

Resumen Ejecutivo mes de julio 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 julio.

La metodología del muestreo fue al azar totalizando 352 encuestas de las cuales 74 se efectuaron a visitantes representando el (21.02%) del total de la muestra.

Este trabajo tiene como objetivo conocer el perfil de los visitantes que se acercan a los puestos de información turística durante el mes de Julio.

De las 74 encuestas se desprenden que el (86.49%) de los visitantes encuestados son argentinos mientras que el (13.51 %) provienen de otros países (España, Chile, Alemania, Austria, Bélgica, Nicaragua).

En relación a la provincia de residencia el (27,03%) provienen de la Provincia de Buenos Aires, mientras que el (22,99%) proceden de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; seguido de Río Negro (10.81%), Chubut (9.46%), La Pampa (4.05%), Córdoba, Corrientes, Mendoza, Misiones, Neuquén, Salta, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe (1.35% respectivamente); en tanto el (13.51%) está representado por visitantes provenientes de otros países.

El grupo está compuesto en su mayoría por una persona (35.14%); pareja (29.73%); pareja con hijos (18.92%); familiares (12.16%); sin parentesco (2.70%); amigos (1.35%). En relación a las ocupaciones se desprende que el (54.35%) son empleados; estudiantes menores de 18 años (13.04%); jubilados (9.78%); estudiantes mayores de 18 años (7.61%); profesionales independientes (6.52%); comerciantes (4.35%); docentes (2.17%); autónomos y otros (1.09%).

Entre las causas que motivaron el desplazamiento se destaca vacaciones (39.02%); escala (15.85%); visita a familiares y amigos (13.41%); otros y compras (7.32%); trámites (4.88%); Negocios (3.66%); deportes, búsqueda de empleo y educación (2.44%); salud (1.22%).

En relación a la variable referida a la próxima región turística de destino final del viaje, los datos arrojados indican que el (40.54%) tienen como destino final del viaje a la Región Turística Buenos Aires; en tanto el (33.78%) se dirigen hacia la Región Turística Patagonia, en tanto el (13.52%) se dirigen hacia la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, hacia la Región Turística del Litoral el (5.41%), el (4.05%) se dirige a la Región Centro, y el (1.35%) a las Regiones Turísticas de Cuyo y Norte respectivamente.

Asimismo, los datos procesados que refieren a la modalidad de alojamiento muestran que el (39.19%) optó por Hotel; (25.68%) no planea alojarse; (22.97%) lo hizo en casas, mientras que el (8.11%) optó por la modalidad Hostel; en Apart Hotel lo hizo el (2.70%); mientras que en otras modalidades lo hizo el (1.35%). La estadía promedio durante el mes de julio es de 4.33 días en la ciudad.

En cuanto al medio de transporte utilizado para arribar a Bahía Blanca, se destaca que el (60.81%) utilizó automóvil; el (25.68%) lo hizo en ómnibus; en tren (6.76%); en avión (5,41%); mientras que en combi lo realizó el (1.35%).

En relación a la estimación del gasto que realizará en la ciudad durante su estadía; más de \$1500 representa el (40.54%), menos de \$500.- el (31,08%), y el (28,38%) realizará entre \$500 y \$1500.-.

Una de las variables mensuradas refleja el medio de información sobre el destino, arrojando los siguientes datos: el (35 %) utilizó internet; por referencia de familiares y amigos lo hizo el (33.75%); no tenía información (20%); otros (7.50%); y folletos (3.75%).

Entre la información solicitada en los centros de información turística se destaca en primer término el plano de la ciudad con el (31.10%); información sobre atractivos (20.57%); información sobre actividades (15.79%); información general (10.05%); información sobre alojamiento (8.13%), información sobre gastronomía (6.70%), información sobre la región (3.35%), información sobre transporte urbano (2.87%); mientras que el (1.44%) solicitó información sobre transporte a la región.

En este contexto, es preciso mencionar la importancia que han tenido los puestos de información turística para la población local a la hora de planificar sus actividades durante su tiempo de ocio en el receso invernal, ya que representan el (78.98%) del total de las consultas tomadas en el muestreo. Entre la información solicitada se destaca la programación de las actividades de invierno para niños y adultos, información sobre otros destinos turísticos de la región, e información sobre transporte urbano, entre otros.

Tabulación y gráfico de datos

Variable 1: Estadía Promedio

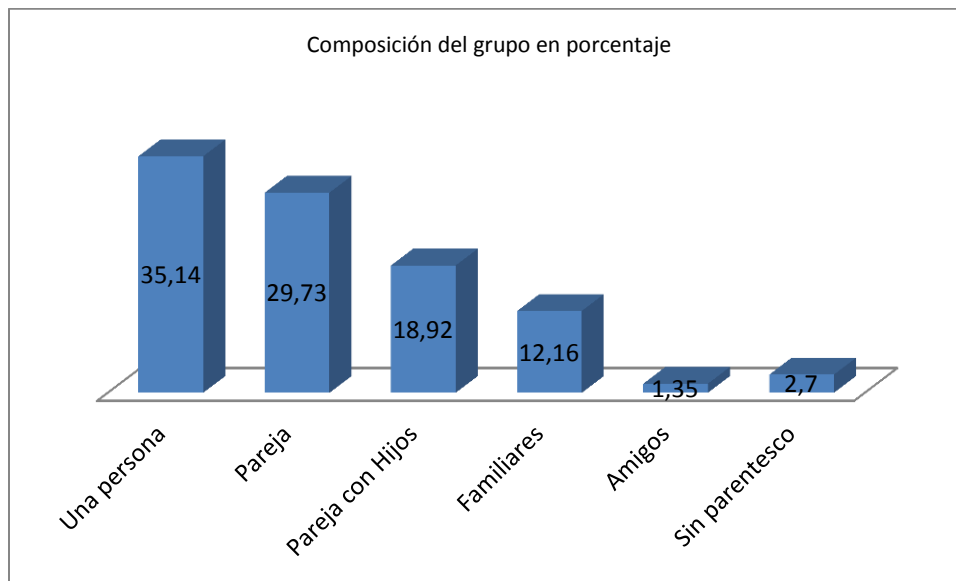
Nº de casos:	74
Suma:	321,0000
Máximo:	120,0000
Mínimo:	0,0000
Rango:	120,0000
Media aritmética:	4,3378

Variable 2: Composición del grupo

Significado	Total%
-------------	--------

Una persona	35,14
Pareja	29,73
Pareja con hijos	18,92
Familiares	12,16
Amigos	1,35
Sin parentesco	2,70

Total Muestra 74

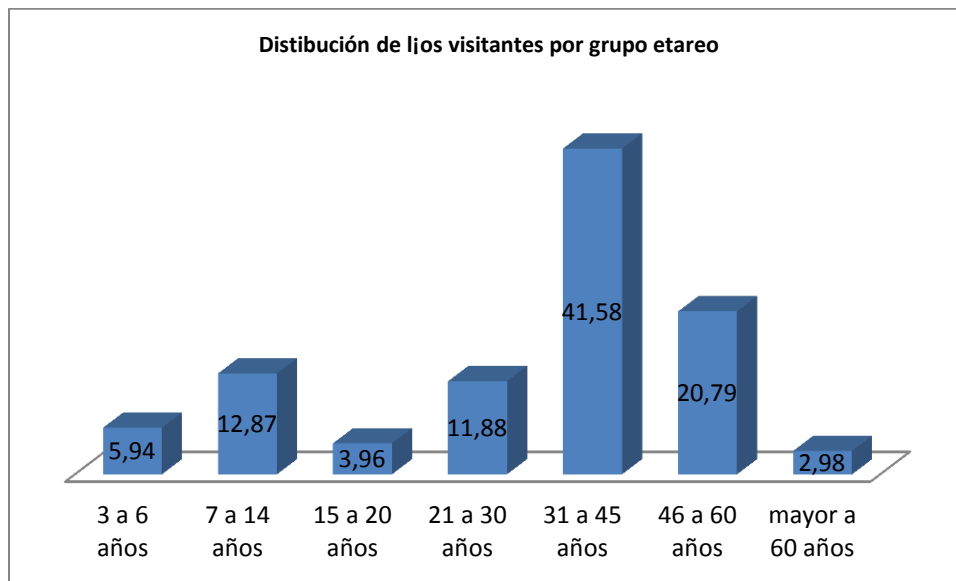


Variable 3: Edades

Significado	Total %
-------------	---------

3 a 6 años	5,94
7 a 14 años	12,87
15 a 20 años	3,96
21 a 30 años	11,88
31 a 45 años	41,58
46 a 60 años	20,79
> 60 años	2,98

Total Muestra 74

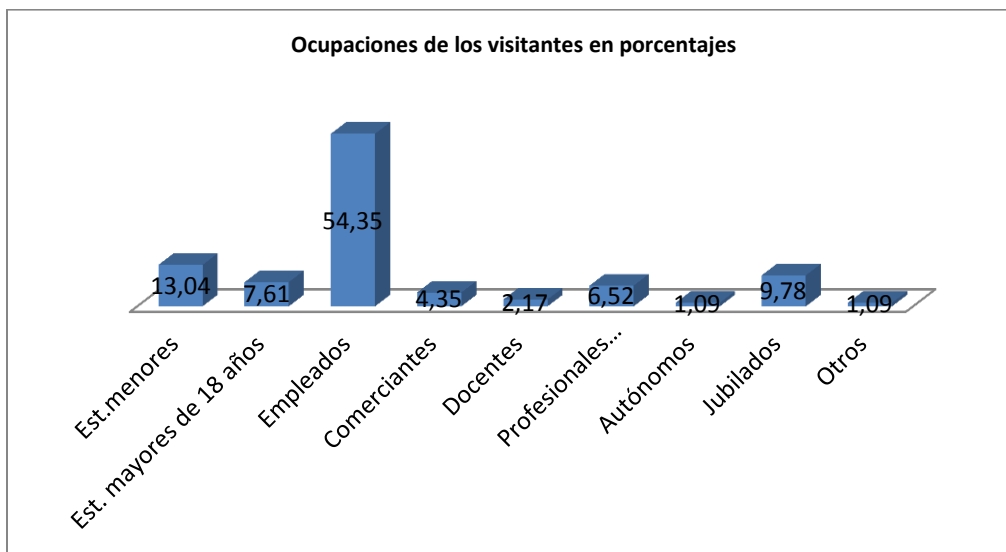


Variable 4: Ocupaciones

Significado	Total %
-------------	---------

Estudiantes <18	13,04
Estudiantes >18	7,61
Empleados	54,35
Comerciantes	4,35
Docentes	2,17
Profesionales Independientes	6,52
Autónomos	1,09
Jubilados	9,78
Otros	1,09

Total Muestra	74

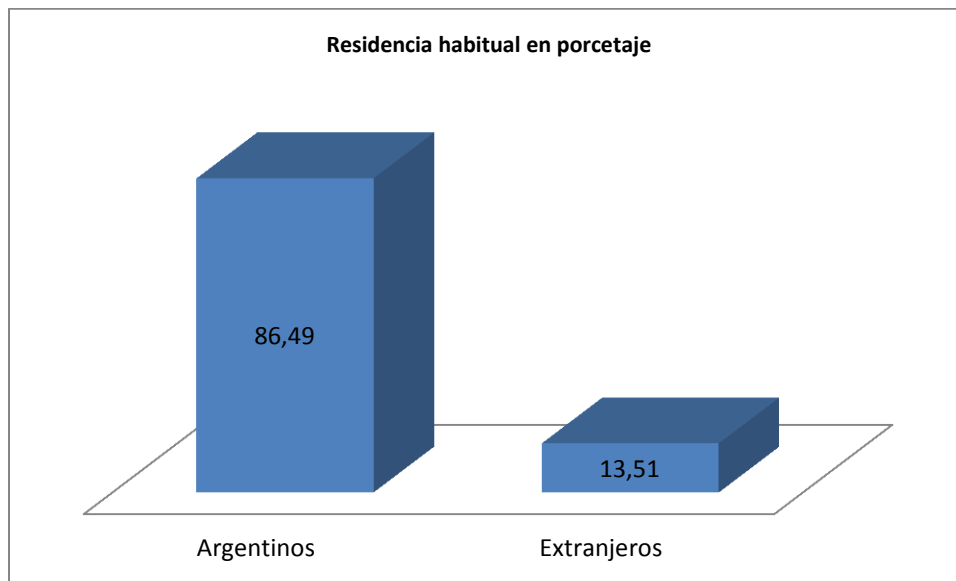


Variable 5: Residencia

Significado	%

Argentinos	86,49
Extranjeros	13,51

Total frecuencias	74 100,00



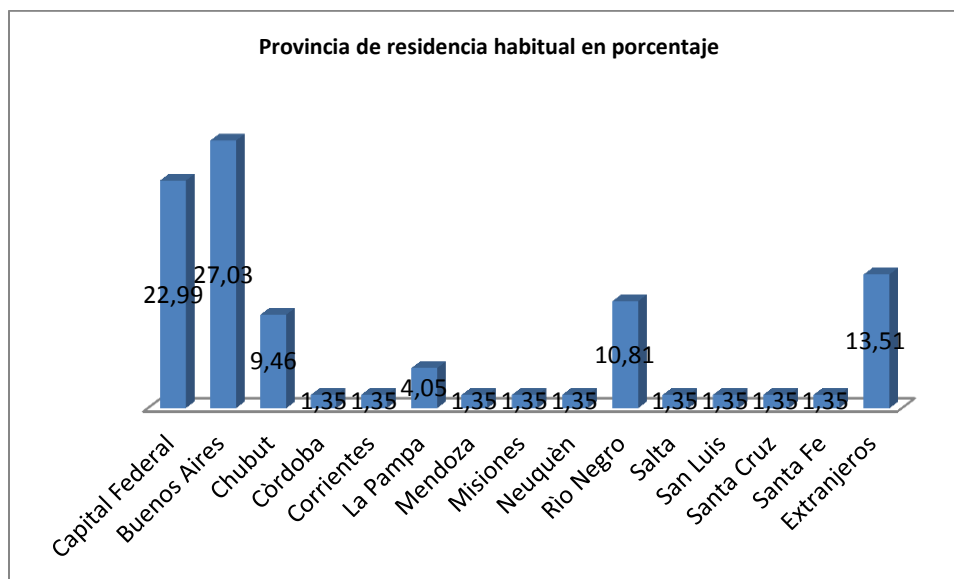
Variable 6: Provincia de residencia habitual

Significado	%
Capital Federal	22,99
Buenos Aires	27,03
Chubut	9,46
Córdoba	1,35
Corrientes	1,35
La Pampa	4,05
Mendoza	1,35
Misiones	1,35
Neuquén	1,35
Río Negro	10,81
Salta	1,35
San Luis	1,35

Perfil del visitante durante el mes de julio | 2014

Santa Cruz	1,35
Santa Fe	1,35
Extranjeros	13,51

Total frecuencias 74 100,00

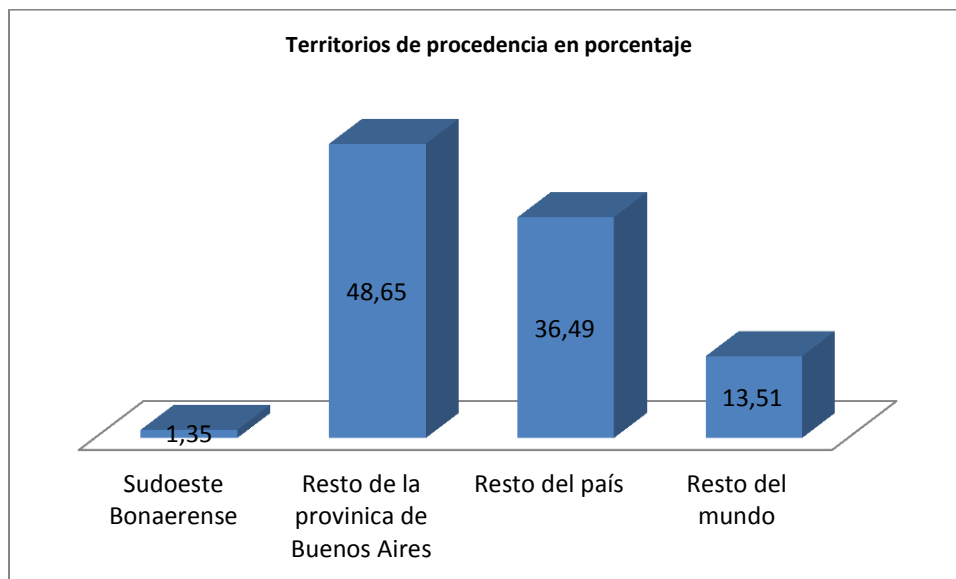


Variable 7: Territorios de procedencia

Significado	%
-------------	---

Sudoeste Bonaerense	1,35
Resto de la Provincia de Buenos Aires	48,65
Resto del país	36,49
Resto del mundo	13,51

Total frecuencias 74 100,00

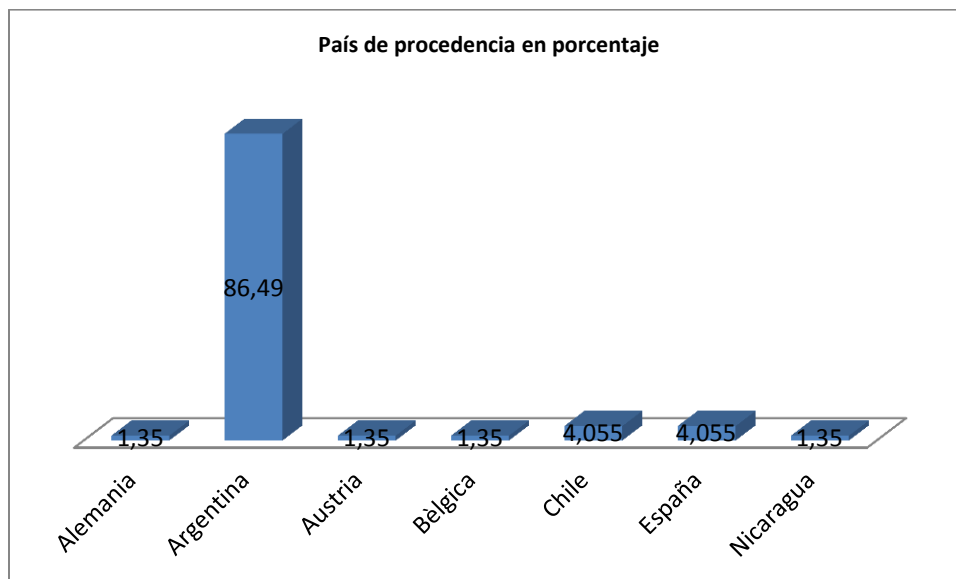


Variable 8: País de procedencia

Significado	%
-------------	---

Alemania	1,35
Argentina	86,49
Austria	1,35
Bélgica	1,35
Chile	4,055
España	4,055
Nicaragua	1,35

Total frecuencias	74 100,00



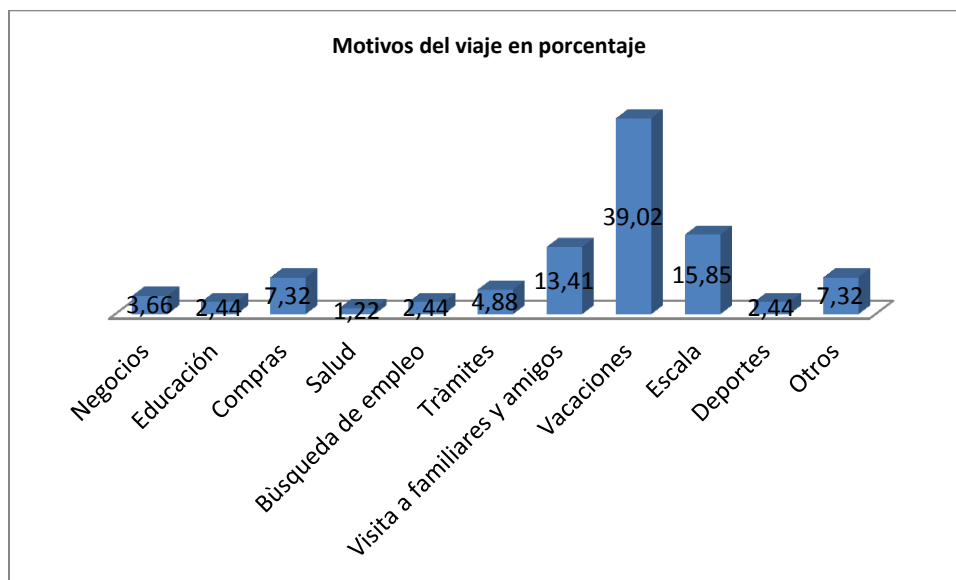
Variable 9: Motivos del viaje

Significado	Total %
-------------	---------

Negocios	3,66
Educación	2,44
Compras	7,32
Salud	1,22
Búsqueda de empleo	2,44
Trámites	4,88
Visita a familiares y amigos	13,41
Vacaciones	39,02
Escala	15,85
Deportes	2,44

Otros 7,32

Total Muestra 74

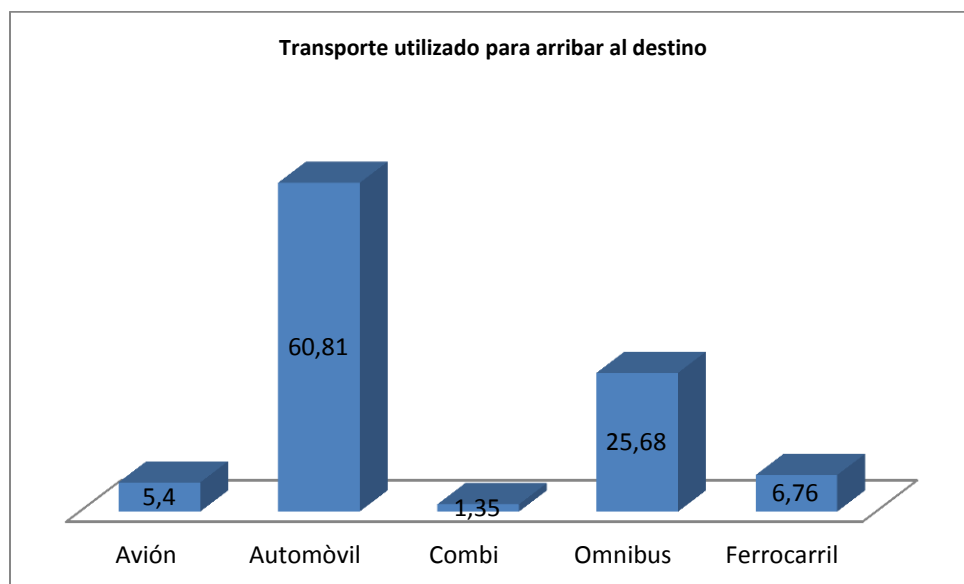


Variable 10: Transporte utilizado para arribar al destino

Significado Total%

Avión	5,41
Automóvil	60,81
Combi	1,35
Ómnibus	25,68
Ferrocarril	6,76

Total Muestra 74

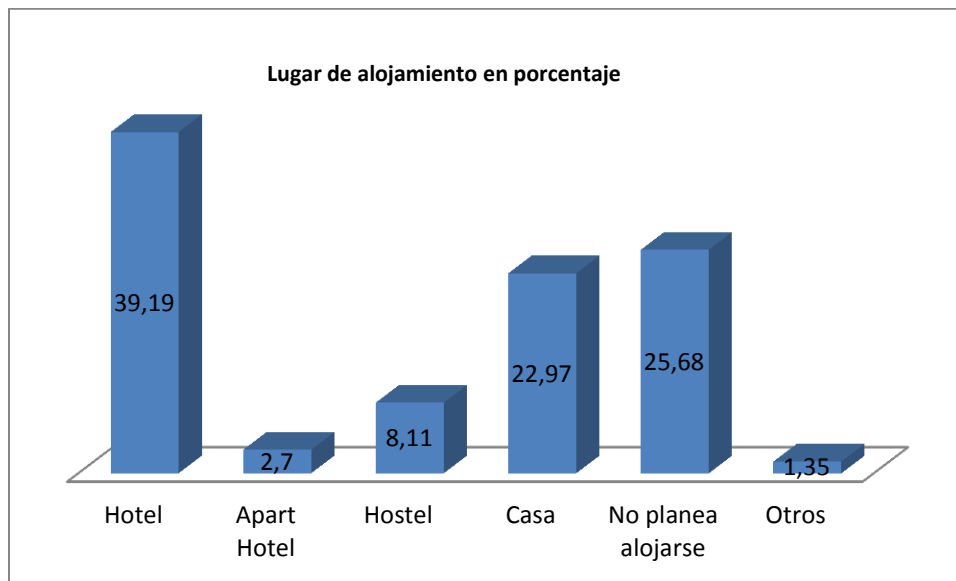


Variable 11: Lugar de alojamiento

Significado	Total %
-------------	---------

Hotel	39,19
Apart Hotel	2,70
Hostel	8,11
Casa	22,97
No planea alojarse/ está de paso	25,68
Otros	1,35

Total Muestra 74



Variable 12: Estimación del gasto durante la estadía

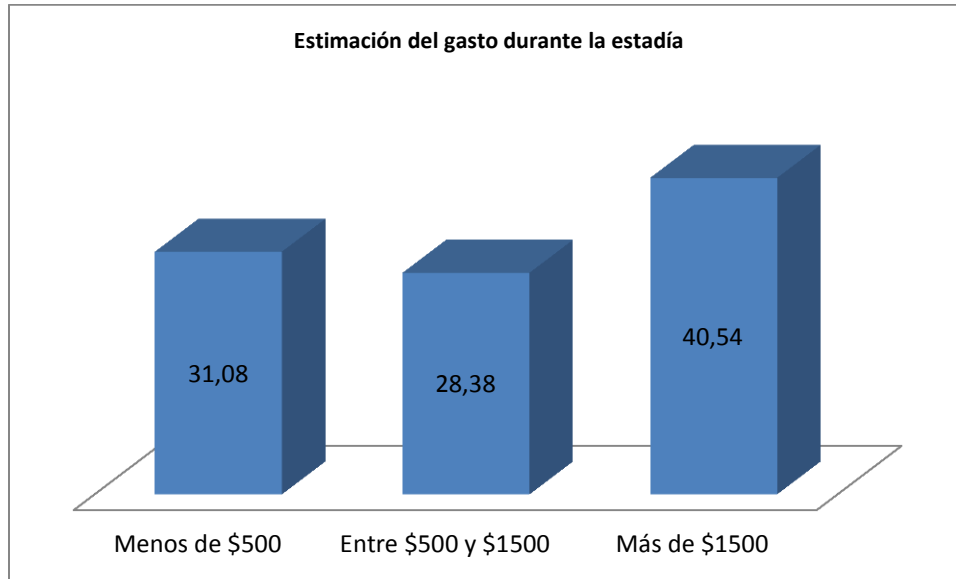
Significado	%
-------------	---

Menos de \$500	31,08
----------------	-------

Entre \$500 y \$1500	28,38
----------------------	-------

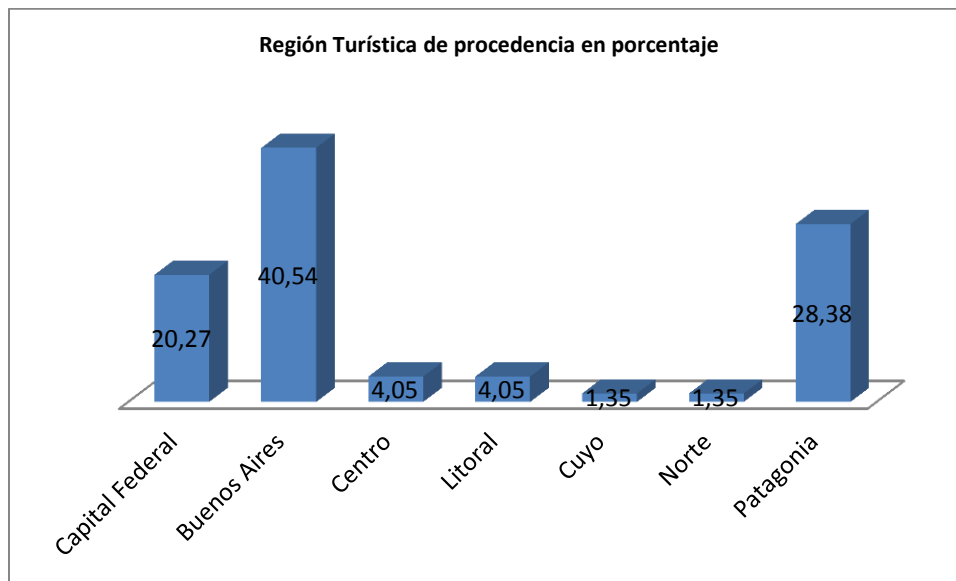
Más de \$1500	40,54
---------------	-------

Total frecuencias	74	100,00
-------------------	----	--------



Variable 13: Región Turística de procedencia

Significado	%
Capital Federal	20,27
Buenos Aires	40,54
Centro	4,05
Litoral	4,05
Cuyo	1,35
Norte	1,35
Patagonia	28,38
Total frecuencias	74 100,00

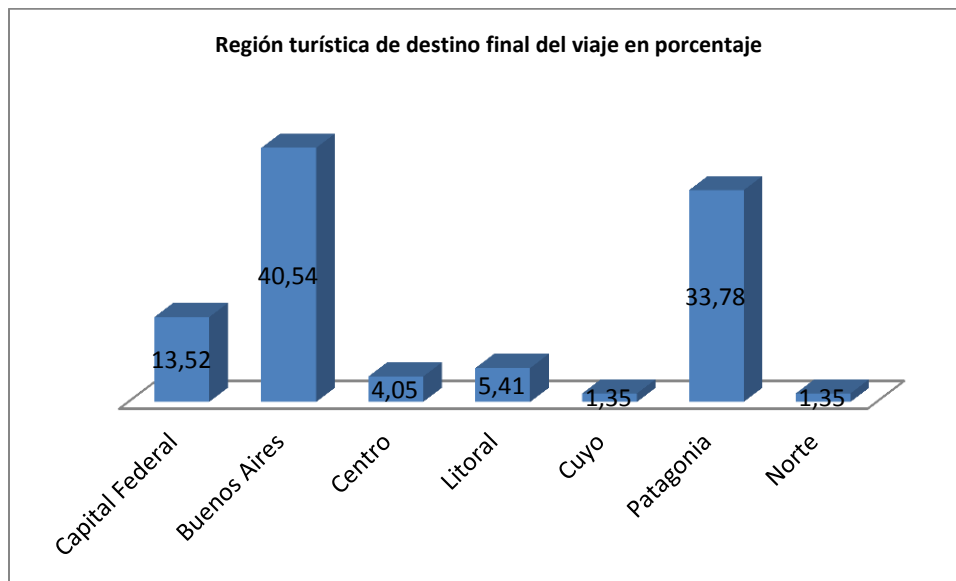


Variable 14: Región Turística de destino final del viaje

Significado	%
-------------	---

Capital Federal	13,52
Buenos Aires	40,54
Centro	4,05
Litoral	5,41
Cuyo	1,35
Norte	1,35
Patagonia	33,78

Total frecuencias	74	100,00
-------------------	----	--------

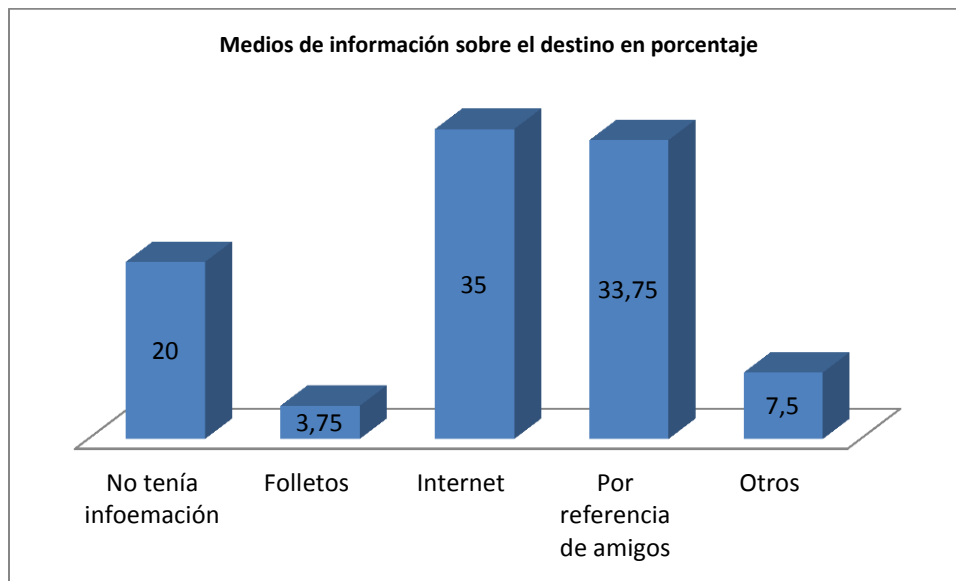


Variable 15: Medios de información sobre el destino

Significado	Total %
-------------	---------

No tenía información	20,00
Folletos	3,75
Internet	35,00
Por referencia de amigos	33,75
Otros	7,50

Total Muestra 74



Variable 16: Motivo de la consulta al puesto

Significado	Total %
Pide plano de Bahía Blanca	31,10
Información sobre actividades	15,79
Información sobre atractivos	20,57
Información sobre alojamiento	8,13
Información sobre gastronomía	6,70
Información sobre transporte urbano	2,87
Información sobre transporte a la región	1,44
Información sobre la región	3,35
Información general	10,05

Total Muestra	74

