



PERFIL DEL VISITANTE DE TURISMO DE REUNIONES 2015

Encuestas testigo

Mayo 14 y 15 / IV Jornadas del Programa de Posgrado del Departamento de Geografía y Turismo III Jornadas Nacionales de Posgrado en Geografía II Jornadas Internacionales de Posgrado en Geografía Sede: Centro Histórico Cultural de la UNS, Rondeau 29 Organiza: Departamento de Geografía y Turismo UNS Contacto: www.geografiayturismo.uns.edu.ar

Mayo 20 al 22 / VII Congreso Nacional de Estudiantes de Posgrado en Economía Organiza: Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur, e Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur, CONICET-Universidad Nacional del Sur Contacto: www.cnepe.blogspot.com.ar

Mayo 27 al 29 / Congreso Dr. Antonio A. R. Monteiro Organiza: INMABB y Departamento de Matemática. UNS

Mayo 20 al 22 XXVIII Encuentro Nacional de Docentes en Investigación Operativa (EMDIO), XXVI Escuela de Perfeccionamiento en Investigación Operativa (EPIO), VII Red Iberoamericana de Evaluación y Decisión Multicriterio (RedM) Sede: Universidad Nacional del Sur Contacto: www.epio.org.ar/xiiendio2.html

Septiembre 21 al 24 XIX Congreso argentino de Catálisis VII Congreso de Catálisis del Mercosur Mercocat organiza: Sociedad Argentina de Catálisis (SACat), Universidad Nacional del Sur e Institutos de CONICET con sede en el CCT CONICET Bahía Blanca Contacto: cpiquer@plapiqui.edu.ar

Octubre 1 al 3 XXV Jornadas Nacionales de Derecho Civil Organiza: Universidad Nacional del Sur. Contacto: www.jndcbahiablanca2015.com

Octubre 5 al 8 XXXVIII Congreso Argentino de Horticultura XVI Jornadas Nacionales de Floricultura VIII Reunión Científica de la Cebolla del Mercosur III Jornadas Fitosanitarias y Toxicología VIII Encuentro Docentes Horticultura Sede: Universidad Nacional del Sur, Avda. Colón 80 y Centro Histórico y Cultural de la UNS, Rondeau 29. Organiza: Asociación Argentina de Horticultura (ASAHO) e



International Society for Horticultural Science (ISHS) Contacto:
<http://38congresohorticola.wix.com/congresohorticultura>

Octubre 7 al 8 XX Reunión Anual de la Red Pymes - Mercosur Organiza:
Departamento de Economía (UNS), Instituto de Investigaciones Económicas y
Sociales del Sur (IESS). CONICET-UNS, Departamento de Ciencias de la
Administración (UNS), Facultad Regional Bahía Blanca (UTN) Contacto:
<http://www.redpymes.org.ar/>

Informe Ejecutivo

El objetivo del presente trabajo es conocer el perfil del visitante de Turismo de Reuniones como así también el impacto económico que esta modalidad genera en la localidad sede.

En tal sentido, y como se viene desarrollando desde el año 2010, la ciudad de Bahía Blanca forma parte del Observatorio Económico de Turismo de Reuniones que elabora el Ministerio de Turismo de la Nación y desde el área de turismo se colabora en la toma de encuestas. En este contexto, en lo que va del año 2015 se efectuaron 97 tomas a los asistentes que participaron, arrojando los siguientes datos.

La estadía promedio en la ciudad es de 4,24 días, con un gasto promedio de \$ 6936.- durante la estadía por persona. El gasto se distribuye entre pasajes, alimentación, alojamiento, alquiler de auto, compras, actividades de ocio, inscripción, entre otros.

En relación a la residencia habitual podemos decir que en su mayoría los participantes son argentinos (77,32 %), en tanto el (22,68%) son extranjeros (Ecuador, Brasil, Chile, Colombia, España y México). En relación a la provincia de residencia habitual los datos muestran que el (17,53%) proceden de la Provincia de Buenos Aires; mientras que de Córdoba lo hacen el (10,31%), de Río Negro el (9,28%), Santa Fe (8,25%), Ciudad de Buenos Aires (7,22%), Misiones (5,15%), Entre Ríos y Tucumán (3,09%), seguidos de La Pampa, y La Rioja (2,06%), Catamarca, Corrientes, Chaco, Chubut, Jujuy, Mendoza, Neuquén, San Juan, Santa Cruz.

En relación al tipo de alojamiento elegido podemos decir que el (20,62%) optó por la modalidad hotel 4 estrellas, hotel 3 estrellas (18,56%), hotel 1-2 estrellas (10,31%),



apart hotel (9,28%); albergue hostel (8,25%), vivienda propia de familiares /amigos (7,22%), hospedaje – residencial (2,06%), vivienda alquilada (1,03%), en tanto la modalidad otras formas de alojamiento representa el (22,68%) de la muestra.

Otra de las variables mensuradas hace referencia a la forma de contratación del viaje, destacándose contratación directa y/o transporte con el (86,60%), por cuenta de terceros (10,31%), a través de un paquete armado por el organizador del evento (2,06%), a través de un paquete armado por una agencia de viajes (1,03%).

En relación al medio de información elegido para informarse sobre la reunión podemos decir que la categoría otros representa el (42,27%), (40,21%) lo hizo por internet; entidad organizadora (15,46%), empresa donde trabaja (9,28%). En tanto los datos que realacionan la residencia habitual con el medio de información demuestran que los extranjeros se han informado en un (68,18%) a través de otras modalidades, el (27,27%) a través de internet, y el (4,55%) por medio de la entidad organizadora. El avión fue el medio de transporte más utilizado para arribar al destino con el (53,61%) del total, en tanto en ómnibus lo hizo el (34,02%), en automóvil el (12,37%), en tanto los extranjeros utilizaron en un 100% la modalidad avión a los efectos de arribar al destino Bahía Blanca.

La mayoría de los asistentes afirman llegar por primera vez (57,73%); esporádicamente (34,02%) y varias veces al año (8,25%; en tanto los extranjeros denotan ser la primera vez que visitan la ciudad (54,55%) y esporádicamente (45,45%). Entre los artículos que compró durante el viaje un gran porcentaje no contesta (47,42%), se destaca compra de ropa (25,77%), libros y souvenirs (18,56%); artículos de cuero (8,25%), otros (6,19%), productos regionales (1,03%). La relación entre los artículos que compraron durante el viaje y la procedencia demuestra que los extranjeros en su mayoría compraron libros (54,55%), ropa (45,45%), artículos de cuero (36,36%), no contesta (27,27%), souvenirs (9,09%), y otros (4,55%). Entre las actividades que desarrollaron en el destino se puede decir que el (64,95%) no contesta, el (16,49%) visita a museos,, teatro/cines (14,43%), otros (13,40%), en tanto city tour y excursiones contratadas representan el (3,09%) respectivamente, mientras que espectáculos de tango y folklore equivalen al (1,03%).

Entre las variables mensuradas se evalúa la sede, el servicio de alojamiento, y el transporte utilizado para arribar al destino entre otros. En tal sentido, podemos decir que en relación a las sedes en general la mayoría respondió muy buena (52,58%);



excelente (21,65%); buena (14,43%), no contesta (9,28%), regular (2,06%). En referencia al servicio de alojamiento se destaca muy bueno con el (41,24%), bueno (26,80%);excelente (11,34%), no contesta (10,31%), regular (9,28%) y muy malo (1,03%).En tanto el servicio de gastronomía es evaluado como muy bueno (45,36%), bueno (26,80%), no contesta (14,43%), excelente (11,34%) y regular (2,06%).

En relación al servicio de transporte el (32,99%) respondió que el servicio era muy bueno, (26,80%) no contesta, el (23,71%) bueno, excelente (14,43%), regular (2,06).

Una de las variables evaluadas apunta a reconocer la repetición del viaje en tal sentido el (94, 85%) considera que volvería a la ciudad, en tanto un (5,15%) no volvería; de los que regresarían el principal motivo es otro (58,76%), para asistir a otras reuniones (23,71%), ocio (17,53%), estudio (9,28%), negocios (4,12%), visita a familiares y amigos (3,09%).



Variable 1: Estadía promedio en la ciudad

Nº de casos:	97
Suma:	412,0000
Máximo:	15,0000
Mínimo:	1,0000
Rango:	14,0000
Media aritmética:	4,2474
Mediana:	3,0000
Moda:	3,0000
Varianza:	12,9285
Desviación estándar:	3,5956

Variable 2: Estimación del gasto en pesos

Nº de casos:	97
Suma:	672.792,0000
Máximo:	20.200,0000
Mínimo:	460,0000
Rango:	19.740,0000
Media aritmética:	6.936,0000
Mediana:	5.500,0000
Moda:	2.000,0000
Varianza:	28.346.051,2165
Desviación estándar:	5.324,1010

Relación del gasto con la procedencia

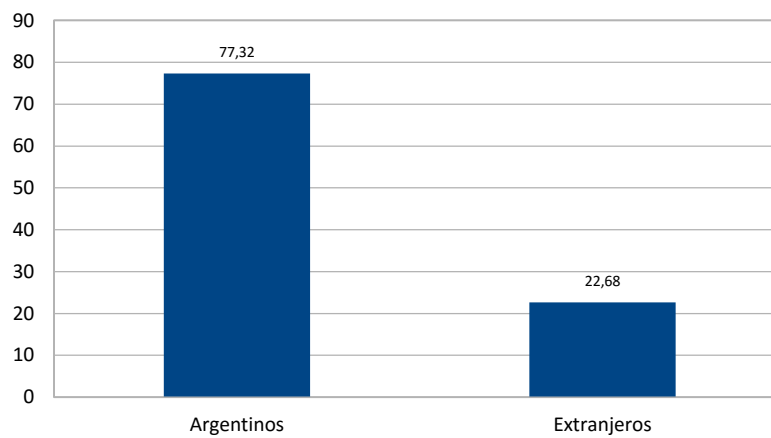
VARIABLE	Residencia habitual		
	TOTAL MUESTRA	Nacionales	Extranjeros
33 Gasto	Med = 6936,0000	4848,3200	14053,0909
	N = 97	75	22



Variable 3: ¿Cuál es su lugar de residencia habitual?

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Argentino	75	77,32
2 Extranjero	22	22,68
Total frecuencias		97 100,00

Residencia habitual de los visitantes



Variable 4: Provincia de residencia

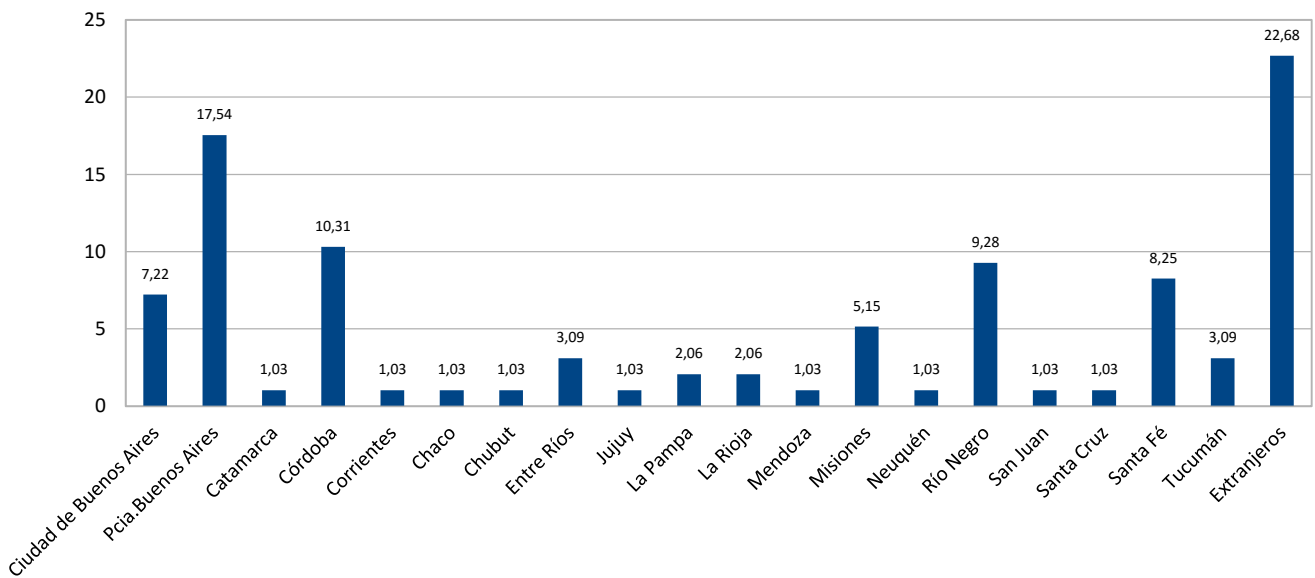
Valor Significado	Frecuencia	%
1 Ciudad de Buenos Aires	7	7,22
2 Pcia. de Buenos Aires	17	17,53
3 Catamarca	1	1,03
4 Córdoba	10	10,31
5 Corrientes	1	1,03
6 Chaco	1	1,03



7	Chubut	1	1,03
8	Entre Ríos	3	3,09
10	Jujuy	1	1,03
11	La Pampa	2	2,06
12	La Rioja	2	2,06
13	Mendoza	1	1,03
14	Misiones	5	5,15
15	Neuquén	1	1,03
16	Río Negro	9	9,28
18	San Juan	1	1,03
20	Santa Cruz	1	1,03
21	Santa Fe	8	8,25
24	Tucumán	3	3,09
25	Extranjeros	22	22,68

 Total frecuencias 97 100,00

Procedencia según residencia habitual



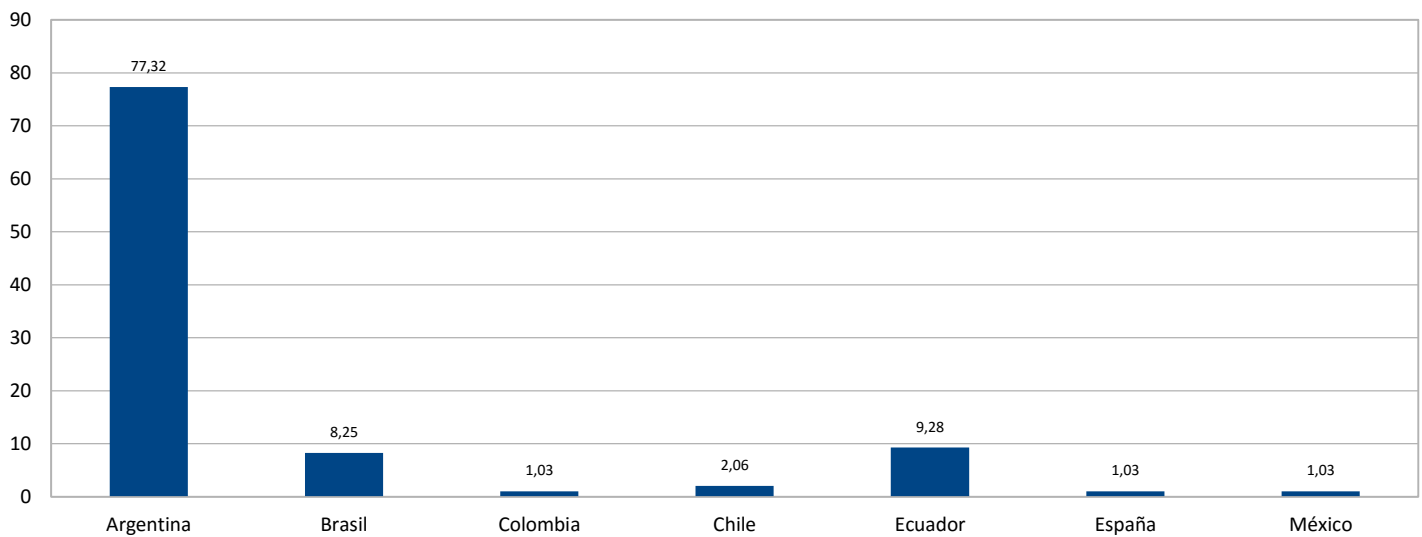


Variable 5: País de residencia habitual

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Argentina	75	77,32
5 Brasil	8	8,25
8 Colombia	1	1,03
9 Chile	2	2,06
11 Ecuador	9	9,28
13 España	1	1,03
20 México	1	1,03

Total frecuencias	97	100,00

País de residencia habitual





Variable 6: ¿Incluye este viaje la visita a otros países?

Valor Significado	Frecuencia	%
2 NO	97	100,00

Total frecuencias	97	100,00

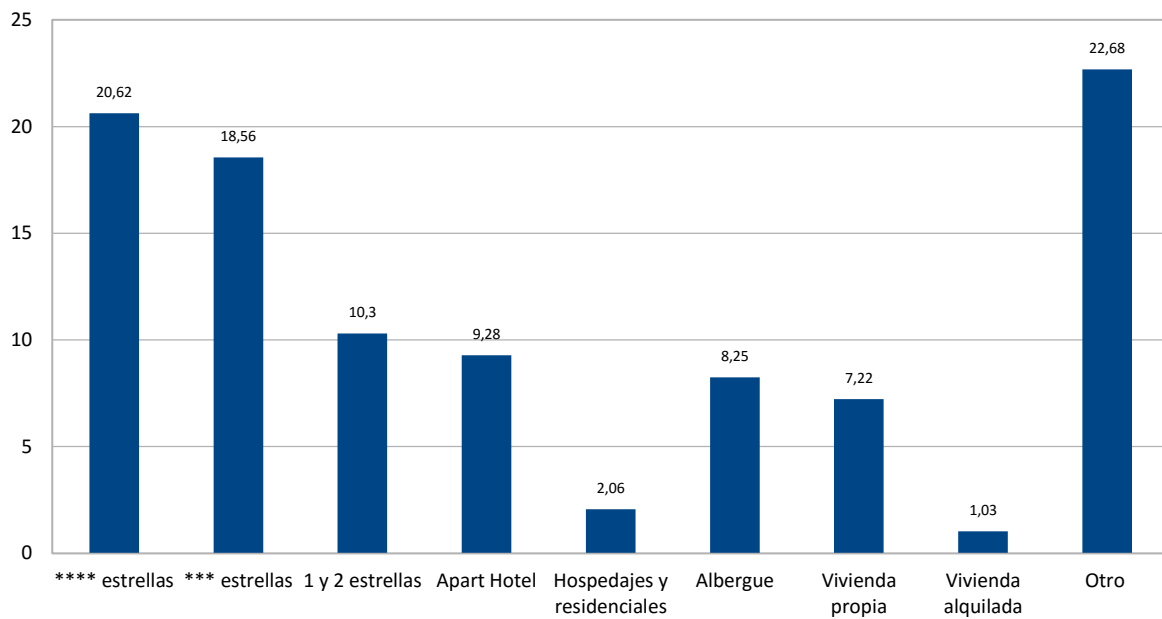
Variable 7: Tipo de alojamiento durante la estadía

Valor Significado	Frecuencia	%
2 Hotel 4 estrellas	20	20,62
3 Hotel 3 estrellas	18	18,56
4 Hotel 1-2 estrellas	10	10,31
5 Apart - Hotel	9	9,28
8 Hospedaje - Residencial	2	2,06
10 Albergue- Hostel- B&B	8	8,25
12 Vivienda propia de familiares o amigos	7	7,22
13 Vivienda alquilada	1	1,03
15 Otro	22	22,68

Total frecuencias	97	100,00



Lugar de alojamiento



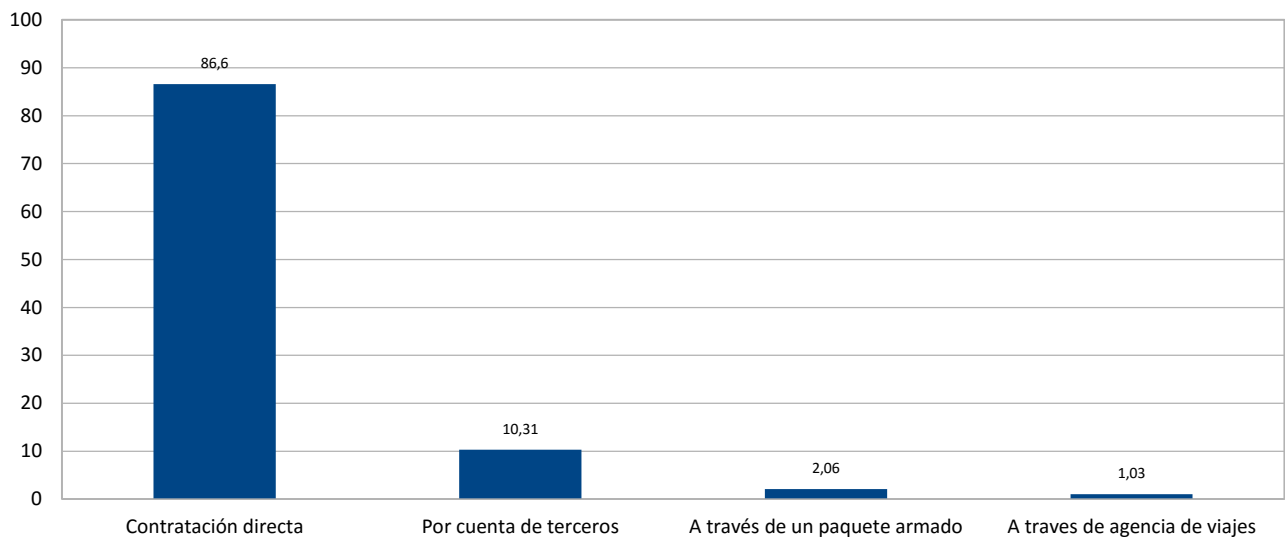
Variable 8: Forma de organización del viaje

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Contratación directa y/o transporte	84	86,60
2 Por cuenta de terceros	10	10,31
3 A través de un paquete armado por el organizador del evento	2	2,06
4 A través de un paquete armado por una agencia de viajes	1	1,03

Total frecuencias	97	100,00



Forma de organización del viaje



Relación entre la forma de organización del viaje y la residencia habitual del visitante

	Residencia habitual					
	TOTAL MUESTRA		Argentino		Extranjero	
Contra	Frec	%	Frec	%	Frec	%
Contratación directa y/o tra	84	86,60	63	84,00	21	95,45
Por cuenta de terceros	10	10,31	9	12,00	1	4,55
A través de un paquete armado	2	2,06	2	2,67	0	0,00
A través de un paquete armad	1	1,03	1	1,33	0	0,00
TOTAL	97	(97)	75	(75)	22	(22)



Variable 9: ¿El paquete incluye otros destinos además de Argentina?

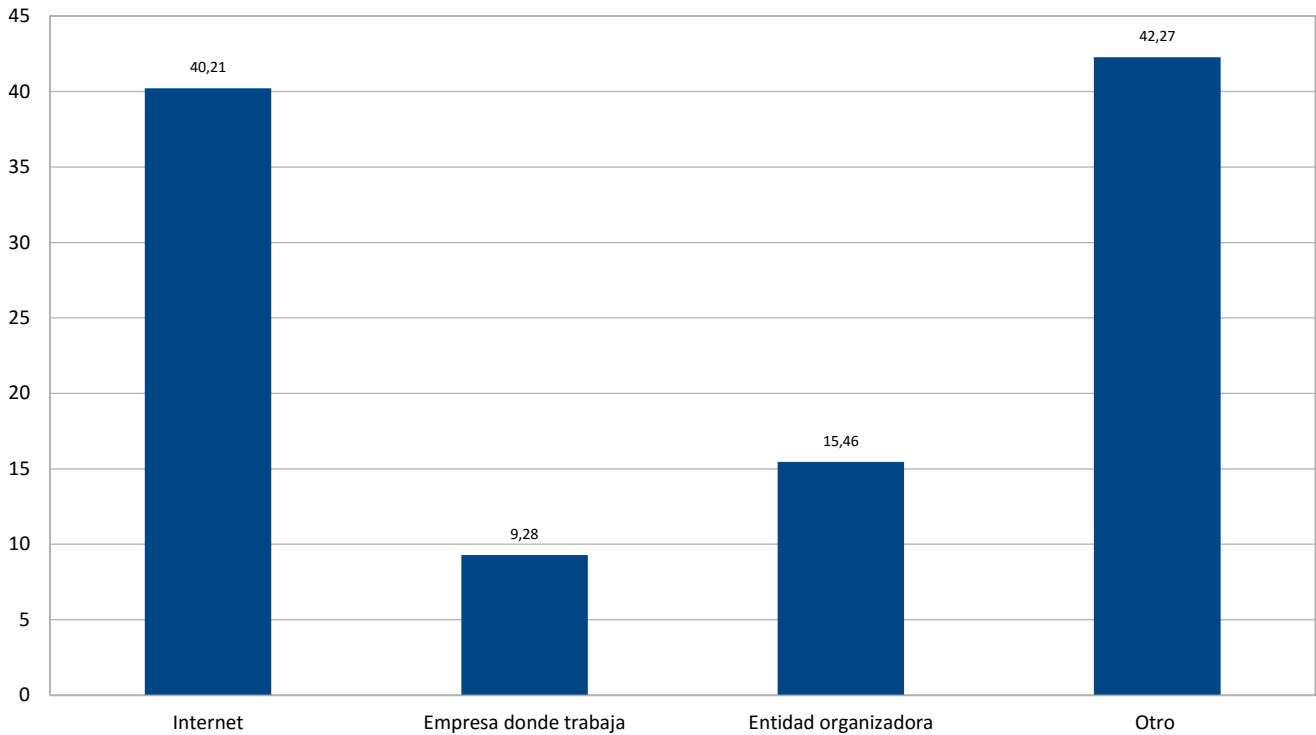
Valor Significado	Frecuencia	%
2 NO	97	100,00
Total frecuencias		97 100,00

Variable 10: Medios de información sobre la reunión

Valor Significado (respuestas múltiples)	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1 Internet	39	37,50	40,21
4 Empresa donde trabaja	9	8,65	9,28
5 Entidad organizadora	15	14,42	15,46
6 Otro	41	39,42	42,27
Total frecuencias	104	100,00	107,22
Total Muestra	97		



Formas de información sobre la reunión

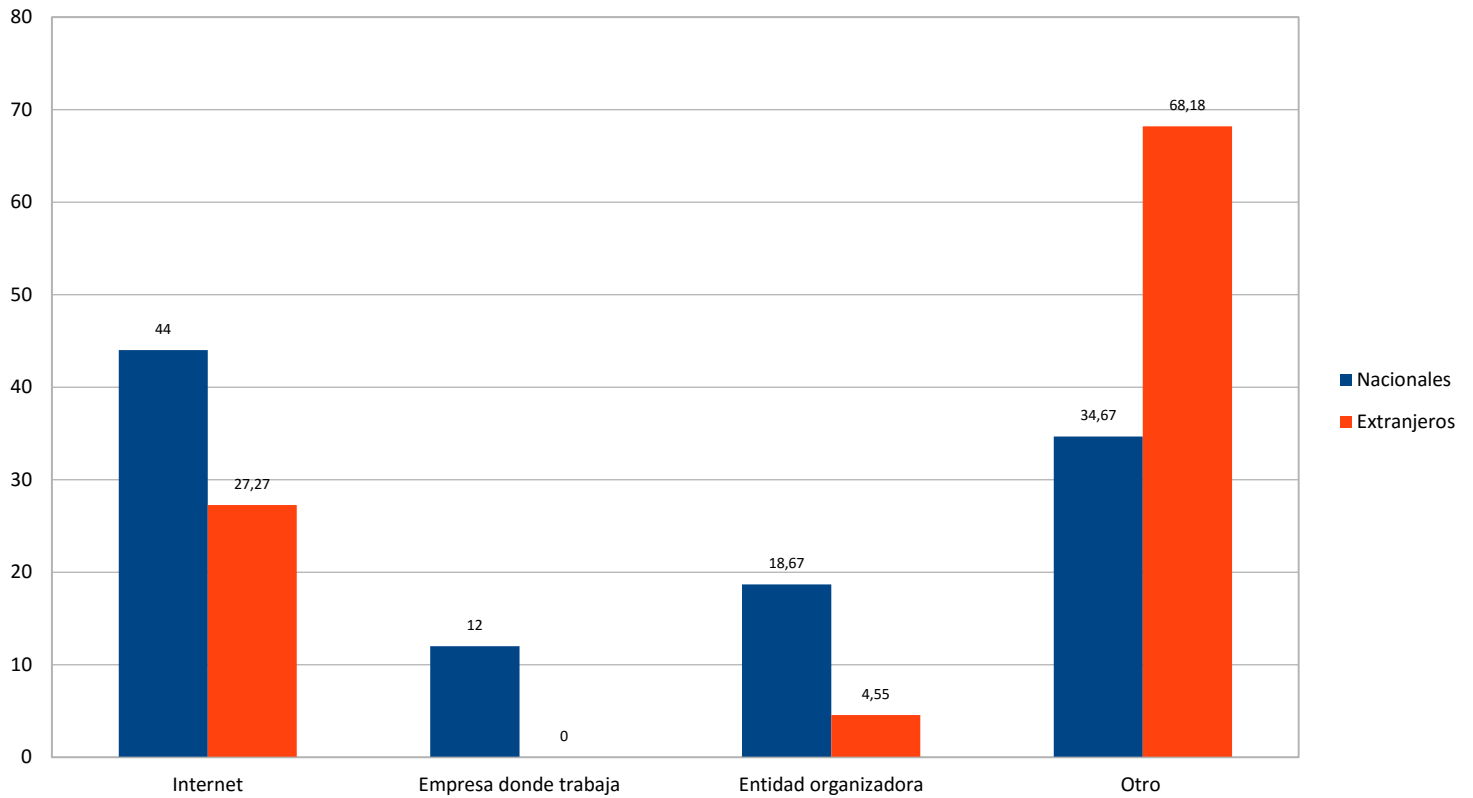


Relación entre el lugar de residencia habitual y el medio de información sobre la reunión

Medios	TOTAL MUESTRA		Residencia habitual			
	Frec	%	Argentino		Extranjero	
	Frec	%	Frec	%	Frec	%
1 Internet	39	40,21	33	44,00	6	27,27
4 Empresa donde trabaja	9	9,28	9	12,00	0	0,00
5 Entidad organizadora	15	15,46	14	18,67	1	4,55
6 Otro	41	42,27	26	34,67	15	68,18
TOTAL	104	(97)	82	(75)	22	(22)



Relación entre la residencia habitual y los medios información



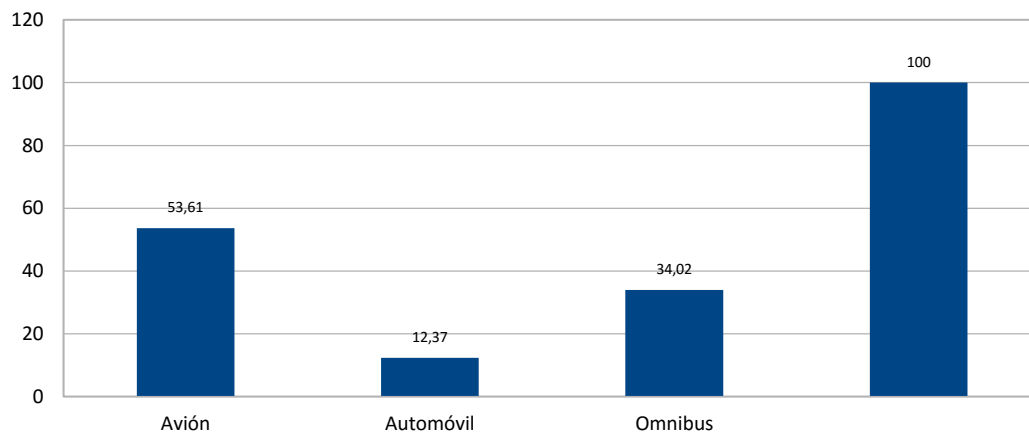
Variable 11: ¿Qué medio de transporte utilizó para arribar a la ciudad?

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Avión	52	53,61
2 Automóvil	12	12,37
3 Ómnibus	33	34,02

Total frecuencias	97	100,00



Medios de arribo a la ciudad



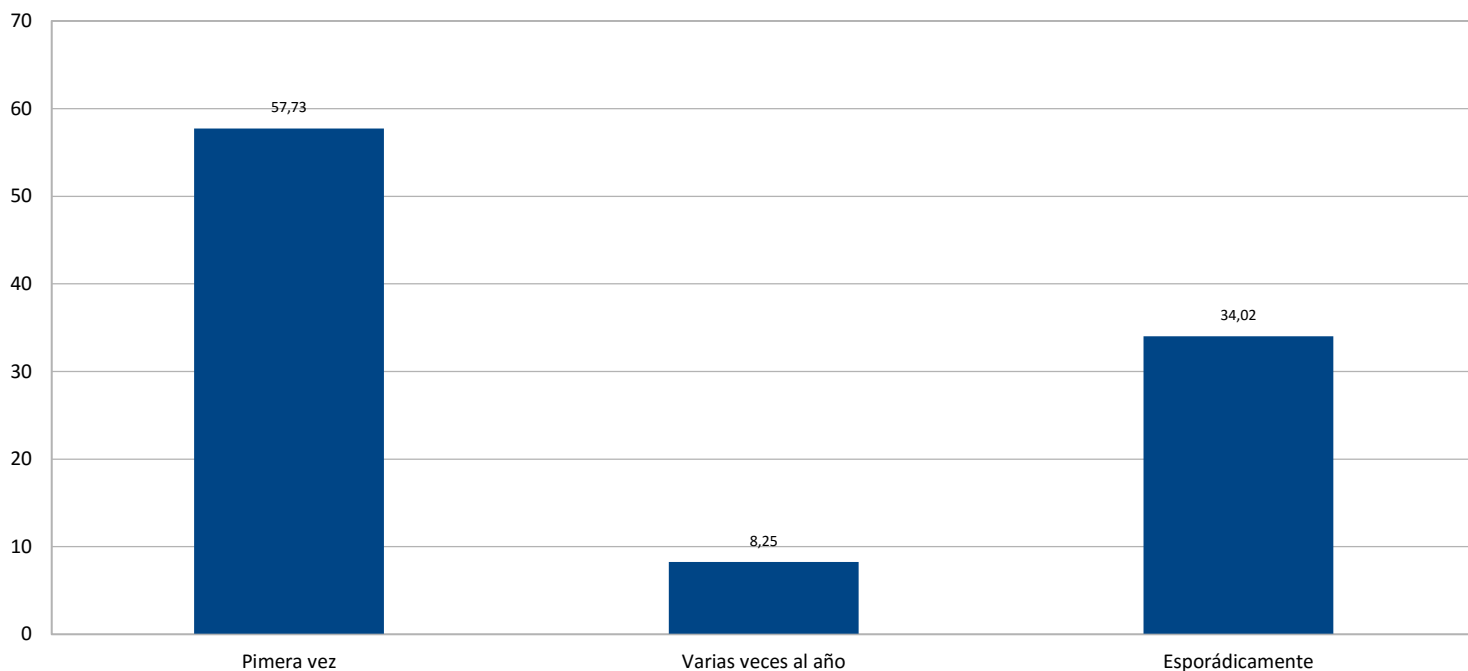
Variable 12: Frecuencia de visita a la ciudad

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Primera vez	56	57,73
2 Varias veces al año	8	8,25
4 Específicamente	33	34,02

Total frecuencias 97 100,00



Frecuencias de visita a la ciudad

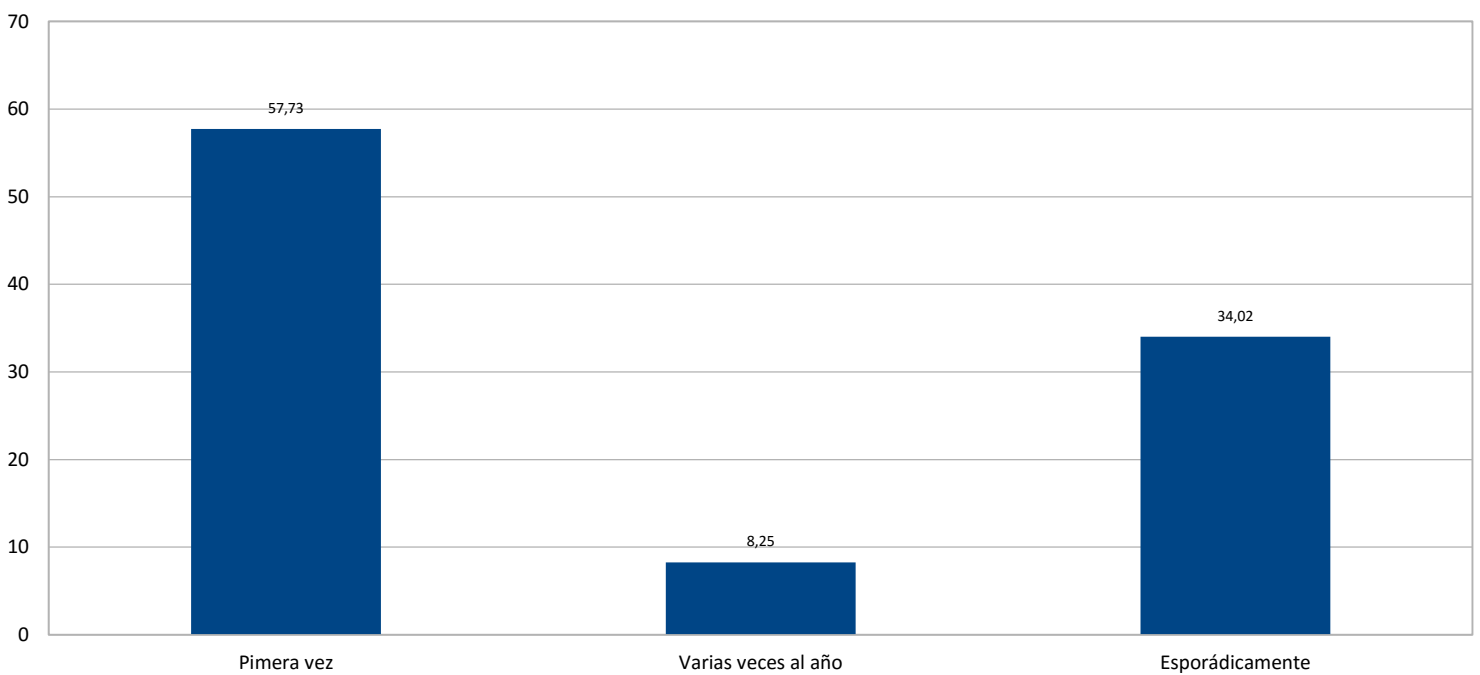


Relación entre la frecuencia del viaje y la residencia habitual de los visitantes

Frecuencia	TOTAL MUESTRA		Residencia habitual			
	Frec	%	Argentino		Extranjero	
	Frec	%	Frec	%	Frec	%
1 Primera vez	56	57,73	44	58,67	12	54,55
2 Varias veces a 1 año	8	8,25	8	10,67	0	0,00
4 Esporádicamente	33	34,02	23	30,67	10	45,45
TOTAL	97 (97)	75 (75)	22 (22)			



Frecuencias de visita a la ciudad



Variable 13: ¿Qué artículos compró durante el viaje?

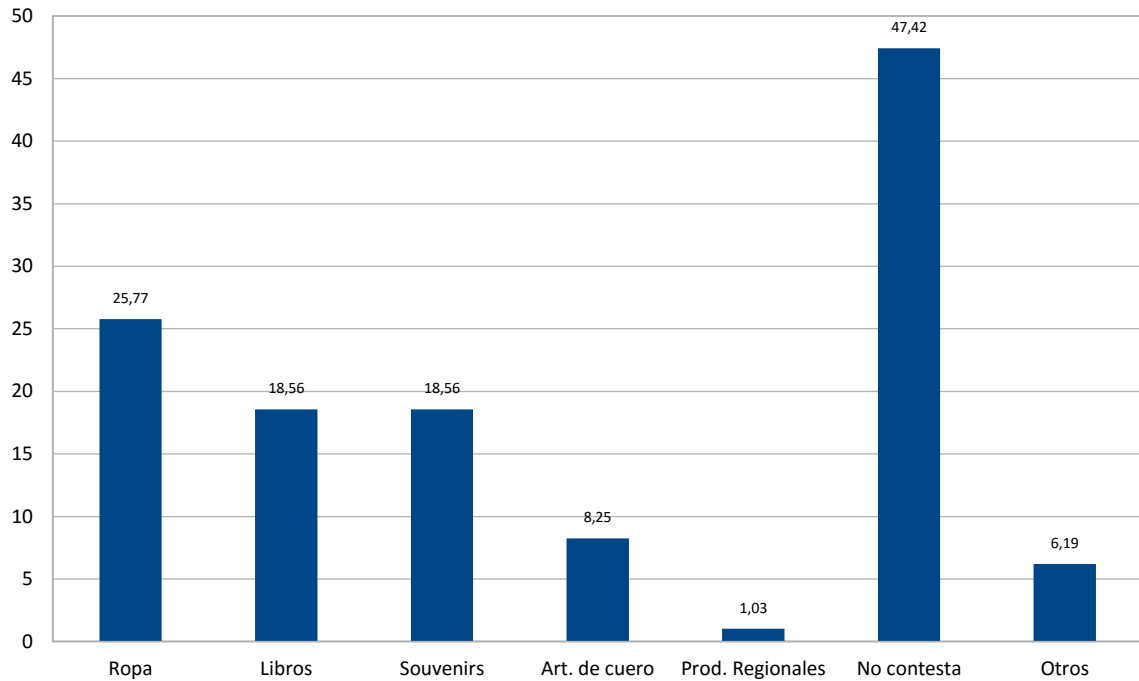
Valor Significado (respuestas múltiples)	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1 Ropa	25	20,49	25,77
2 Libros	18	14,75	18,56
3 Souvenirs	18	14,75	18,56
5 Art. de Cuero	8	6,56	8,25
6 Productos regionales	1	0,82	1,03
7 No contesta	46	37,70	47,42
8 Otros	6	4,92	6,19

Total frecuencias 122 100,00 125,77

Total Muestra 97



Artículos que compraron durante la estadía



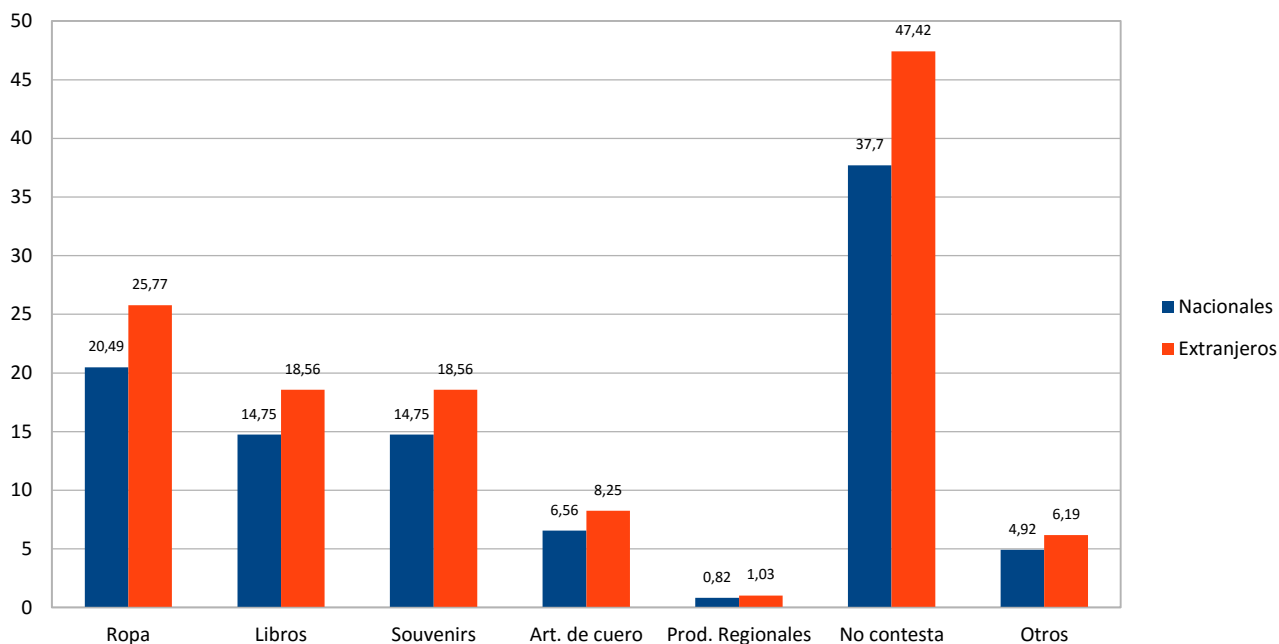
Relación entre los artículos que compró durante el viaje y el país de residencia habitual

Residencia habitual

Artículos	TOTAL MUESTRA		Argentinos		Extranjeros	
	Frec	%	Frec	%	Frec	%
1 Ropa	25	25,77	15	20,00	10	45,45
2 Libros	18	18,56	6	8,00	12	54,55
3 Souvenirs	18	18,56	16	21,33	2	9,09
5 Art. de Cuero	8	8,25	0	0,00	8	36,36
6 Productos regionales	1	1,03	1	1,33	0	0,00
7 No contesta	46	47,42	40	53,33	6	27,27
8 Otros	6	6,19	5	6,67	1	4,55
TOTAL	122	(97)	83	(75)	39	(22)



Artículos que compraron los visitantes en sus viajes

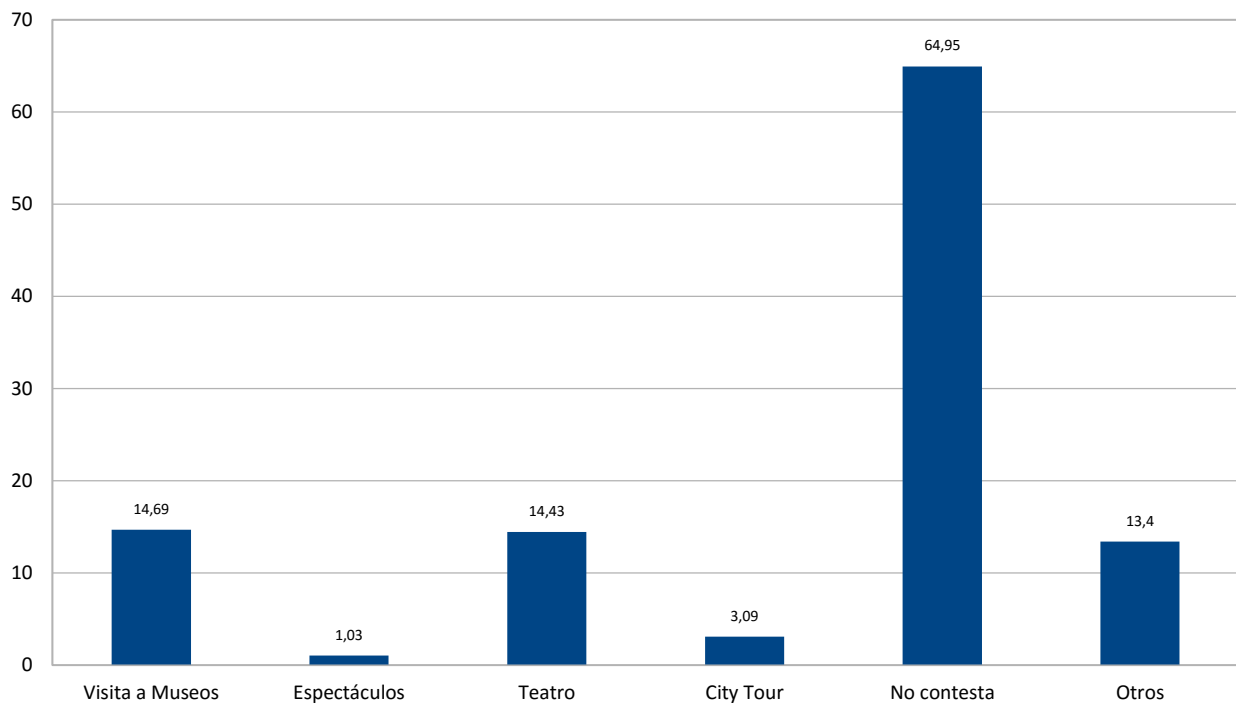


Variable 14: ¿Qué actividades realizó durante su viaje?

Valor Significado (respuestas múltiples)	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1 Visita de museos	16	14,16	16,49
2 Espectáculos de tango/folklore	1	0,88	1,03
3 Teatro/cines	14	12,39	14,43
4 City tour (con guía turística)	3	2,65	3,09
5 Excursión contratada	3	2,65	3,09
8 No contesta	63	55,75	64,95
9 Otros	13	11,50	13,40
Total frecuencias	113	100,00	116,49
Total Muestra	97		



Actividades de ocio que realizan en la ciudad

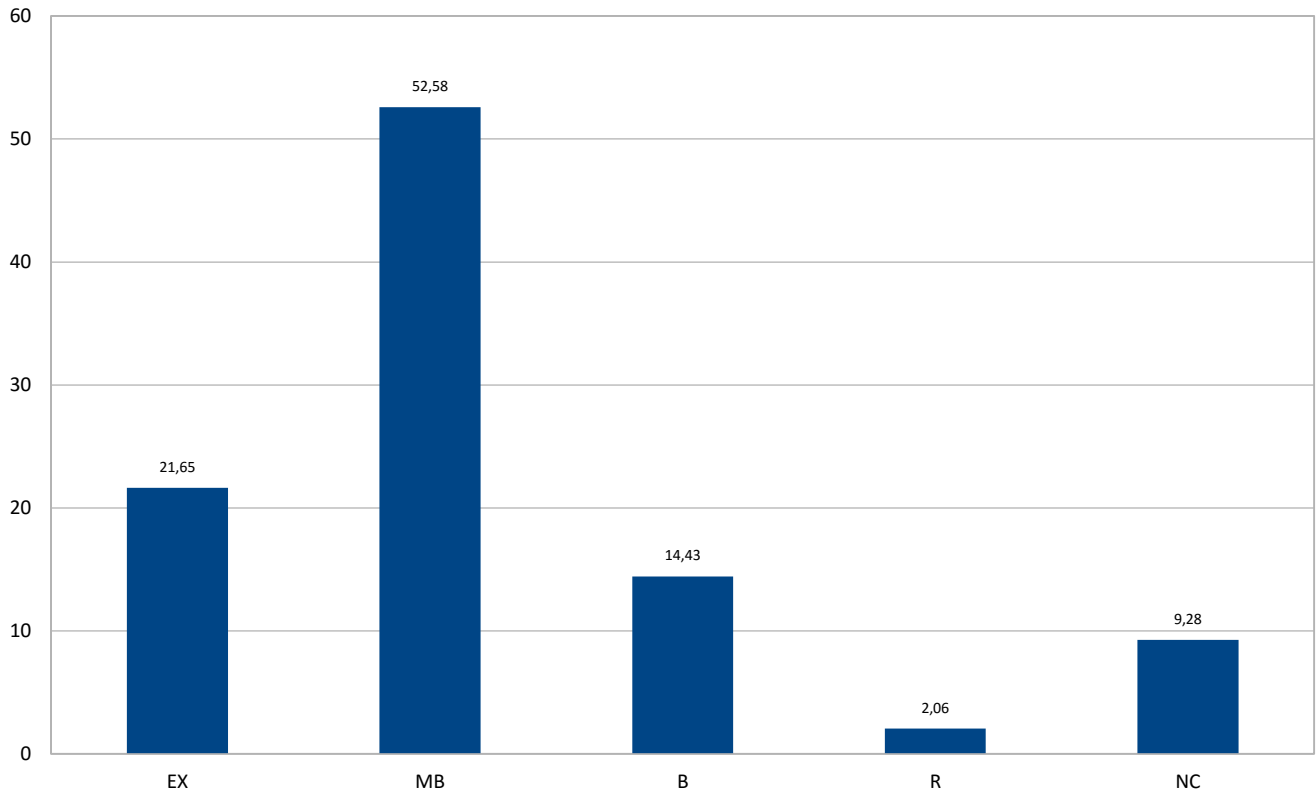


Variable 15: Calificación de las Sedes

Valor Significado	Frecuencia	%
1 EX	21	21,65
2 MB	51	52,58
3 B	14	14,43
4 R	2	2,06
7 NC	9	9,28
Total frecuencias		97 100,00



Calificación de las sedes donde se realizaron los encuentros

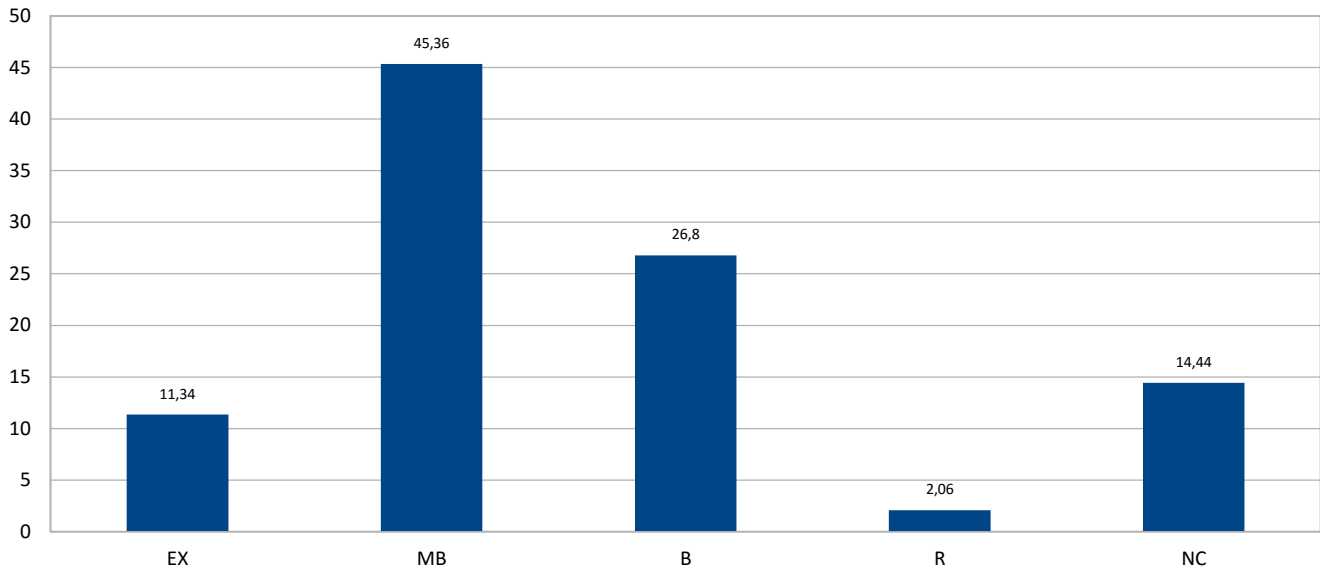


Variable 16: Gastronomía

Valor Significado	Frecuencia	%
1 EX	11	11,34
2 MB	44	45,36
3 B	26	26,80
4 R	2	2,06
7 NC	14	14,43
Total frecuencias		97 100,00



Evaluación del servicio de gastronomía

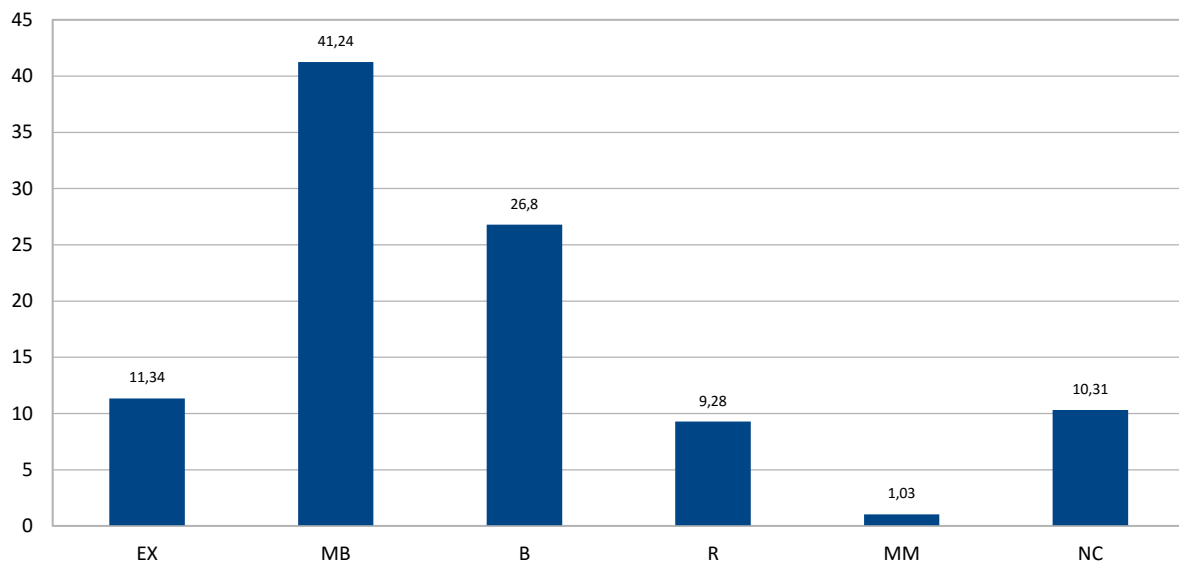


Variable 17: Alojamiento

Valor Significado	Frecuencia	%
1 EX	11	11,34
2 MB	40	41,24
3 B	26	26,80
4 R	9	9,28
6 MM	1	1,03
7 NC	10	10,31
Total frecuencias		97 100,00



Evaluación lugares de alojamiento

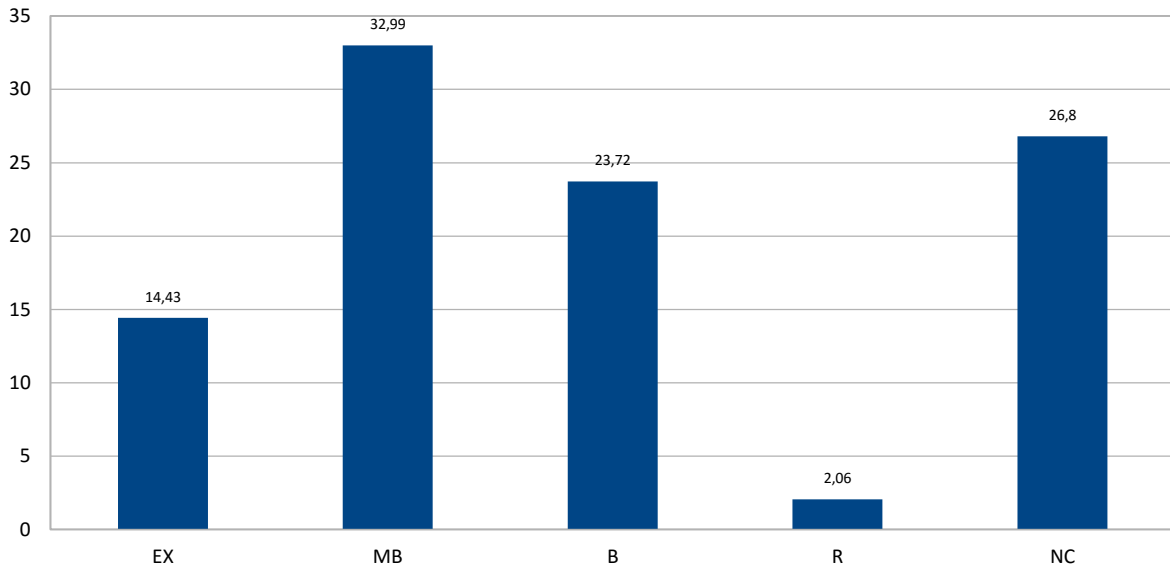


Variable 18: Transporte

Valor Significado	Frecuencia	%
1 EX	14	14,43
2 MB	32	32,99
3 B	23	23,71
4 R	2	2,06
7 NC	26	26,80
Total frecuencias		97 100,00



Evaluación de los medios de transporte



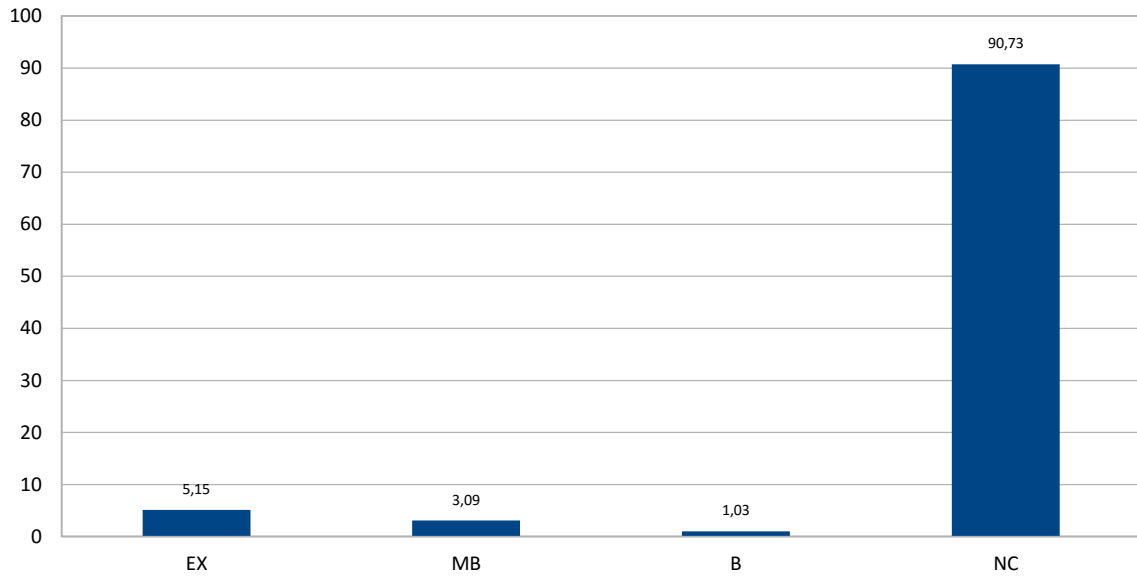
Variable 19: Excursiones

Valor Significado	Frecuencia	%
1 EX	5	5,15
2 MB	3	3,09
3 B	1	1,03
7 NC	88	90,72

Total frecuencias	97	100,00



Evaluación de las excursiones

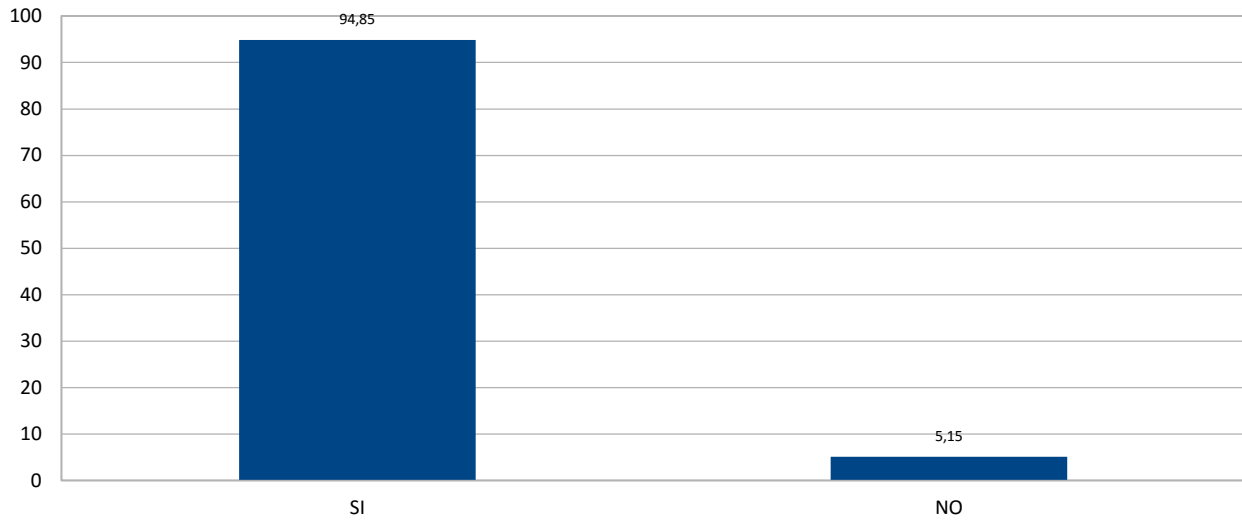


Variable 20: ¿Volvería a esta ciudad?

Valor Significado	Frecuencia	%
1 SI	92	94,85
2 NO	5	5,15
Total frecuencias		97 100,00



Intención de regreso a la ciudad



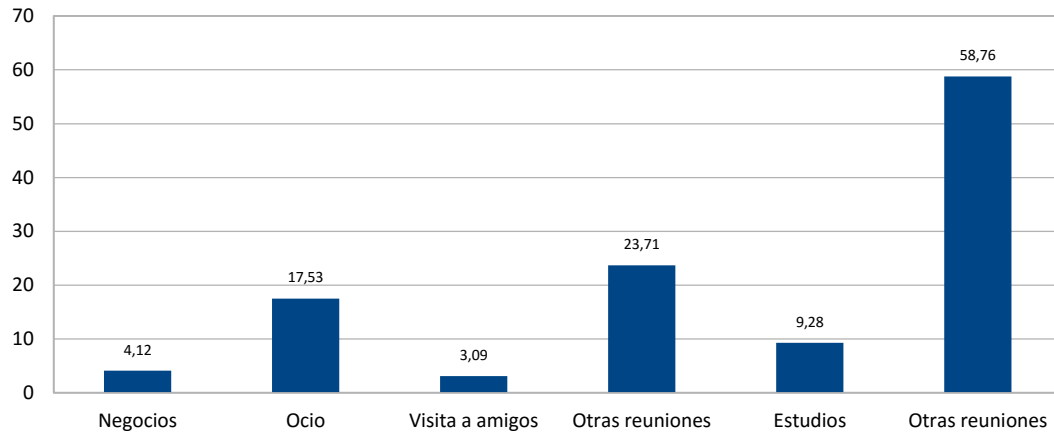
Variable 21: Motivo del viaje

Valor Significado (respuestas múltiples)	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1 Negocios	4	3,54	4,12
2 Ocio	17	15,04	17,53
4 Visita a amigos/familiares	3	2,65	3,09
5 Otras reuniones/eventos	23	20,35	23,71
6 Estudios	9	7,96	9,28
7 Otras	57	50,44	58,76

Total frecuencias	113	100,00	116,49
Total Muestra	97		



Motivos de regreso a la ciudad

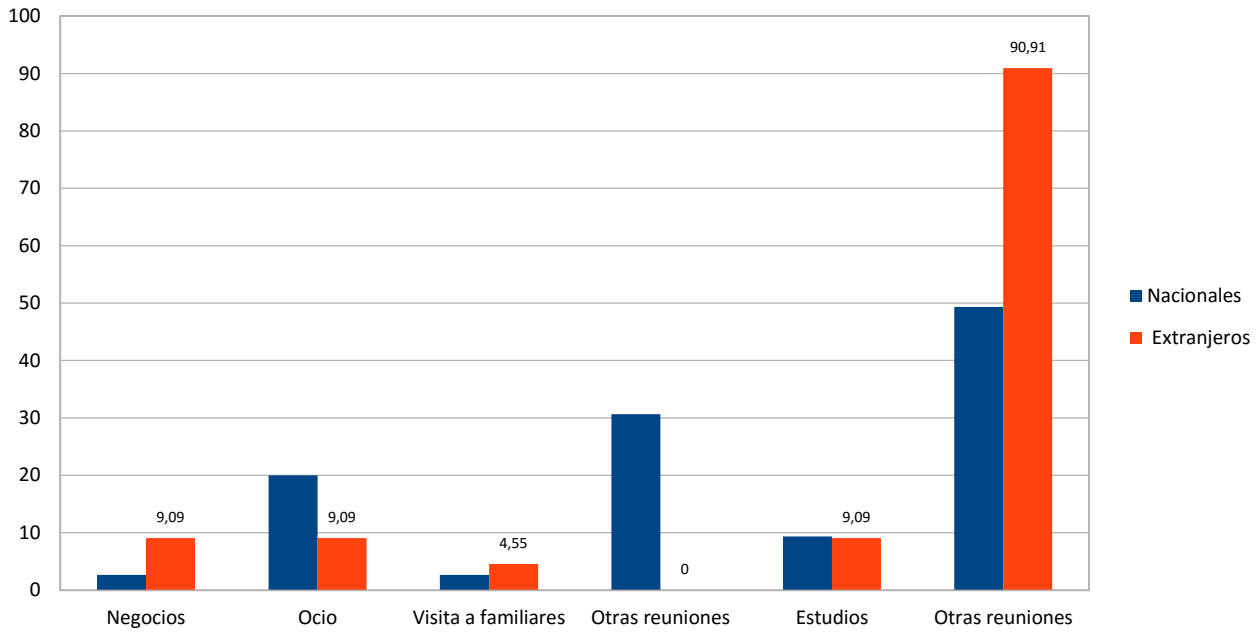


Relación entre el motivo del viaje y la residencia habitual de los visitantes

Motivo	Residencia habitual					
	TOTAL MUESTRA		Argentino		Extranjero	
	Frec	%	Frec	%	Frec	%
1 Negocios	4	4,12	2	2,67	2	9,09
2 Ocio	17	17,53	15	20,00	2	9,09
4 Visita a amigos s/familiares	3	3,09	2	2,67	1	4,55
5 Otras reuniones /eventos	23	23,71	23	30,67	0	0,00
6 Estudios	9	9,28	7	9,33	2	9,09
7 Otras	57	58,76	37	49,33	20	90,91
TOTAL	113	(97)	86	(75)	27	(22)



Motivos de regreso del viaje segun residencia habitual



Variable 22: Distribución del gasto

Valor Significado (respuestas múltiples)	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1 Pasajes internacionales	23	5,49	23,71
2 Pasajes nacionales/cabotaje	75	17,90	77,32
3 Alojamiento	74	17,66	76,29
4 Alimentación	78	18,62	80,41
5 Transporte/Alquiler de auto	34	8,11	35,05
6 Excursiones/entretenimiento	17	4,06	17,53
7 Compras	38	9,07	39,18
8 Inscripción	66	15,75	68,04
9 Otros	14	3,34	14,43

Total frecuencias 419 100,00 431,96
 Total Muestra 97



Motivos de regreso del viaje segun residencia habitual

