

## Resumen Ejecutivo mes de agosto 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 agosto de 2014.

La metodología del muestreo fue al azar totalizando 87 encuestas de las cuáles 43 se efectuaron a visitantes representando el (49,42%) del total de la muestra.

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

De las 43 encuestas se desprenden que el (76,74%) de los visitantes encuestados son Argentinos mientras que el (23,26%) provienen de otros países (Brasil, España, Francia, Colombia).

En relación a la provincia de residencia el (30,23%) provienen de la Provincia de Buenos Aires, mientras que el (18,60%) procedentes de Ciudad Autónoma de Buenos Aires; seguido por Chubut (6,95%); Neuquén (4,65%), en tanto La Pampa, Mendoza, Misiones, Río Negro, San Juan, Santa Cruz y Santa Fe representan el (2,33%); en tanto el (23,26%) de la muestra son procedentes de otros países.

El grupo está compuesto en su mayoría por una persona (44,19%); parejas (32,56%); amigos (13,95%); familiares (4,65%); pareja con hijos y sin parentesco (2,33% respectivamente). Del total se desprende que el (52,08%) son empleados, estudiantes mayores de 18 años (16,67%), profesionales independientes (12,50%), jubilados (6,25%), comerciantes y desocupados (4,17% respectivamente), y docentes (2,08%).

Entre las causas que motivaron el desplazamiento se destaca trámites (18,25%), seguido por vacaciones, visitas a familiares y amigos conjuntamente con educación (16,67% respectivamente), escala (8,33%), salud (6,26%), en tanto compras, Congresos, actividades culturales, deportes y otros representan (2,08% respectivamente).

En relación a la variable referida a la próxima región turística de destino final del viaje, los datos arrojados indican que el (39,53%) se dirige a la Región Buenos Aires; (27,91%) a la Región Turística Patagonia, Capital Federal (23,26%), Litoral y Cuyo (4,65% respectivamente).

Asimismo, los datos procesados que refieren a la modalidad de alojamiento muestran que el (36,36%) optó por Hotel; no planea alojarse (34,09%); casa (11,36%); Apart hotel (9,09%), Hostel y otras (4,55% respectivamente). La estadía promedio durante el mes de agosto es de 4,97 días en la ciudad.

En cuanto al medio de transporte utilizado para arribar a Bahía Blanca, se destaca que el (39,53%) utilizó ómnibus, mientras que el (34,88%) utilizó automóvil, avión (11,63%), barco (6,97%), en tanto combi, tren y a pie / dedo lo hicieron un (2,33% respectivamente).

En relación a la estimación del gasto que realizará en la ciudad durante su estadía, el (41,86%) gastará más de \$1500, menos de \$500 el (34,88%), mientras que el (23,26%) gastará entre \$500 y \$1500.

Una de las variables mensuradas refleja el medio de información sobre el destino, arrojando los siguientes datos: el (40,28%) no tenía información; el (29,17%) utilizó internet, por referencia de familiares y amigos lo hizo el (19,44%), (8,33%) otros, guías turísticas y folletos (1,39%) respectivamente.

Entre la información solicitada en los centros de información turística se destaca en primer término el plano de la ciudad con el (29,61%); información sobre atractivos el (18,99%), información sobre actividades (15,08%), información general (11,73%), información sobre alojamiento y gastronomía (5,59% respectivamente), información sobre transporte urbano (5,03%), información sobre transporte a la región (3,91%), información sobre la región (3,35%), información sobre otras localidades (1,12%).

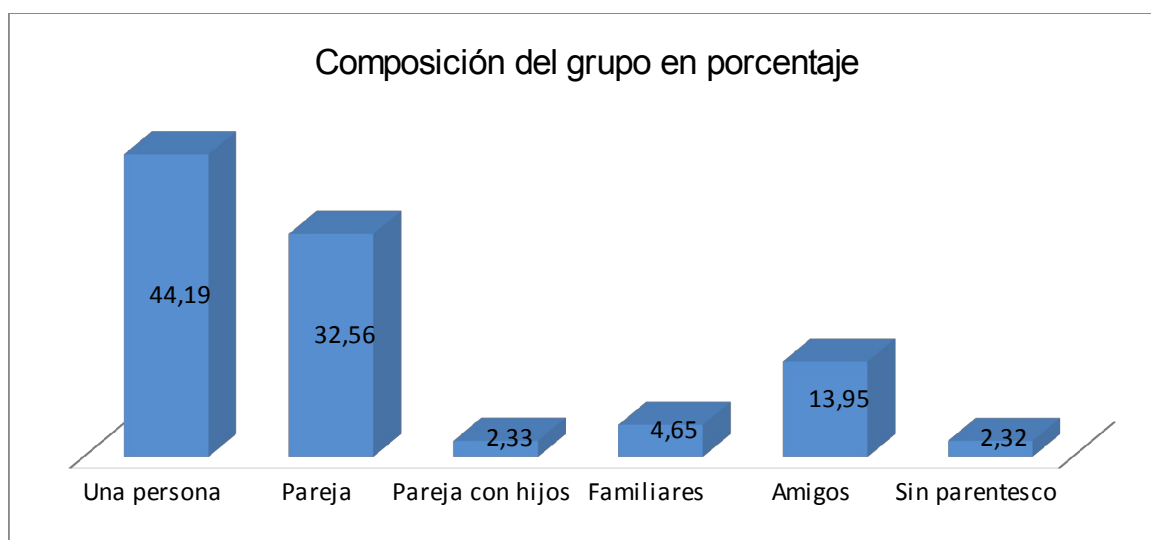
## Tabulación y gráfico de datos

Variable 1: Estadía promedio

|                          |               |
|--------------------------|---------------|
| N° de casos:             | 43            |
| Suma:                    | 214,0000      |
| Máximo:                  | 90,0000       |
| Mínimo:                  | 0,0000        |
| Rango:                   | 90,0000       |
| <b>Media aritmética:</b> | <b>4,9767</b> |
| Mediana:                 | 2,0000        |
| Moda:                    | 0,0000        |
| Varianza:                | 196,0692      |
| Desviación estándar:     | 14,0025       |

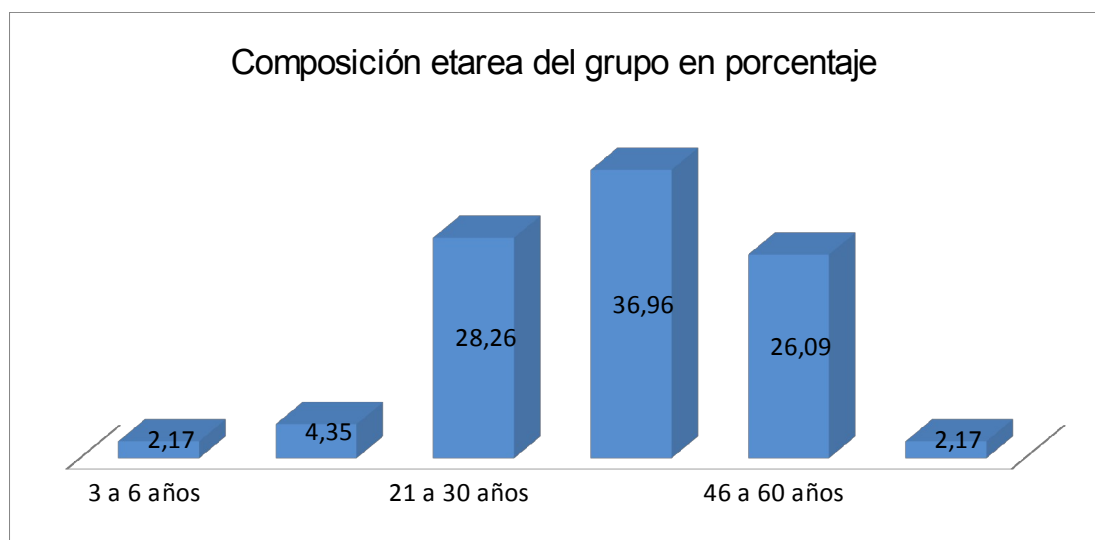
Variable 2: Composición del grupo

| Significado      | Total |
|------------------|-------|
| -----            | ----- |
| Una persona      | 44,19 |
| Pareja           | 32,56 |
| Pareja con hijos | 2,33  |
| Familiares       | 4,65  |
| Amigos           | 13,95 |
| Sin parentesco   | 2,32  |
| -----            | ----- |
| Total Muestra    | 43    |



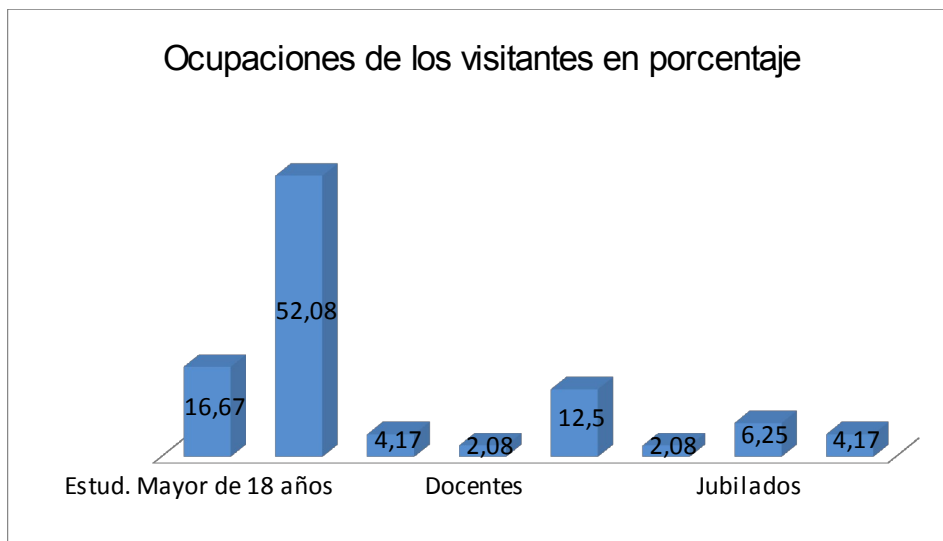
Variable 3: Edades

| Significado                                 | % s/<br>Total |
|---|---------------|
| 3 a 6 años                                  | 2,17          |
| 15 a 20 años                                | 4,35          |
| 21 a 30 años                                | 28,26         |
| 31 a 45 años                                | 36,96         |
| 46 a 60 años                                | 26,09         |
| > 60 años                                   | 2,17          |
| <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> |               |
| Total Muestra                               | 43            |



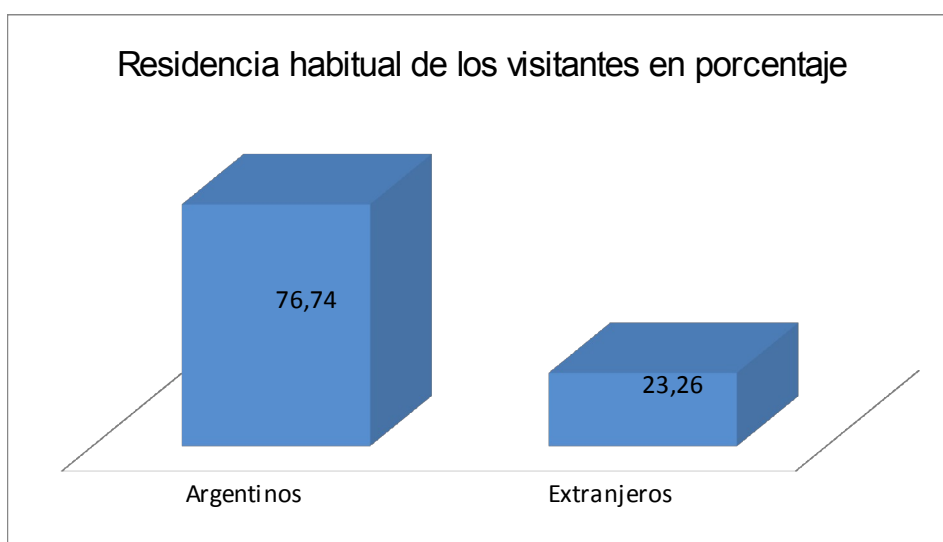
Variable 4: Ocupaciones

| Significado (respuestas múltiples)          | % s/<br>Total |
|---|---------------|
| Estudiantes >18                             | 16,67         |
| Empleados                                   | 52,08         |
| Comerciantes                                | 4,17          |
| Docentes                                    | 2,08          |
| Profesionales Independientes                | 12,50         |
| Autónomos                                   | 2,08          |
| Jubilados                                   | 6,25          |
| Desocupados                                 | 4,17          |
| <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> |               |
| Total Muestra                               | 43            |



Variable 5: Residencia habitual

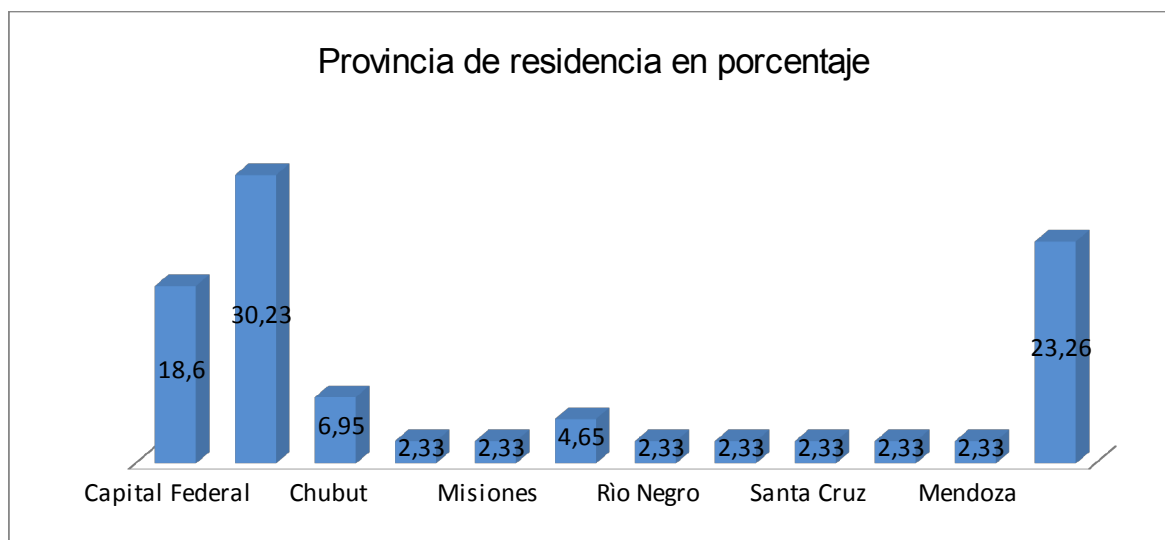
| Significado       | Frecuencia |
|-------------------|------------|
| Argentinos        | 33         |
| Extranjeros       | 10         |
| Total frecuencias | 43         |



# Perfil del visitante durante el mes de agosto 2014

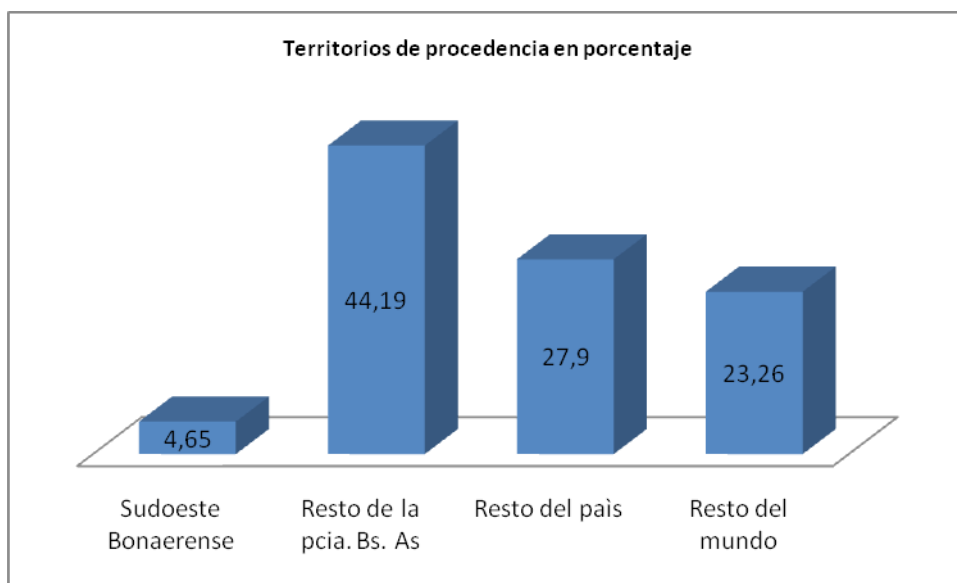
Variable 6: Provincia de residencia habitual

| Significado       | %         |
|-------------------|-----------|
| Capital Federal   | 18,60     |
| Buenos Aires      | 30,23     |
| Chubut            | 6,95      |
| La Pampa          | 2,33      |
| Mendoza           | 2,33      |
| Misiones          | 2,33      |
| Neuquén           | 4,65      |
| Río Negro         | 2,33      |
| San Juan          | 2,33      |
| Santa Cruz        | 2,33      |
| Santa Fe          | 2,33      |
| Extranjeros       | 23,26     |
| Total frecuencias | 43 100,00 |



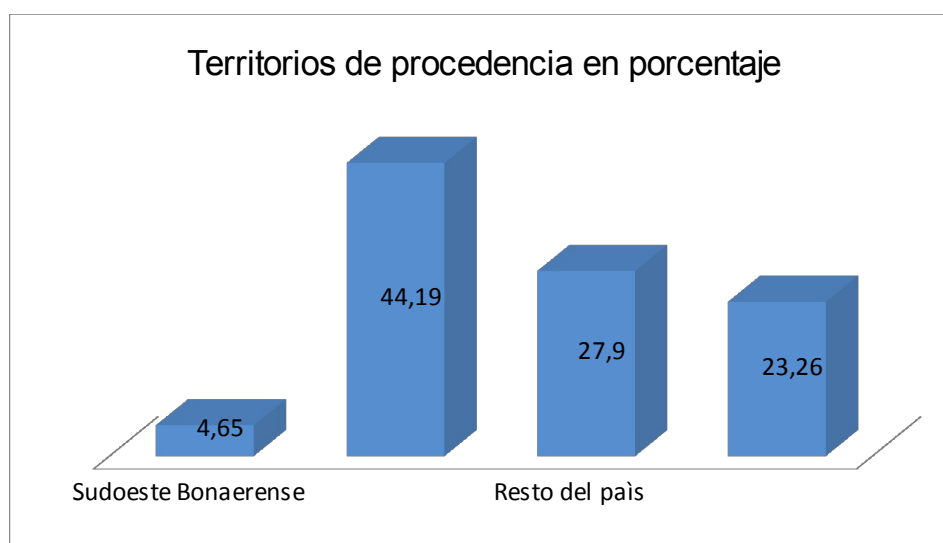
Variable 7: Territorios de procedencia

| Significado                           | %            |
|---------------------------------------|--------------|
| Sudoeste Bonaerense                   | 4,65         |
| Resto de la Provincia de Buenos Aires | 44,19        |
| <b>Resto del país</b>                 | <b>27,90</b> |
| <b>Resto del mundo</b>                | <b>23,26</b> |
| Total frecuencias                     | 43 100,00    |



Variable 8: País de origen

| Significado       | %         |
|-------------------|-----------|
| Argentina         | 76,74     |
| Brasil            | 9,30      |
| Colombia          | 2,33      |
| España            | 6,98      |
| Francia           | 4,65      |
| Total frecuencias | 43 100,00 |

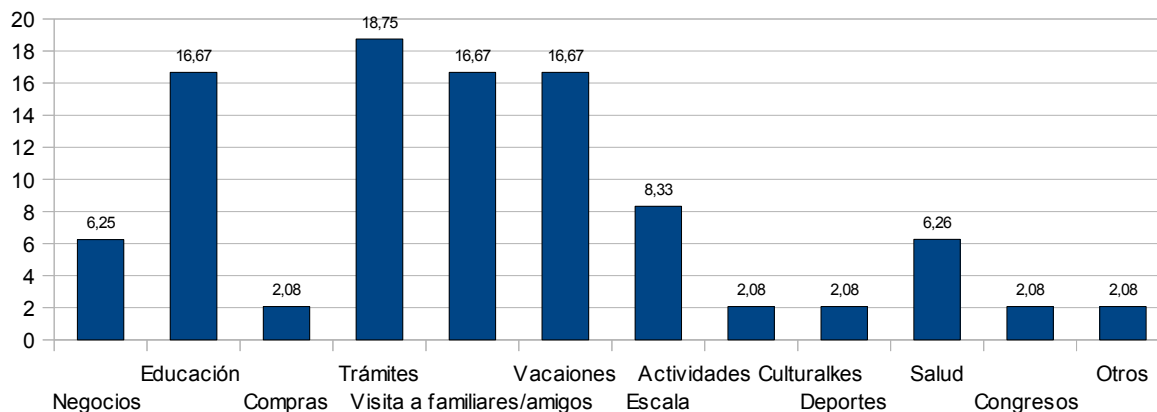


# Perfil del visitante durante el mes de agosto 2014

Variable 9: Motivo de su viaje

| Significado                  | % s/<br>Total |
|------------------------------|---------------|
| Negocios                     | 6,25          |
| Educación                    | 16,67         |
| Compras                      | 2,08          |
| Salud                        | 6,26          |
| Congresos                    | 2,08          |
| Trámites                     | 18,75         |
| Visita a familiares y amigos | 16,67         |
| Vacaciones                   | 16,67         |
| Escala                       | 8,33          |
| Actividades culturales       | 2,08          |
| Deportes                     | 2,08          |
| Otros                        | 2,08          |
| Total Muestra                | 43            |

Motivos del viaje de los visitantes en porcentaje





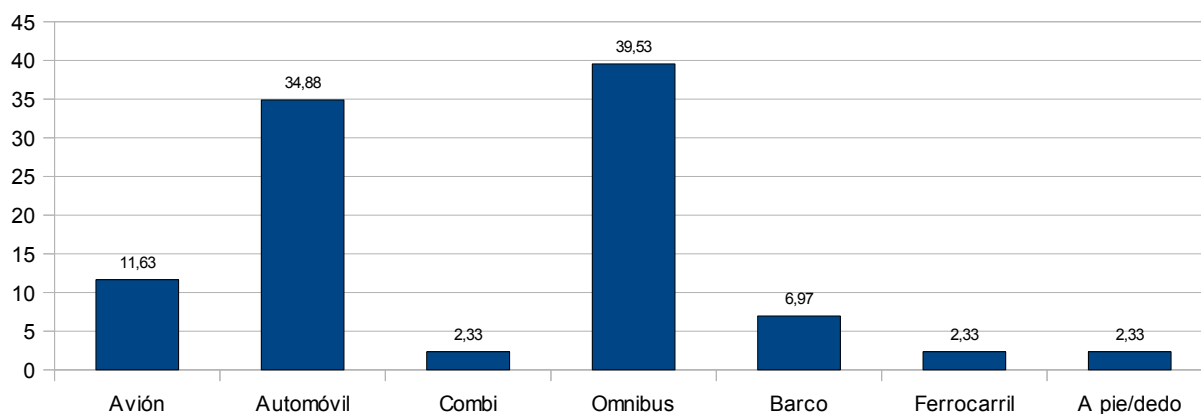
# Perfil del visitante durante el mes de agosto 2014

Variable 10: Transporte utilizado para arribar al destino

| Significado   | % s/<br>Total |
|---------------|---------------|
| Avión         | 11,63         |
| Automóvil     | 34,88         |
| Combi         | 2,33          |
| Ómnibus       | 39,53         |
| Barco         | 6,97          |
| Ferrocarril   | 2,33          |
| A pie/ a dedo | 2,33          |

Total Muestra 43

Transporte utilizado para arribar al destino en porcentaje

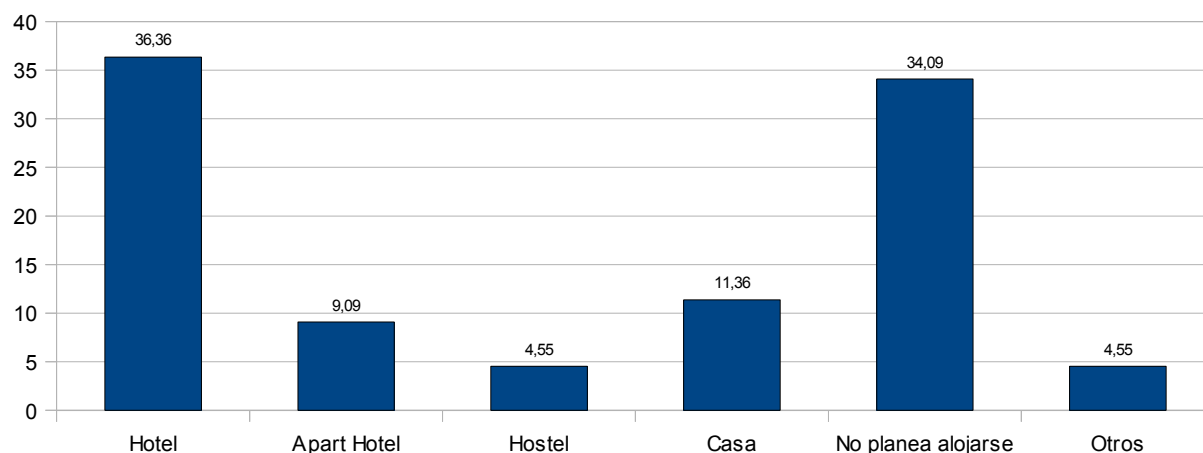


Variable 11: Lugar de alojamiento

| Significado                      | % s/<br>Total |
|----------------------------------|---------------|
| Hotel                            | 36,36         |
| Apart Hotel                      | 9,09          |
| Hostel                           | 4,55          |
| Casa                             | 11,36         |
| No planea alojarse/ está de paso | 34,09         |
| Otros                            | 4,55          |

Total Muestra 43

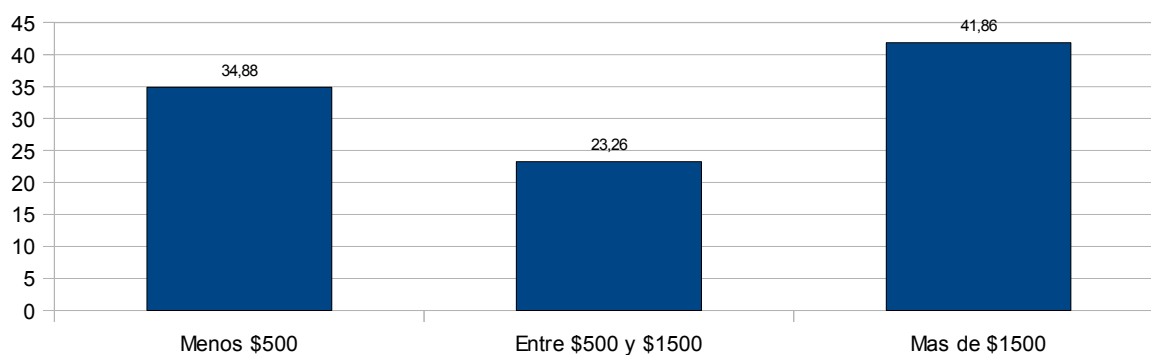
## Lugar de alojamiento de los visitantes en porcentaje



## Variable 12: Estimación del gasto durante la estadia

| Significado          | %         |
|----------------------|-----------|
| Menos de \$500       | 34,88     |
| Entre \$500 y \$1500 | 23,26     |
| Más de \$1500        | 41,86     |
| Total frecuencias    | 43 100,00 |

## Estimación del gasto durante la estadia de los visitantes en porcentaje

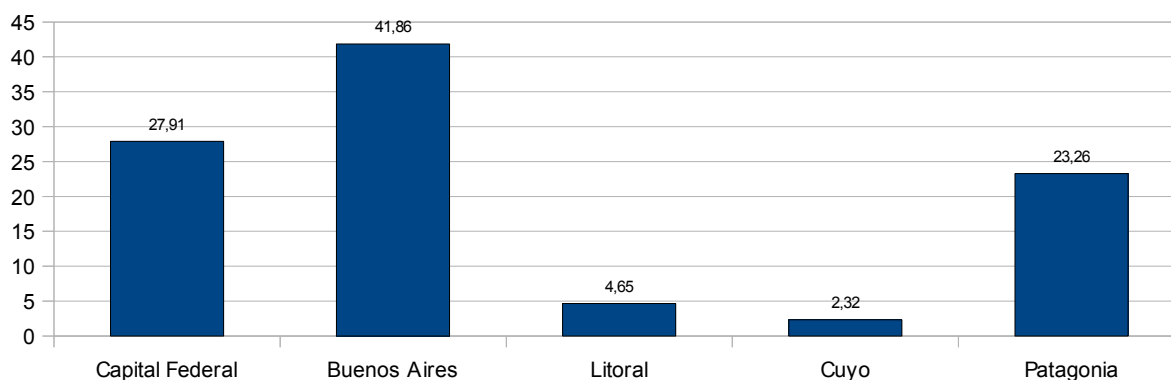


# Perfil del visitante durante el mes de agosto 2014

Variable 13: Región Turística de procedencia

| Significado       |    |        | %     |
|-------------------|----|--------|-------|
| Capital Federal   |    |        | 27,91 |
| Buenos Aires      |    |        | 41,86 |
| Litoral           |    |        | 4,65  |
| Cuyo              |    |        | 2,32  |
| Patagonia         |    |        | 23,26 |
| Total frecuencias | 43 | 100,00 |       |

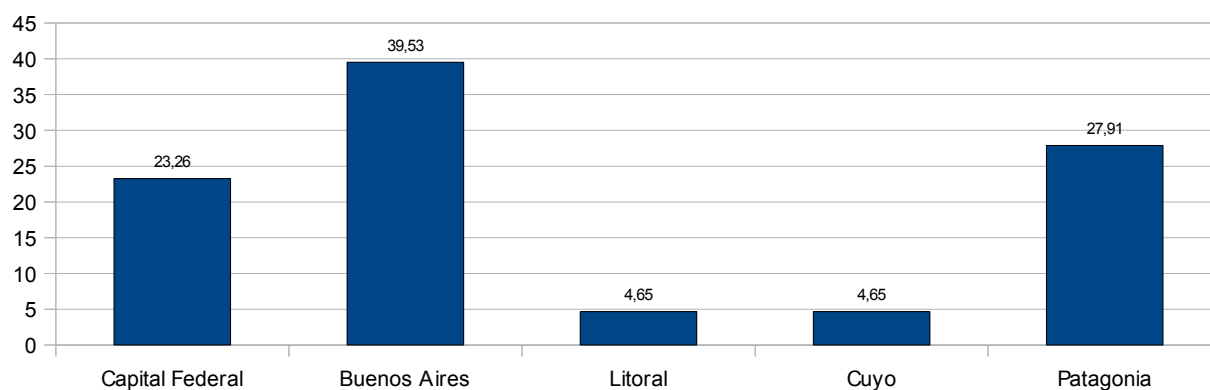
Región Turística de procedencia de los visitantes en porcentaje



Variable 14: Región turística de destino final del viaje.

| Significado       |    |        | %     |
|-------------------|----|--------|-------|
| Capital Federal   |    |        | 23,26 |
| Buenos Aires      |    |        | 39,53 |
| Litoral           |    |        | 4,65  |
| Cuyo              |    |        | 4,65  |
| Patagonia         |    |        | 27,91 |
| Total frecuencias | 43 | 100,00 |       |

## Región Turística de destino final del viaje en porcentaje

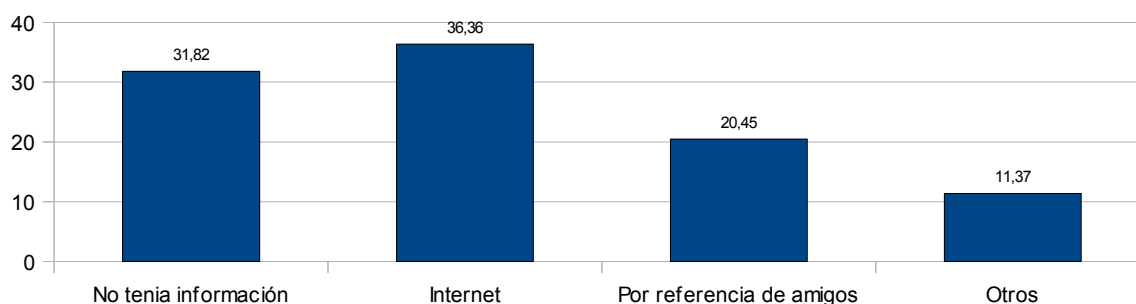


Variable 15: Medios de información sobre el destino

| Significado              | % s/<br>Total |
|--------------------------|---------------|
| No tenía información     | 31,82         |
| Internet                 | 36,36         |
| Por referencia de amigos | 20,45         |
| Otros                    | 11,37         |

Total Muestra 43

## Medios de Información sobre el destino en porcentaje



# Perfil del visitante durante el mes de agosto 2014

Variable 16: Motivo de la consulta al puesto

| Significado                              | % s/<br>Total |
|--|---------------|
| Pide plano de Bahía Blanca               | 30,40         |
| Información sobre actividades            | 19,20         |
| Información sobre atractivos             | 23,20         |
| Información sobre alojamientos           | 3,20          |
| Información sobre gastronomía            | 3,20          |
| Información sobre transporte urbano      | 4,00          |
| Información sobre transporte a la región | 0,80          |
| Información sobre la región              | 2,40          |
| Información general                      | 13,60         |
| Total Muestra                            | 43            |

Motivos del viaje de los visitantes en porcentaje

