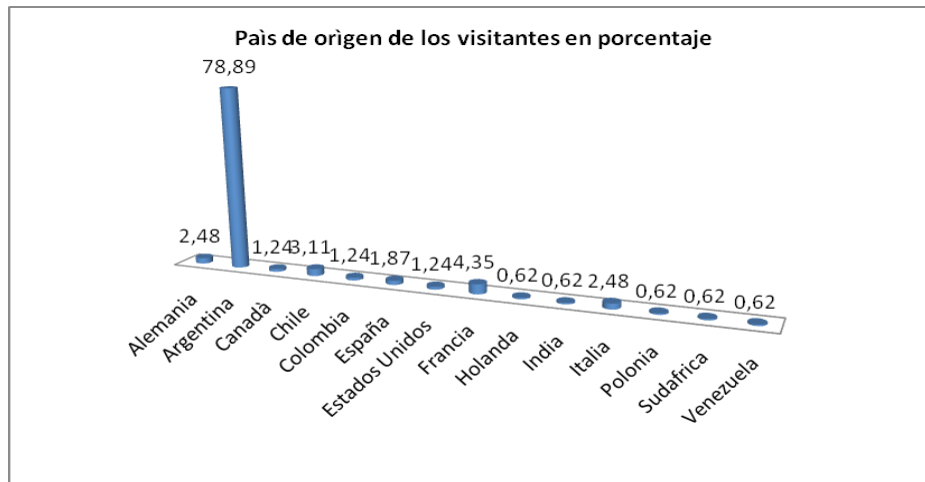
Perfil del visitante

mes de Marzo

2013

Italia	2.48
Polonia	0,62
Sudáfrica	0,62
Venezuela	0,62

Total Muestra 161 100.00



Variable 9: Motivos de la visita

Significado	Total %
Negocios	7,50
Educación	3,21
Compras	4,28



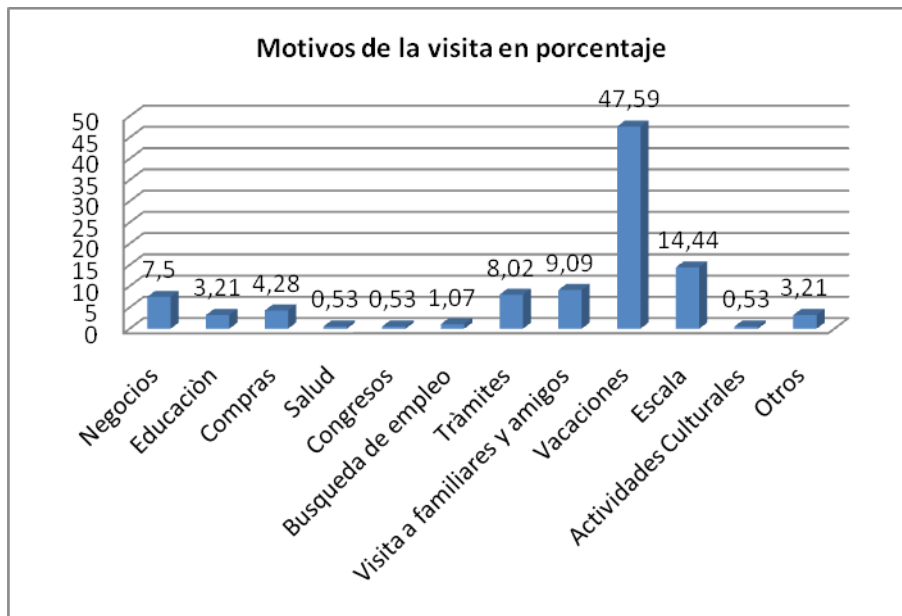
Perfil del visitante

mes de Marzo

2013

Salud	0,53
Congresos	0,53
Búsqueda de empleo	1,07
Trámites	8,02
Visita a familiares y amigos	9,09
Vacaciones	47,59
Escala	14,44
Actividades culturales	0,53
Otros	3,21

Total Muestra 161 100.00



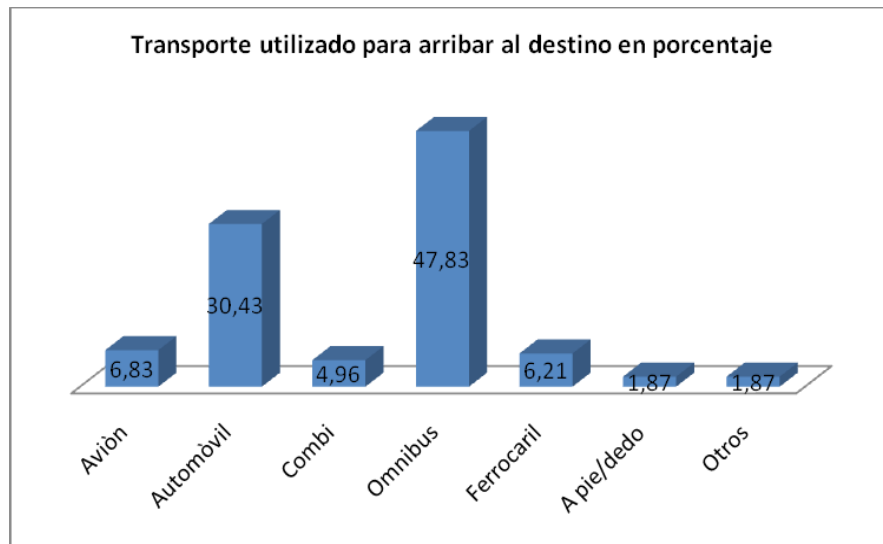
Variable 10: Transporte utilizado para arribar a la ciudad



Significado Total%

Avión	6,83
Automóvil	30,43
Combi	4,96
Ómnibus	47,83
Ferrocarril	6,21
A pie/ a dedo	1,87
Otros	1,87

Total Muestra 161 100.00



Variable 11: Lugar de alojamiento

Significado Total %



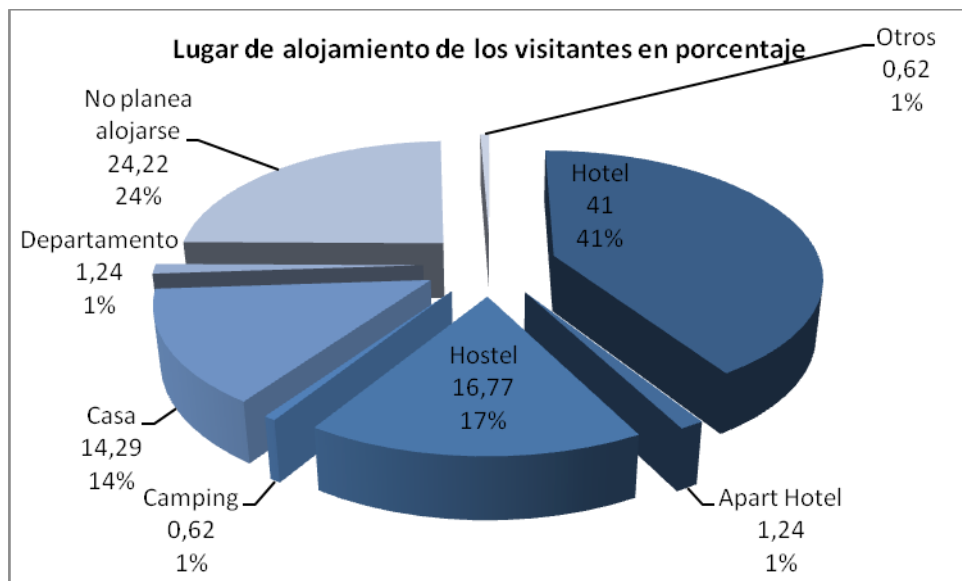
Perfil del visitante

mes de Marzo

2013

Hotel	41
Apart Hotel	1,24
Hostel	16,77
Camping	0,62
Casa	14,29
Departamento	1,24
No planea alojarse	24,22
Otros	0,62

Total Muestra 161 100.00





Perfil del visitante

mes de Marzo

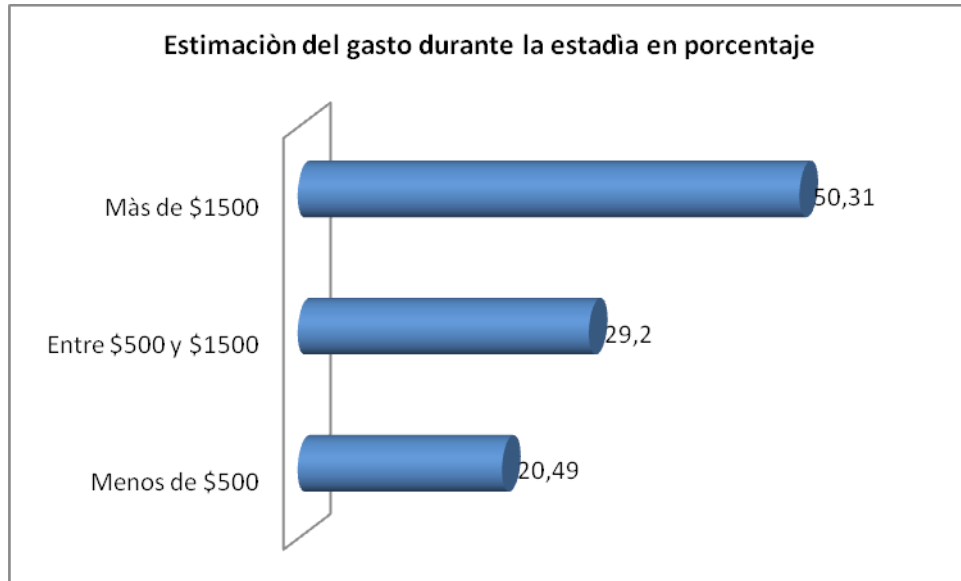
2013

Variable 12: Estimación del gasto durante la estadía

Significado	Total %

Menos de \$500	20,49
Entre \$500 y \$1500	29,2
Más de \$1500	50,31

Total Muestra	161
	100.00



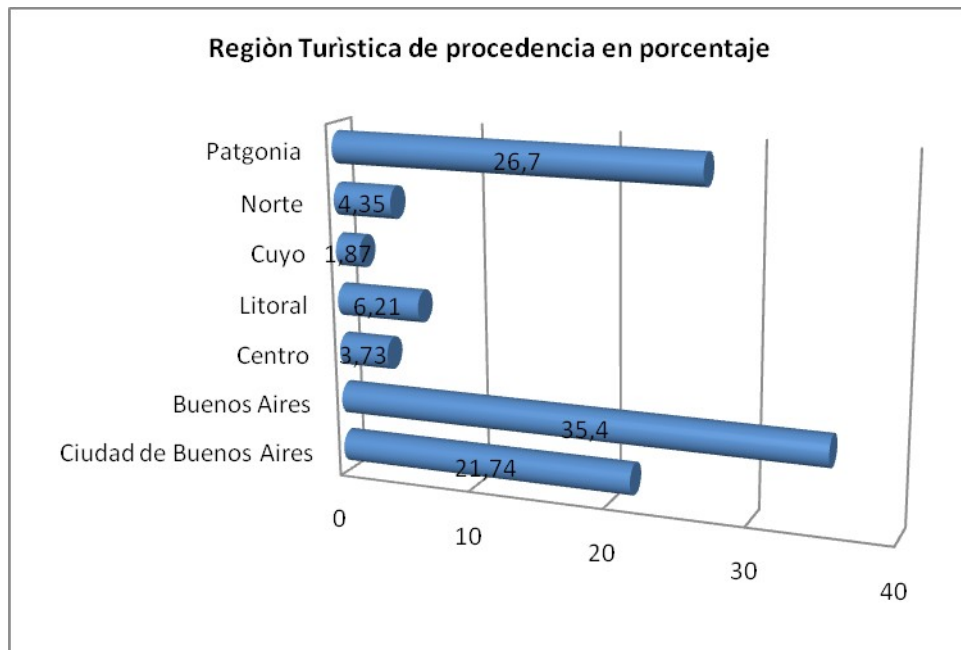
Variable 13: Región Turística de procedencia

Significado Total %

Ciudad de Buenos Aires	21,74
Buenos Aires	35,40
Centro	3,73
Litoral	6,21
Cuyo	1,87
Norte	4,35
Patagonia	26,70



Total Muestra 161 100.00



Variable 14: Región Turística de destino final del viaje

Significado	Total %
Capital Federal	20,50
Buenos Aires	42,23
Centro	1,24



Perfil del visitante

mes de Marzo

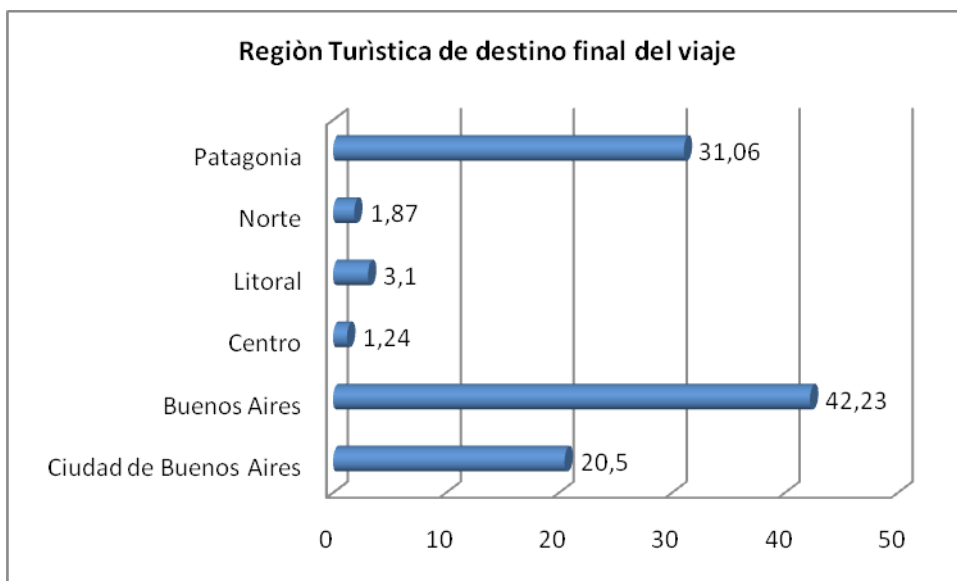
2013

Litoral 3,10

Norte 1,87

Patagonia 31,06

Total Muestra 161 100.00



Variable 15: Medios de información sobre la ciudad

Significado Total %

No tenía información 66,09

Guías Turísticas 1,15



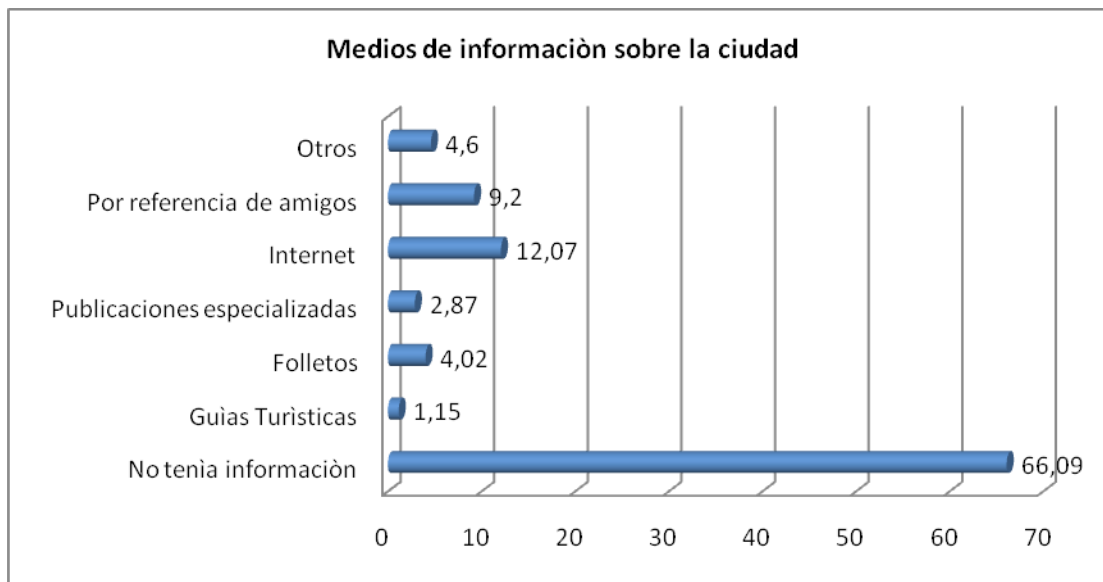
Perfil del visitante

mes de Marzo

2013

Folletos		4,02
Publicaciones Especializadas		2,87
Internet		12,07
Por referencia de amigos		9,20
Otros		4,60

Total Muestra	161	100.00



Variable 16: Motivo de la consulta al puesto

Significado

Total %



Perfil del visitante

mes de Marzo

2013

Pide plano de Bahía Blanca	36,01
Información sobre actividades	18,00
Información sobre atractivos	10,46
Información sobre alojamientos	7,06
Información sobre gastronomía	1,70
Información sobre transporte urbano	5,60
Información sobre transporte a la región	3,89
Información sobre la región	4,38
Información sobre otras localidades argentinas	1,70
Información general	11,2

Total Muestra 161	100.00

