

Resumen ejecutivo mes de Enero 2015

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 enero de 2015.

La metodología del muestreo fue al azar efectuando un total de 451 encuestas de las cuáles 316 se efectuaron a visitantes representando el 70.06 % del total de la muestra.

Objetivo: conocer el perfil del visitante que se acerca a los puestos de informes durante el mes de enero.

De las encuestas efectuadas a los visitantes se desprende que el (79.75 %) de los visitantes encuestados son Argentinos mientras que el (20.25%) provienen de otros países (Francia, Alemania, Chile, México, Brasil, España, Italia, Colombia y Canadá). La composición del grupo predominante son las parejas con (40.25%); personas que viajan solos (21.70%); con amigos (15.41%), parejas con hijos (11.95%) y familiares (10.38%).

En cuanto a su ocupación, del total sobresalen los empleados en relación de dependencia con (54.35%); luego se ubican los estudiantes mayores de 18 años (19.02%); jubilados (8.70%); estudiantes menores de 18 años (6.79%); profesionales independientes (5.71%) y otros (5.43%).

En relación a la provincia de residencia habitual, el principal foco emisor es la Capital Federal con (27.53%) y la provincia de Buenos Aires con el (19.62%) sumando entre ambas el 47.15% de los turistas que transitan por Bahía Blanca durante sus vacaciones; luego se ubican Córdoba (3.48%); Río Negro y Mendoza (3.16%); Neuquén, Chubut y Santa Fe (2.85%); en tanto extranjeros (20.25%). Entre los motivos que determinaron el desplazamiento se destaca vacaciones (53.06%); escala (34.69%), visita a familiares y amigos (6.89%); negocios y compras (1.53%) cada uno; trámites y otros (0.77%).

En tal sentido, la variable referida a la región turística de destino final del viaje muestra que: el (42.41%) se dirige a la Región Buenos Aires destacándose Monte Hermoso, Pehuen-có y Sierra de la Ventana; Región Patagonia (41.46%); Capital Federal (9.49%); Litoral (2.53%) y Centro (2.22%).

Los datos procesados referidos a la modalidad de alojamiento arrojan que el (37.11%) optó por alojamiento en Hotel, no planea alojarse o está de paso (35.53%), en casa de familia o amigos lo hizo el (10.38%); en Hostel (9.12%); en camping (5.03%) y apart hotel (1.57%). Entrecruzando variables notamos que la estadía de turistas extranjeros en la ciudad es más prolongada y elijen como alojamiento el hostel y camping en mayor medida que los nacionales

La estadía promedio en la ciudad es de 1.93 días, en esta oportunidad se realizó la tabulación de valores medios relacionando la estadía con el lugar de residencia habitual, los resultados demuestran que la estadía promedio de los visitantes argentinos es de 1.86 días, mientras que la estadía promedio de los visitantes extranjeros es de 2.25 días en la ciudad.

En cuanto a la modalidad de transporte elegido para arribar a Bahía Blanca se destaca que el (42.50%) llegó en automóvil; en ómnibus (32.81%); tren (18.44%); avión (3.75%); a pie y a dedo y combi (0.94% cada uno).

En relación a la estimación del gasto que realizarán los turistas durante la estadía el (41.77%) tiene planeado un gasto menor a \$500; un (29.11%) entre \$500 y \$1500; y otro (29.11%) que efectuará un gasto superior a \$1500.

En relación al medio en donde los visitantes se informaron sobre la ciudad vemos que el (41.30%) no tenía información, por internet lo hizo el (30.38%); por referencia de amigos (16.22%); por otros medios (7.08%); folletos (2.65%) y guías turísticas (2.36%).

Entre la información solicitada en los centros de información se destaca en primer término el plano de la ciudad con el (29.79%); información sobre atractivos (17.37%); información general (10.42%); información sobre actividades (9.16%); alojamiento turístico (8.42%); información sobre la región (6.63%) y transporte a la región (6.32%) e información sobre transporte urbano (5.16%).

Tabulación y gráfico de datos

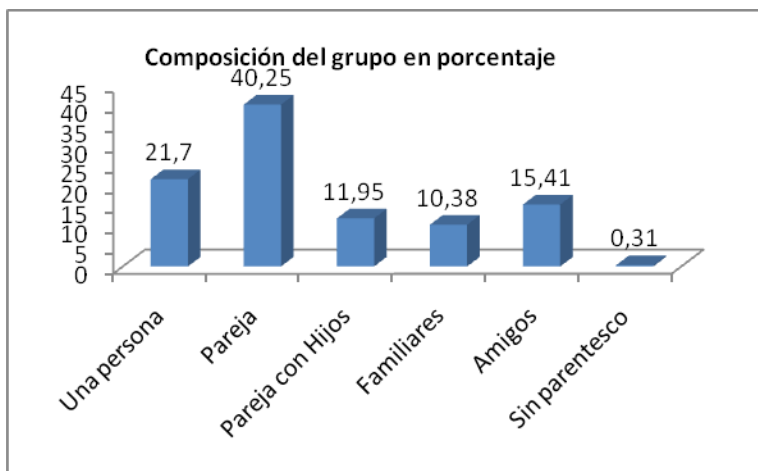
Variable 1: Estadía Promedio

Nº de casos:	316
Suma:	613,0000
Máximo:	42,0000
Mínimo:	0,0000
Rango:	42,0000
Media aritmética:	1,9399
Mediana:	1,0000
Moda:	0,0000
Varianza:	11,1325
Desviación estándar:	3,3365

Variable 2: Composición del grupo

Significado	Total %
Una persona	21,7
Pareja	40,25
Pareja con hijos	11,95
Familiares	10,38
Amigos	15,41
Sin parentesco	0,31

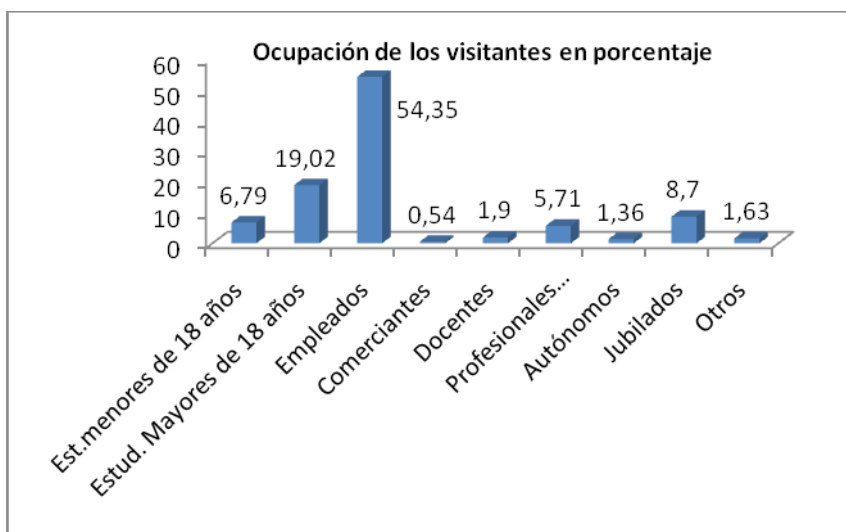
Total Muestra	316	100,00
---------------	-----	--------



Variable 4: Ocupaciones

Significado	Total %
Estudiantes <18	6,79
Estudiantes >18	19,02
Empleados	54,35
Comerciante	0,54
Docentes	1,9
Profesionales Independientes	5,71
Autónomos	1,36
Jubilados	8,7
Otros	1,63

Total Muestra	316
	100,00

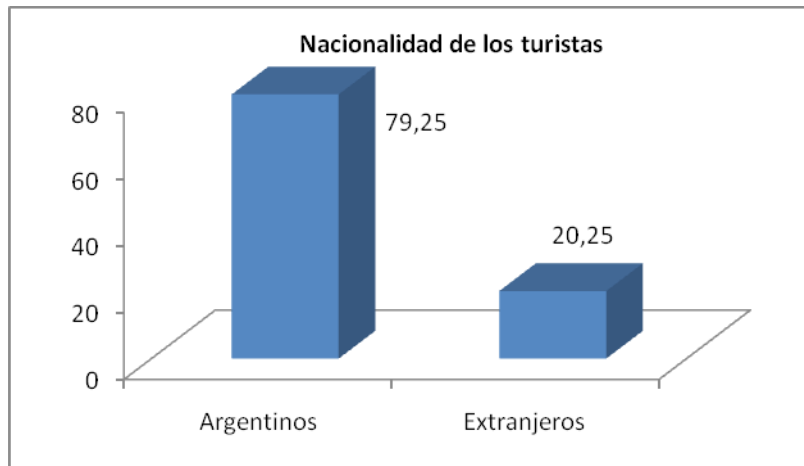


Variable 5: Residencia

Significado	%	

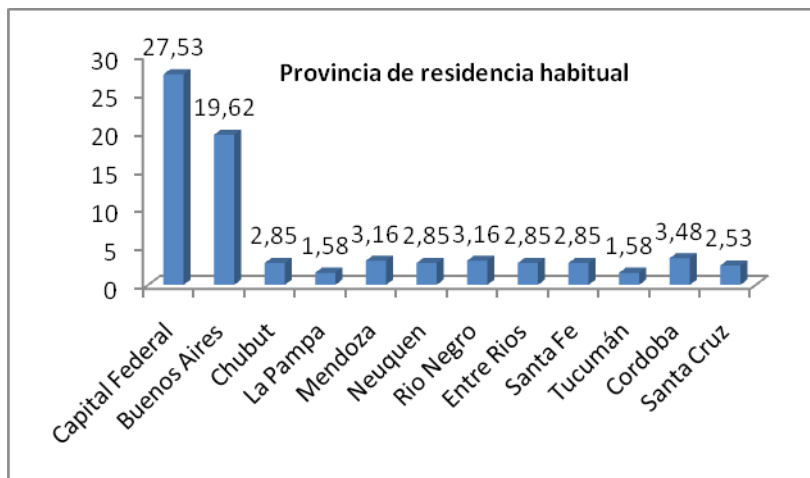
Argentinos	79,25	
Extranjeros	20,25	

Total frecuencias	316	100,00



Variable 6: Provincia de residencia habitual

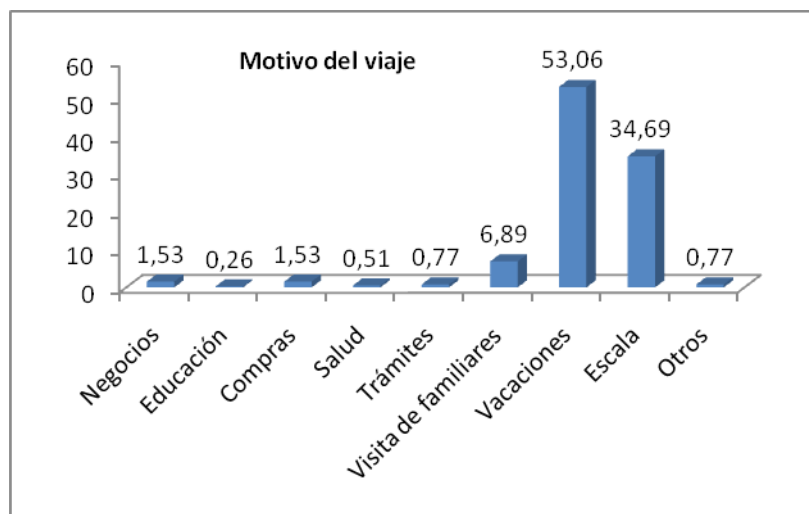
Significado	%
Capital Federal	27,53
Buenos Aires	19,62
Chubut	2,85
La Pampa	1,58
Mendoza	3,16
Neuquén	2,85
Río Negro	3,16
Entre Ríos	2,85
Santa Fe	2,85
Tucumán	1,58
Córdoba	3,48
Santa Cruz	2,53
Total frecuencias	316
	100,00



Variable 7: Motivos del viaje

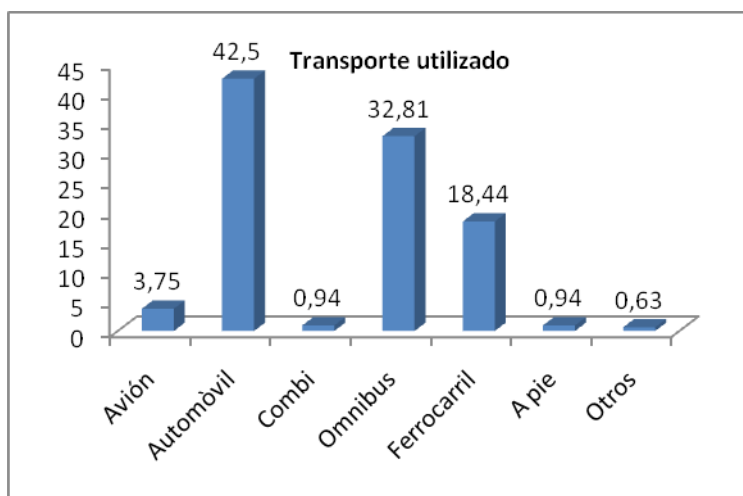
Significado	Total %
Negocios	1,53
Educación	0,26
Compras	1,53
Salud	0,51
Trámites	0,77
Visita a familiares y amigos	6,89
Vacaciones	53,06
Escala	34,69
Otros	0,77

Total Muestra	316
	100,00



Variable 8: Transporte utilizado para arribar del destino

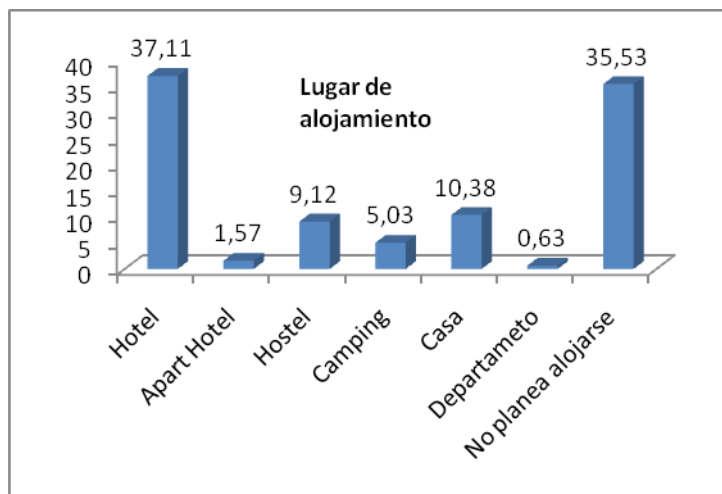
Significado	Total%
Avión	3,75
Automóvil	42,5
Combi	0,94
Ómnibus	32,81
Ferrocarril	18,44
A pie/ a dedo	0,94
Otros	0,63
Total Muestra	316
	100,00



Variable 9: Lugar de alojamiento

Significado	Total %
Hotel	37,11
Apart Hotel	1,57
Hostel	9,12
Camping	5,03
Casa	10,38
Departamento	0,63
No planea alojarse	35,53

Total Muestra	316
	100,00

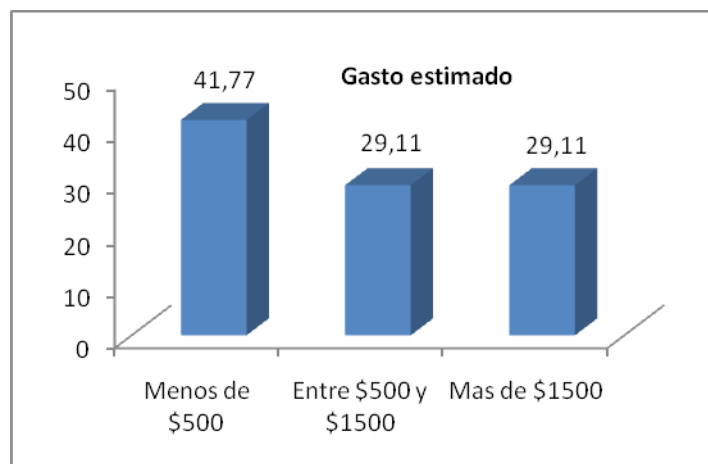


Variable 10: Estimación del gasto durante la estadía

Significado	%

Menos de \$500	41,77
Entre \$500 y \$1500	29,11
Más de \$1500	29,11

Total frecuencias	316 100,00

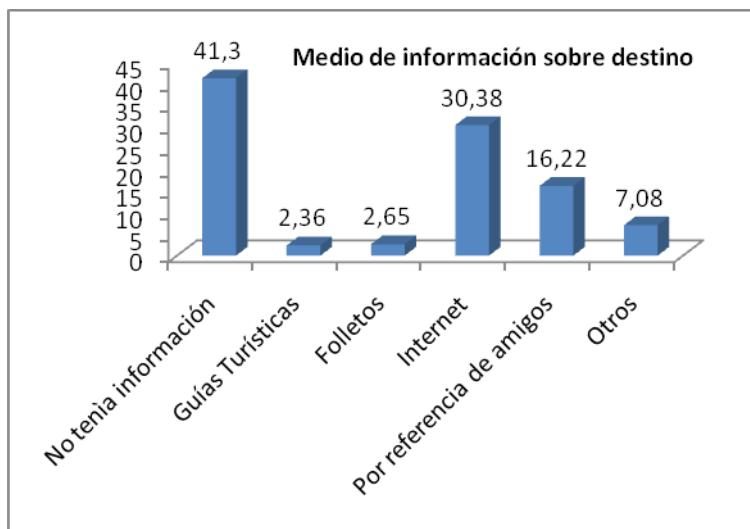


Variable 13: Medios de información sobre el destino

Significado	Total %

No tenía información	41,3
Guías Turísticas	2,36
Folletos	2,65
Internet	30,38
Por referencia de amigos	16,22
Otros	7,08

Total Muestra 316	100,00



Variable 14: Motivo de la consulta al puesto

Significado	Total%

Pide plano de Bahía Blanca	29,79
Información sobre actividades	9,16
Información sobre atractivos	17,37
Información sobre alojamientos	8,42
Información sobre gastronomía	3,26
Información sobre transporte urbano	5,16
Información sobre transporte a la región	6,32
Información sobre la región	6,63
Información localidades Argentinas	3,47
Información general	10,42

Total Muestra	316
	100,00

