

Resumen ejecutivo del Observatorio de Impacto económico recital Sabina Serrat

El estudio presentado refiere a las encuestas realizadas en el recital de Sabina Serrat el pasado 12 de marzo de 2012 en instalaciones del Club Liniers. Las mismas fueron realizadas por alumnas de la carrera de licenciatura en turismo de la Universidad Nacional del Sur, siendo los datos cargados y procesados por personal de la Jefatura de Turismo y Relaciones Internacionales.

La metodología del muestreo fue al azar efectuando un total de 108 encuestas de las cuáles el 51 se realizaron a visitantes.

Objetivo : conocer el perfil del visitante que se acerca a la ciudad que asiste a espectáculos programados.

De las 51 encuestas se desprenden que el 84% de los visitantes encuestados residen en la Provincia de Buenos Aires, el 12% de la Provincia de Río Negro, y el 3% restante de la Provincia de la Pampa. De los residentes en la Provincia de Buenos Aires se destaca la afluencia de visitantes de Tres Arroyos , seguido de Coronel Pringles, Coronel Dorrego, Punta Alta , Pigué , Darregueira, Saldungaray , Villa Maza, Tandil , Médanos , Cabildo , Puan, Villa Iris, Carhué, Pedro Luro, y Necochea, entre otros; en tanto de los residentes en la Provincia de Río Negro se destacan los visitantes procedentes de Río Colorado y Viedma, siendo menor los visitantes procedentes de Santa Rosa Provincia de la Pampa.

En este sentido se indagó sobre la contratación de los servicios siendo el 92,16 % por contratación directa, evidenciándose un 7,84% por cuenta de terceros.

Los datos aportados en relación a la modalidad de alojamiento muestran que el 44,90 % no se aloja en la ciudad y quien lo hace opta por la modalidad casa de familiares y amigos (53,06%), siendo el promedio de pernocte de 1 día.

El gasto promedio de los visitantes fue de \$1187.- por persona, destinado a absorber los costos de entradas al recital, transporte, alimentación y compras, entre otros.

Asimismo se evaluó la calidad en los servicios de gastronomía, transporte , alojamiento y lugar del evento, siendo los datos aportados en el rubro gastronómico de excelente el 6%, muy bueno 28%, bueno 32%, y regular el 4%, en materia de transporte de larga y media distancia el 13,73% lo evaluó como bueno, seguida de la opción regular con el 11,76%. En materia de alojamiento aquellos que optaron por este servicio lo evaluaron como excelente y bueno. En este contexto y con la misma metodología se cuestionó sobre el lugar del recital siendo las respuestas de bueno y muy bueno las mas elegidas.

A los efectos de saber como se informó sobre el recital y el destino, el 50,98% respondió que lo habían realizado por internet, 31,37 por radio y TV, mientras que el 3,92 % lo efectuó por diarios y revistas, siendo otros el 13,73%.

En este sentido se consultó sobre la frecuencia en que visita la ciudad destacándose la opción varias veces al año 62,75%, seguida de esporádicamente con el 27,45%.

Otras de las variables mensuradas fue si regresarían a la ciudad siendo en el 100% de los casos la respuesta afirmativa, destacándose las motivaciones de ocio el 58,82%, visita a familiares y amigos el 25,49%, negocios el 5,88%, deportes el 1,96% y otros el 7,85%

ANÁLISIS OBSERVATORIO ECONÓMICO Recital de Sabinas y Serrat

Lugar: Club Liniers

Día: 12 de abril de 2012

Muestreo: 108 encuestas 51 a visitantes

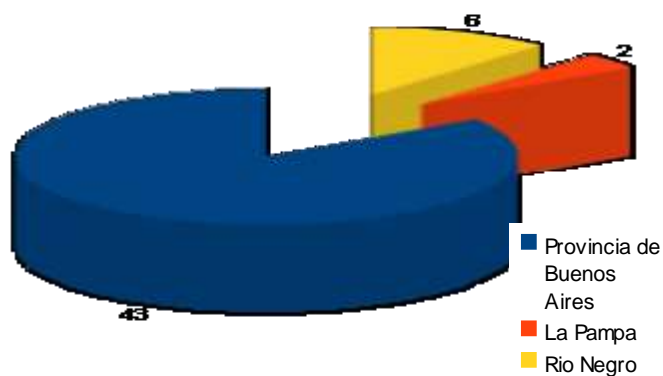
Metodología del muestreo: al azar

Cuál es su lugar de residencia de habitual

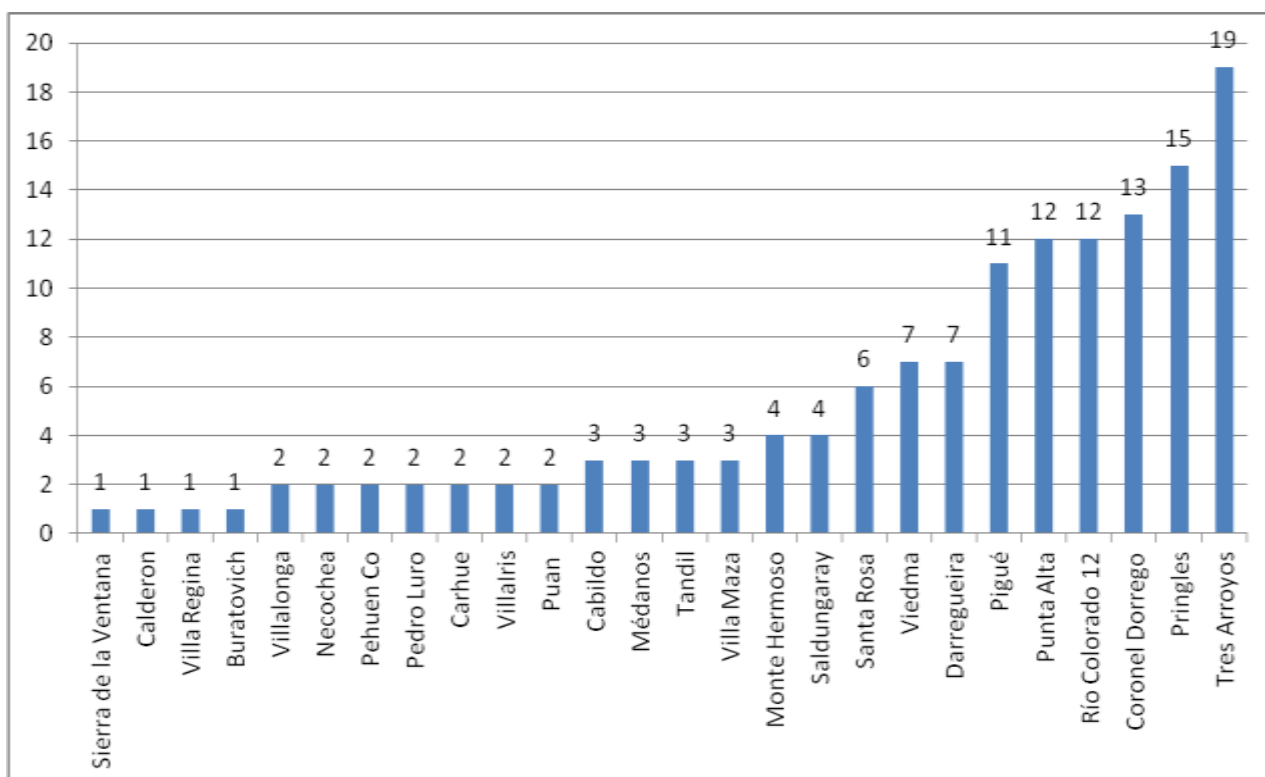
Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Argentina	51	100,00
2	Extranjero	0	0
Total frecuencias		51	100,00

Variable 5: En cuál Provincia reside

Valor	Significado	Frecuencia	%
2	Pcia. de Buenos Aires	43	84,00
11	La Pampa	2	3,00
16	Río Negro	6	12,00
Total frecuencias		51	100,00



Localidad de Residencia Habitual



Variable 6: En qué país reside?

Valor	Significado	Frecuencia	%
3	Argentina	51	100,00
Total frecuencias		51	100,00

Variable 9: Incluye este viaje la visita a otros países?

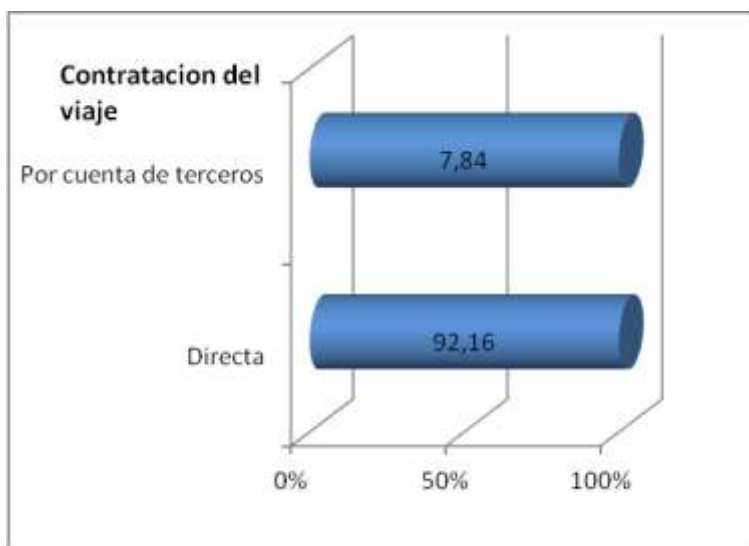
Valor	Significado	Frecuencia	%
2	No	51	100,00
Total frecuencias		51	100,00

Variable 10: Cuantas noches se quedará en la ciudad

N° de casos:	51
Suma:	47,0000
Máximo:	4,0000
Mínimo:	0,0000
Rango:	4,0000
Media aritmética:	0,9216
Mediana:	1,0000
Moda:	0,0000
Varianza:	1,0919
Desviación estándar:	1,0449

Variable 11: De qué forma contrató usted este viaje?

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Contratación directa	47	92,16
2	Por cuenta de terceros	4	7,84
Total frecuencias		51	100,00



Variable 12: Tipo de alojamiento

Valor	Significado	Frecuencia	%
3	Hotel 1 a 3 estrellas	1	2,04
5	casa de familia o amigos	26	53,06

7	Ninguno	22	44,90
		-----	-----
Total frecuencias		49	100,00

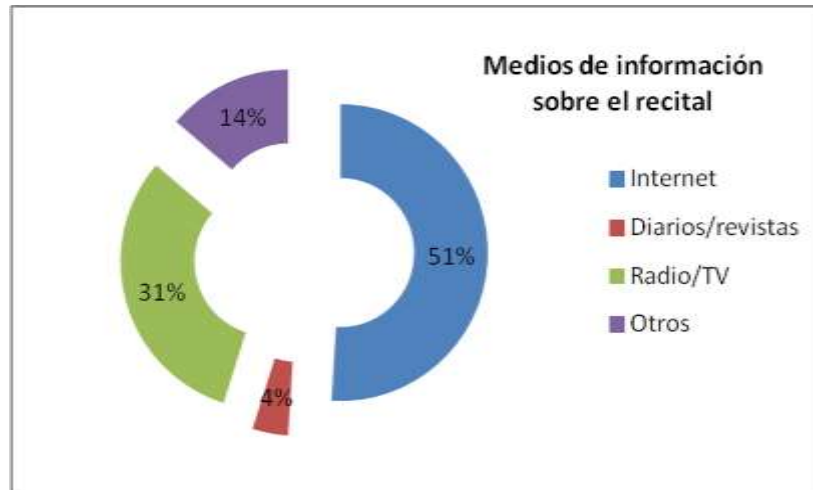


Variable 13: Qué servicios incluye el paquete?

Valor	Significado	Frecuencia	%
		-----	-----
6	otros	51	100,00
Total frecuencias		51	100,00

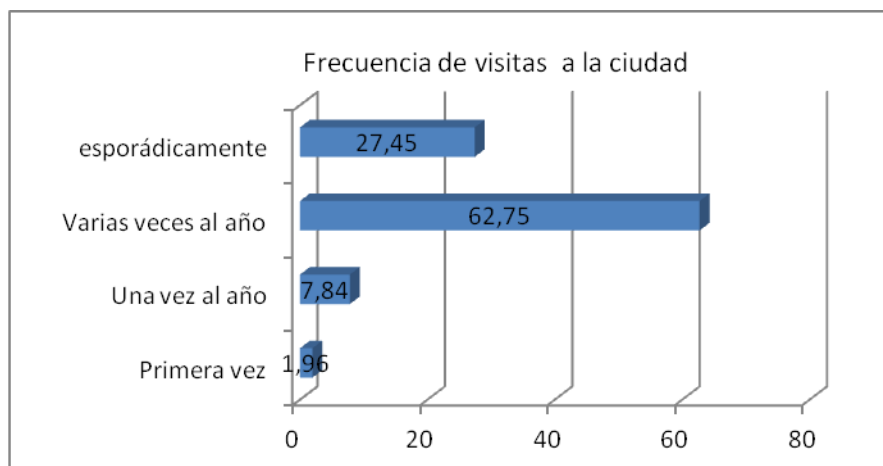
Variable 15: ¿A través de qué medios se informó sobre el evento?

Valor	Significado	Frecuencia	%
		-----	-----
1	Internet	26	50,98
2	Diario / revistas	2	3,92
3	Radio / TV	16	31,37
5	Otro	7	13,73
Total frecuencias		51	100,00



Variable 16: ¿Con qué frecuencia visita esa ciudad?

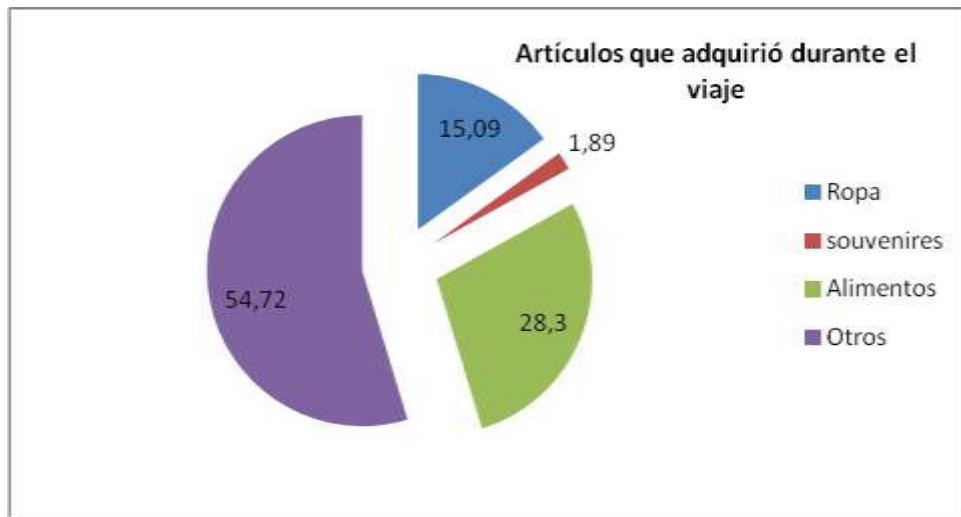
Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Primera vez	1	1,96
2	Una vez al año	4	7,84
3	Varias veces al año	32	62,75
4	Esporádicamente	14	27,45
Total frecuencias		51	100,00



Variable 17: ¿Qué artículos compró durante su viaje?

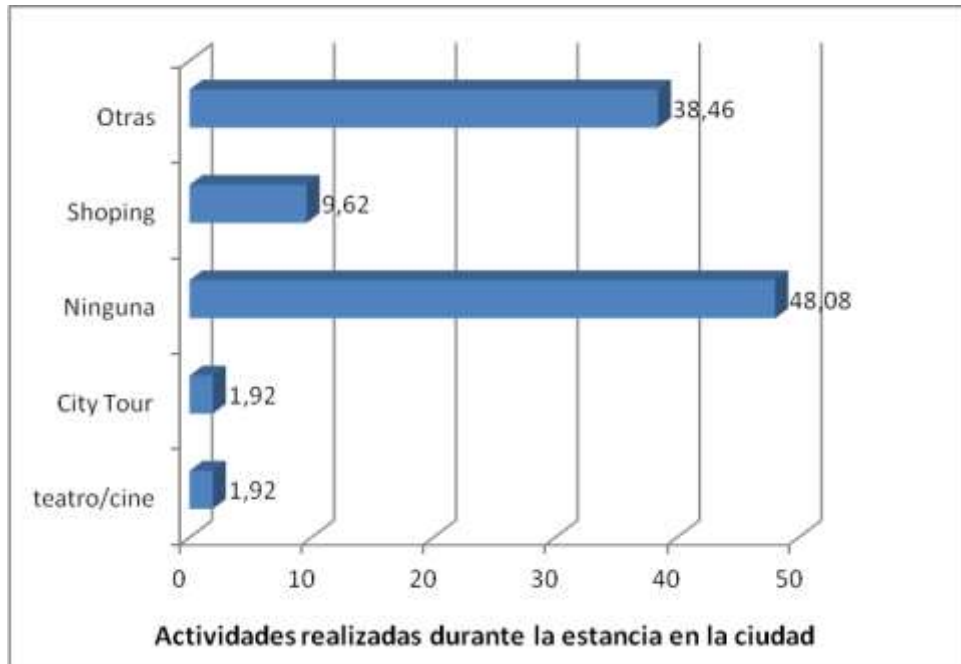
Valor	Significado (respuestas múltiples)	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
1	Ropa	8	15,09	15,69
3	Suvenires	1	1,89	1,96
7	Otros	29	54,72	56,86
8	Alimentos	15	28,30	29,41

Total frecuencias 53 100,00 103,92



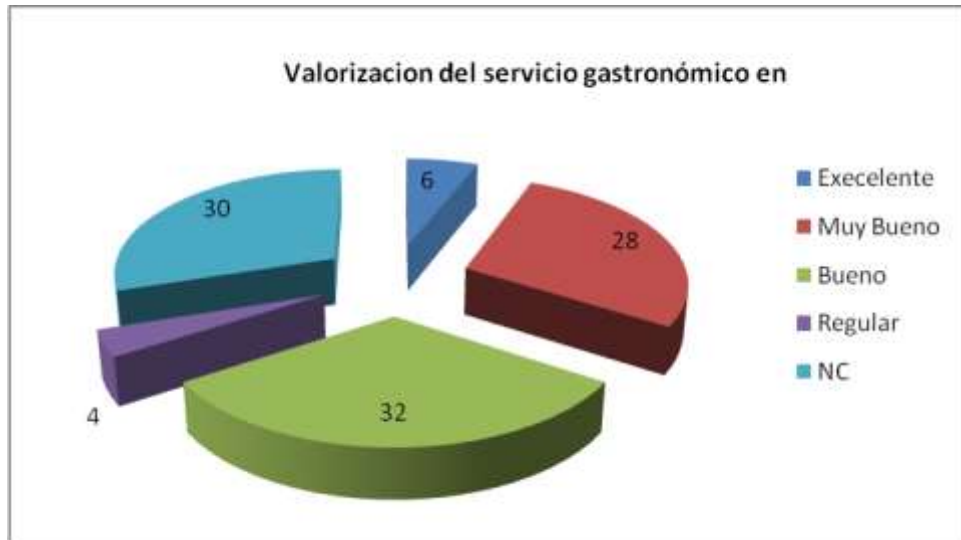
Variable 18: Qué actividades realizó durante su viaje?

Valor	Significado (respuestas múltiples)	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
3	Teatro/cine	1	1,92	1,96
4	City Tour	1	1,92	1,96
8	Ninguna	25	48,08	49,02
9	Otras	20	38,46	39,22
10	Shopping	5	9,62	9,80
Total frecuencias		52	100,00	101,96
Total Muestra		51		



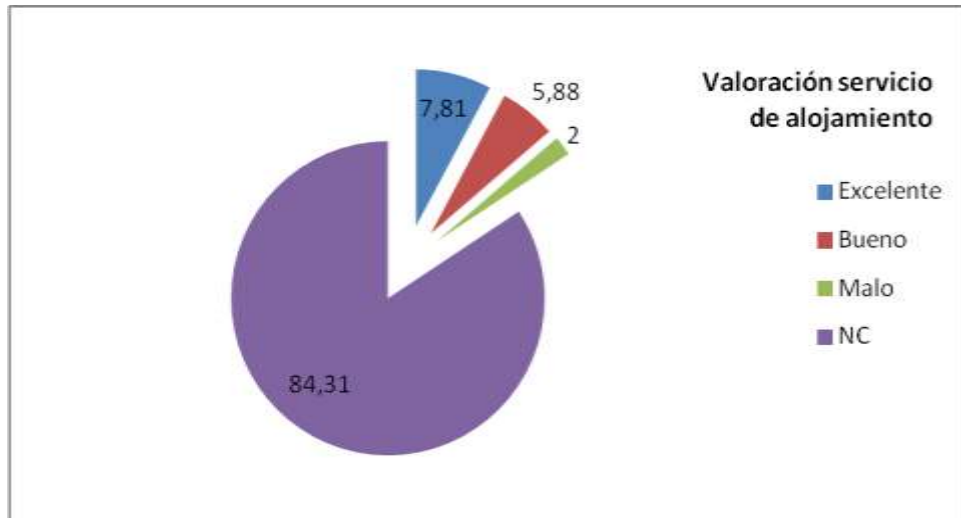
Variable 19: Como calificaría el servicio de gastronomía

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Ex	3	6,00
2	MB	14	28,00
3	B	16	32,00
4	R	2	4,00
7	NC	16	30,00
Total frecuencias		51	100,00



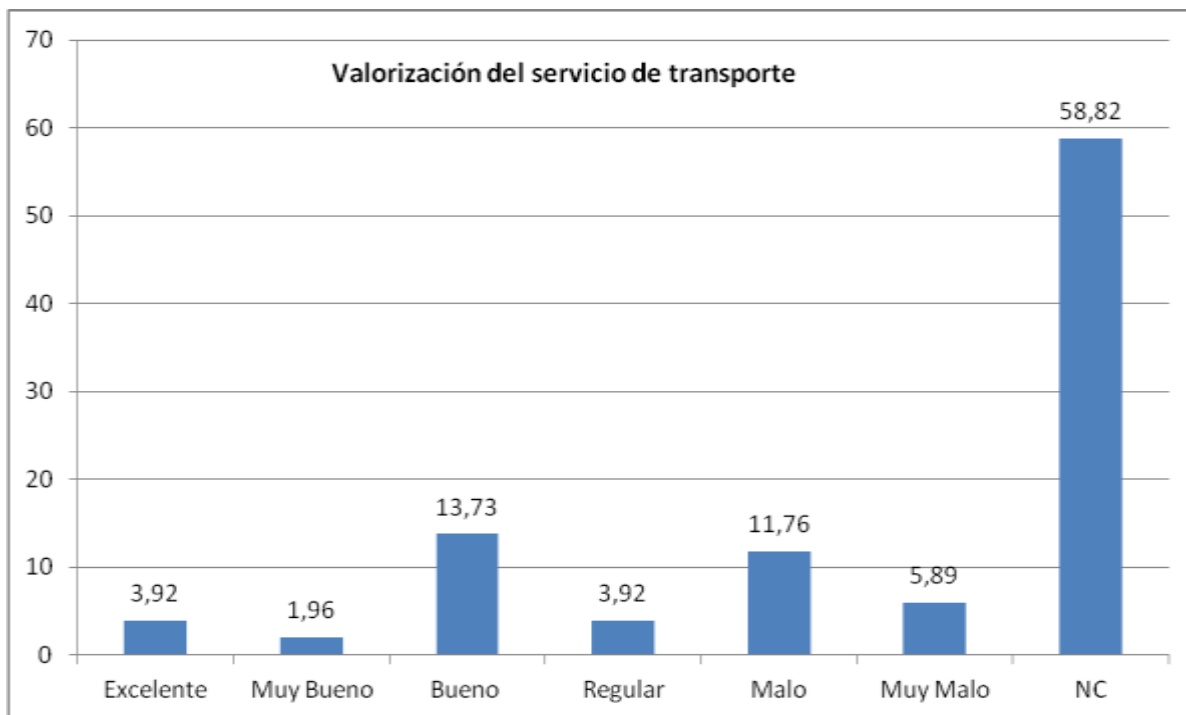
Variable 20: Como Calificaría el servicio de alojamiento?

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Excelente	4	7,81
3	Bueno	3	5,88
5	Malo	1	2,00
7	NC	43	84,31
Total frecuencias		51	100,00
Total Muestra		51	



Variable 21: Cómo calificaría el servicio de transporte?

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Excelente	2	3,92
2	Muy bueno	1	1,96
3	Bueno	7	13,73
4	Regular	2	3,92
5	Malo	6	11,76
6	Muy Malo	3	5,89
7	NC	30	58,82
Total frecuencias		51	100,00

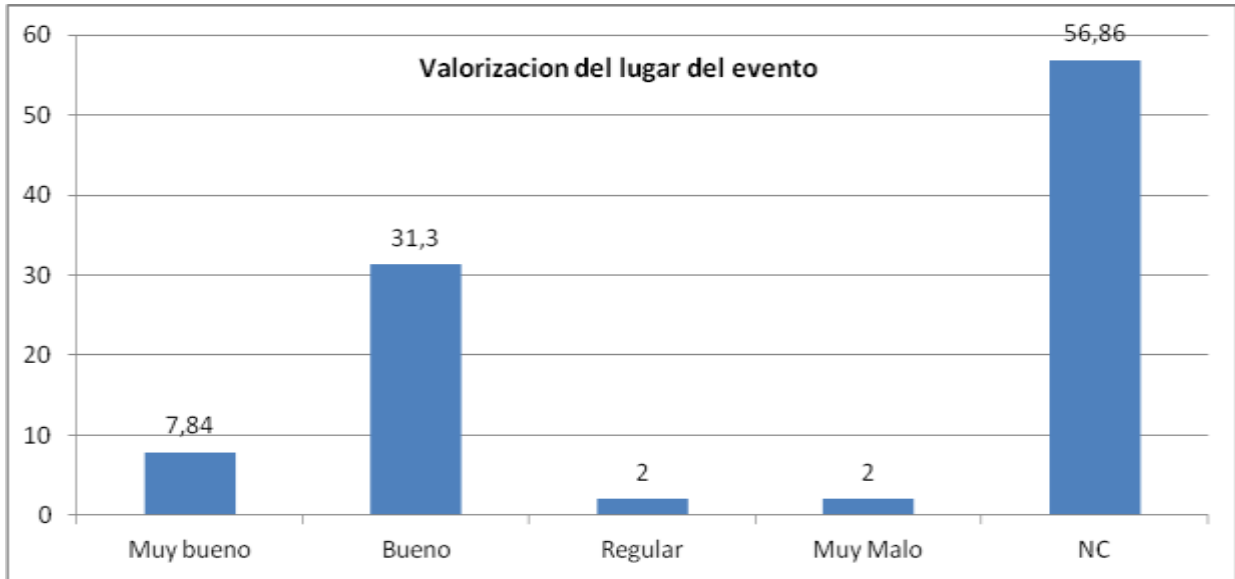


Variable 22: Cómo calificaría los servicios de excursiones?

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Excelente	1	1,96
2	Muy bueno	3	5,88
3	Bueno	6	11,76
5	Mala	1	1,96
7	Nc	40	78,43
Total frecuencias		51	100,00

Variable 23: Cómo calificaría el lugar del evento?

Valor	Significado	Frecuencia	%
2	Muy Buena	4	7,84
3	Bueno	16	31,30
4	regular	1	2,00
6	Muy Mala	1	2,00
7	NC	29	56,86
Total frecuencias		51	100,00



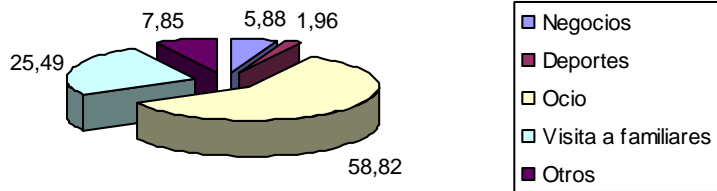
Variable 24: Volvería a esta ciudad?

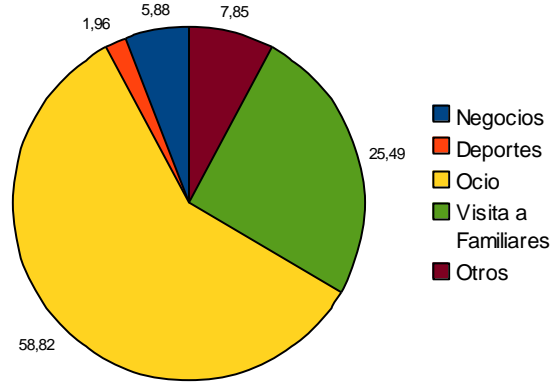
Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Si	51	100,00
Total frecuencias		51	100,00

Variable 25: Por que motivo de viaje?

Valor	Significado	Frecuencia	%
1	Negocios	3	5,88
2	Deportes	1	1,96
3	Ocio	30	58,82
5	Visita a familiares o amigos	13	25,49
7	Otros	4	7,85
Total frecuencias		51	100,00

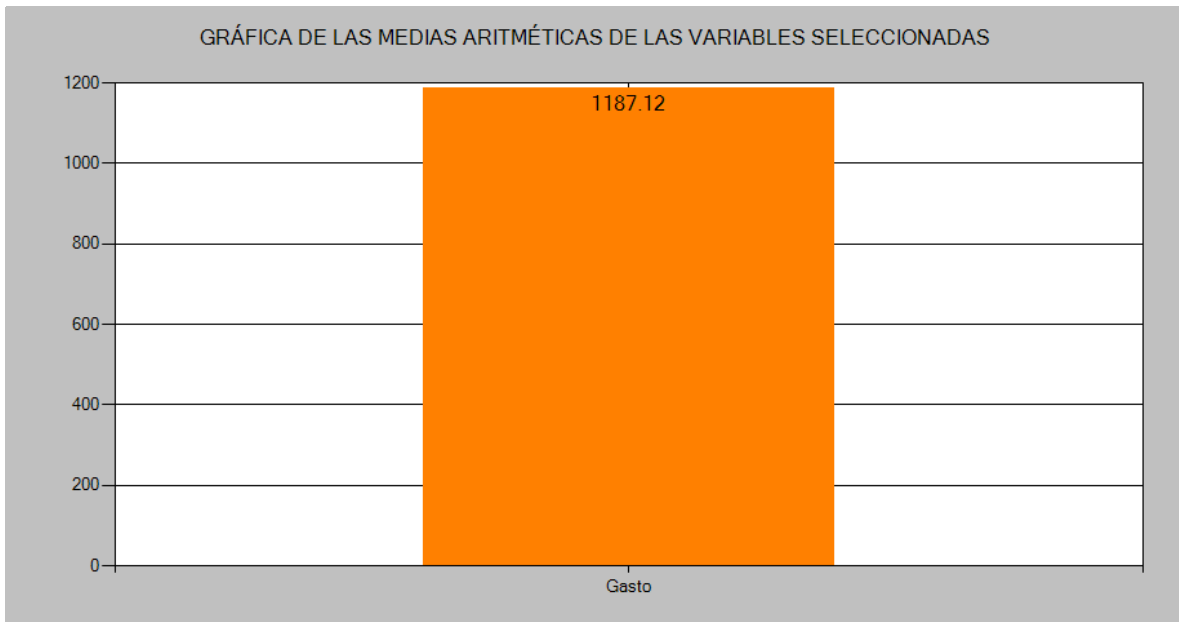
Motivacion del retorno a la ciudad





Variable 26: Cuanto dinero piensa gastar en la ciudad?

N° de casos:	51
Suma:	60.543,0000
Máximo:	7.500,0000
Mínimo:	155,0000
Rango:	7.345,0000
Media aritmética:	1.187,1176
Mediana:	850,0000
Moda:	500,0000
Varianza:	1.484.895,3979
Desviación estándar:	1.218,5628



Variable 27: Del gasto en que items se produjo el mismo?

Valor Significado (respuestas múltiples)	Frecuencia	% s/ Total	% s/ Muestra
-----	-----	-----	-----

2	Alojamiento	3	2,22	5,88
3	Alimentación	29	21,48	56,86
4	Transporte /Alquiler de autos	40	29,63	78,43
5	Excursiones	1	0,74	1,96
6	Entretenimiento	2	1,48	3,92
7	Compras	11	8,15	21,57
8	Inscripción	47	34,81	92,16
9	Otros	2	1,49	3,92
			-----	-----
	Total frecuencias	135	100,00	264,71
	Total Muestra	51		