

Resumen Ejecutivo mes de enero 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 enero.

La metodología del muestreo fue al azar totalizando 192 encuestas de las cuáles 150 se efectuaron a visitantes representando el (78.13%) del total de la muestra.

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

De las 150 encuestas se desprenden que el (85.33 %) de los visitantes encuestados son Argentinos mientras que el (14.67%) provienen de otros países (Chile, Francia, Alemania, Brasil, Suiza, Colombia, España, Estados Unidos, Holanda, Italia, República Checa y Uruguay).

En relación a la provincia de residencia el (46.66%) provienen de la Provincia de Buenos Aires siendo el (28%) procedentes de Ciudad Autónoma de Buenos Aires; seguido de Santa Fe (8.67%), Córdoba (8.00%), Mendoza (4%), Neuquén (5%), Chubut (2.67%), Entre Ríos, Santa Cruz y Tucumán (2%), La Pampa, Rio Negro y Salta (1.33% respectivamente), Formosa, La Rioja y Tierra del Fuego (0.67%), mientras que el (14.67%) de la muestra corresponde a los procedentes de otros países.

El grupo está compuesto en su mayoría por parejas (26.00%); seguida de una persona (23.33%); (19.33%) de pareja con hijos, (16.00%) amigos, familiares (14.67%) y sin parentesco (0.67%). Del total se desprende que el 48.69% son empleados, estudiantes mayores y menores de 18 años representan el (15.19% respectivamente), jubilados (6.81%), profesionales independientes (4.71%), Docentes (3.66%), autónomos (2.09%), comerciantes y desocupados (1.57%), mientras que el (0.52%) pertenece al grupo de otros.

Entre las causas que motivaron el desplazamiento se destaca escala con el (52.30%), vacaciones con el (34.48%), visita a familiares y amigos (5.17%), negocios y compras (2.30%), actividades culturales y salud (1.15%), educación (0.58%), y trámites (0.57%).

En relación a la variable referida a la próxima región turística de destino, los datos arrojados indican que el (43.33%) se dirige a la Región Buenos Aires; (41.33 %) a la Región Turística Patagonia, Capital Federal (10.00%), Cuyo y Litoral (2.00%), y Centro (1.34%).

Asimismo, los datos procesados que refieren a la modalidad de alojamiento muestran que el (42.58%) optó por Hotel; (29.33%) no planea alojarse; mientras que el (15.33 %) optó por la

modalidad Hostel; casa (5.33); camping (4%); apart hotel (2.00%); departamento (1.33%). La estadía promedio durante el mes de diciembre es de 1.74 días en la ciudad.

En cuanto al medio de transporte utilizado para arribar a Bahía Blanca, se destaca que el (56.00%) utilizó automóvil; el (23.33%) lo hizo en ómnibus; en tren el (15.33%); en avión (2.67%); combi (2%); y otros (0.67%).

En relación a la estimación del gasto que realizará en la ciudad durante su estadía; el (42.67%) gastará entre \$500 y \$15000; menos de \$ 500 (40.00%); mas de \$1500 (17.33%).

Una de las variables mensuradas refleja el medio de información sobre el destino, arrojando los siguientes datos: el (41.07%) no tenía información; el (30.95 %) utilizó internet, por referencia de familiares y amigos lo hizo el (13.69%), otros (10.12%), a través de folletos (2.98%); y guías turísticas (1.19%).

Entre la información solicitada en los centros de información turística se destaca en primer término el plano de la ciudad con el (29.58%); información sobre atractivos el (20.53%), información sobre actividades(13.55%); información sobre alojamiento(9.03%), información general (7.60%), información sobre la región (6.78%), información sobre transporte urbano (4.31%), información sobre gastronomía (3.49%), información sobre otras localidades (2.87%), información sobre transporte a la región (2.26%).

Tabulación y gráfico de datos

Variable 1: Estadía promedio0.67

Nº de casos: 150

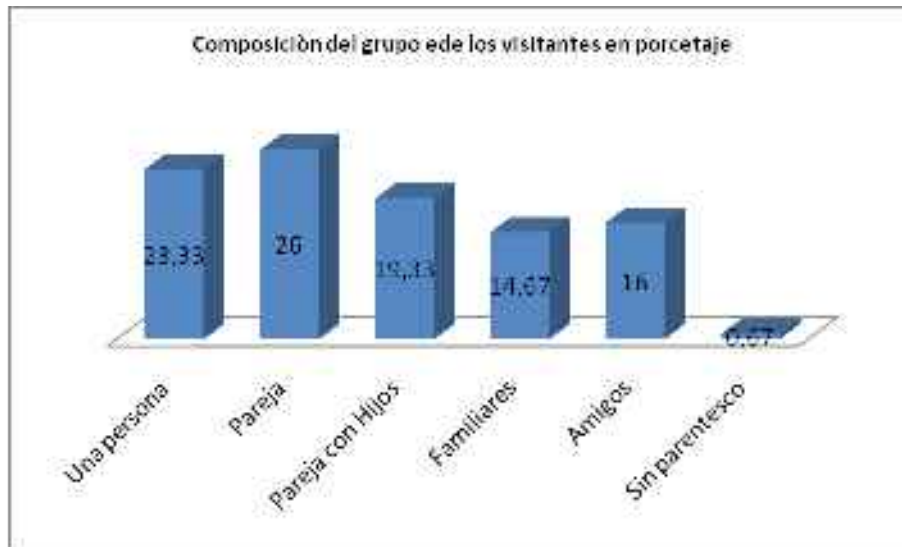
Suma:	261,0000
Máximo:	15,0000
Mínimo:	0,0000
Rango:	15,0000
Media aritmética:	1,7400

Variable 2: Composición del grupo

Significado	Total%

Una persona	23,33
Pareja	26,00
Pareja con hijos	19,33
Familiares	14,67
Amigos	16,00
Sin parentesco	0,67

Total Muestra 150



Variable 3: Edades

Significado	Total %

0 a 2 años	1,42
3 a 6 años	6,13
7 a 14 años	10,38
15 a 20 años	6,13
21 a 30 años	23,58
31 a 45 años	33,49
46 a 60 años	13,68
> 60 años	5,19

Total Muestra	150



Variable 4: Ocupaciones

Significado	Total%

Estudiantes <18	15,19
Estudiantes >18	15,19
Empleados	48,69
Comerciantes	1,57
Docentes	3,66
Profesionales Independientes	4,71
Autónomos	2,09
Jubilados	6,81
Desocupados	1,57
Otros	0,52

Total Muestra	150



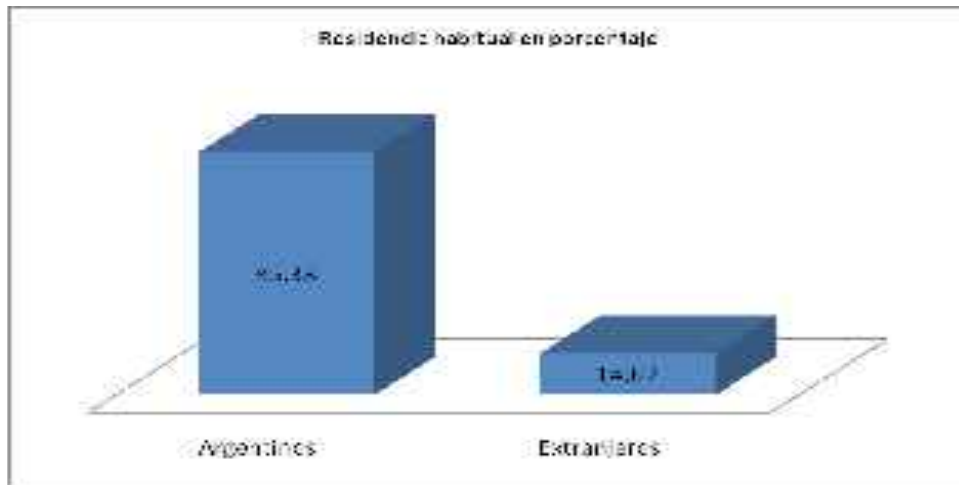
Variable 5: Residencia habitual

Significado %

 Argentinos 85.33

Extranjero s 14.67

 Total frecuencias 150 100,00



Variable 6: Provincia de residencia habitual

Significado	%
Capital Federal	28,00
Buenos Aires	18,66
Chubut	2,67
Córdoba	8,00
Entre Ríos	2,00
Formosa	0,67
La Pampa	1,33
La Rioja	0,67
Mendoza	4,00
Neuquén	3,33
Río Negro	1,33

Salta	1,33
Santa Cruz	2,00
Santa Fe	8,67
Tierra del Fuego	0,67
Tucumán	2,00
Extranjeros	14,67

 Total frecuencias 150 100,00

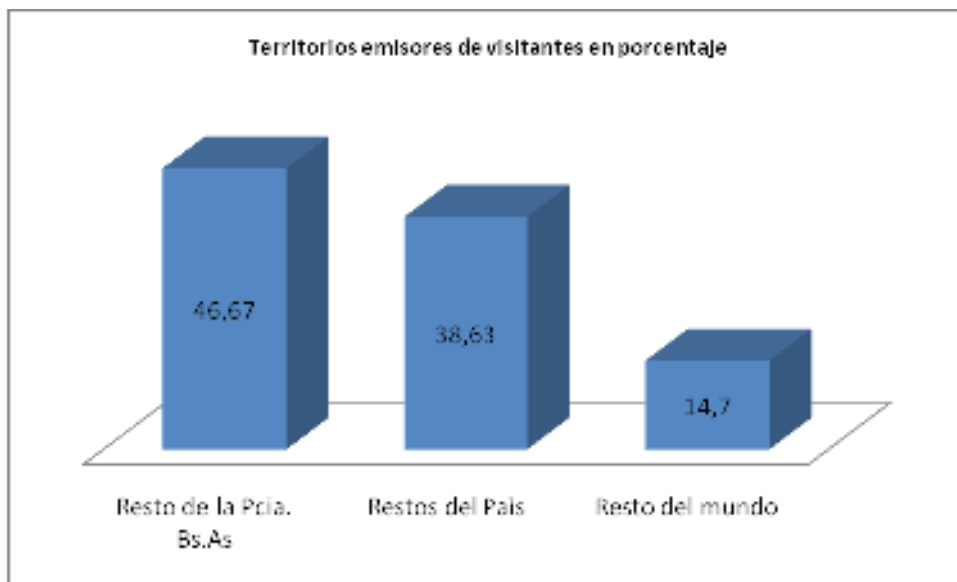


Variable 7: Territorios emisores de visitantes

Significado %

Resto de la Provincia de Buenos Aires	46,67
Resto del país	38,63
Resto del mundo	14,70

Total frecuencias 150 100,00



Variable 8: País de Origen

Significado %

Alemania	1,33
Argentina	85,32
Brasil	1,33
Chile	4,00
Colombia	0,67
España	0,67
Estados Unidos	0,67
Francia	2,00
Holanda	0,67
Italia	0,67
República Checa	0,67
Suiza	1,33
Uruguay	0,67

 Total frecuencias 150 100,00

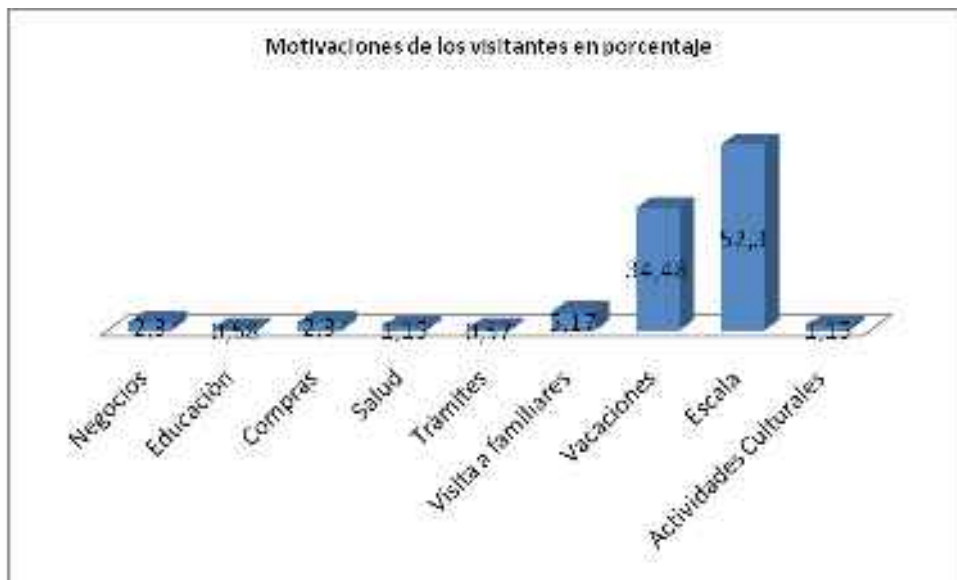


Variable 9: Motivaciones del viaje hacia el destino

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

Negocios	2,30
Educación	0,58
Compras	2,30
Salud	1,15
Trámites	0,57
Visita a familiares y amigos	5,17
Vacaciones	34,48
Escala	52,30
Actividades culturales	1,15

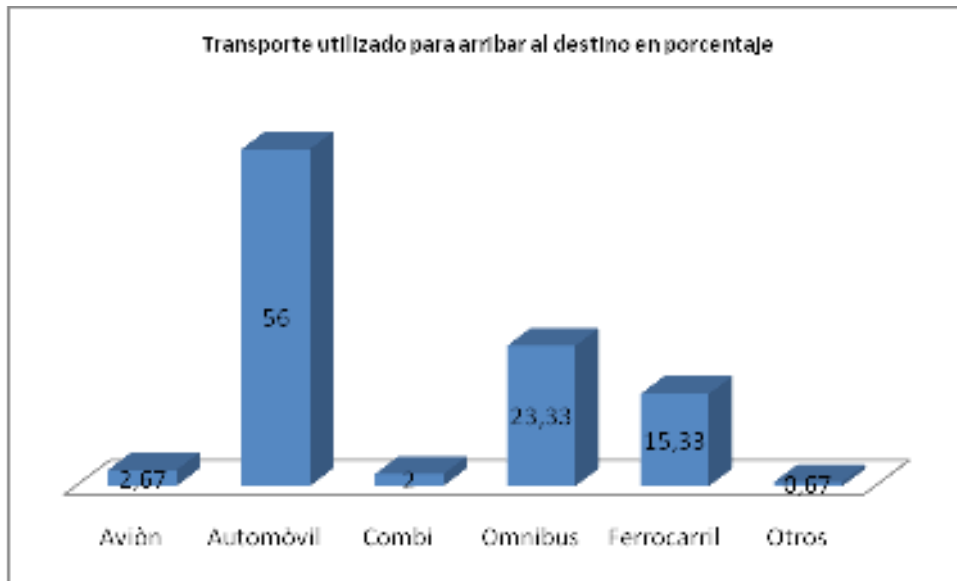
Total Muestra 150



Variable 10: Transporte utilizado para arribar al destino

Significado	Total %
Avión	2,67
Automóvil	56,00
Combi	2,00
Ómnibus	23,33
Ferrocarril	15,33
Otros	0,67

Total Muestra 150



Variable 11: Lugar de alojamiento

Significado	Total %
Hotel	42,68
Apart Hotel	2,00
Hostel	15,33
Camping	4,00
Casa	5,33
Departamento	1,33
No planea alojarse/ está de paso	29,33

Total Muestra 150



Variable 12: Estimación del gasto durante la estadía

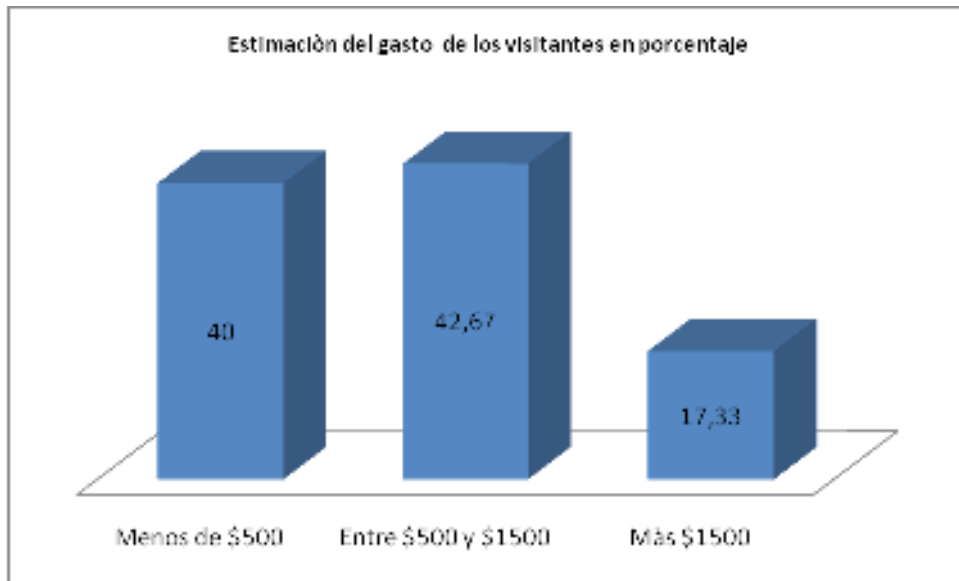
Significado	%
-------------	---

Menos de \$500	40,00
----------------	-------

Entre \$500 y \$1500	42,67
----------------------	-------

Más de \$1500	17,33
---------------	-------

Total frecuencias	150	100,00
-------------------	-----	--------



Variable 13: Regiones Turísticas emisoras de visitantes

Significado	%
Capital Federal	32,00
Buenos Aires	32,66
Centro	4,67
Litoral	4,67
Cuyo	2,00
Norte	2,00
Patagonia	22,00
Total frecuencias	150 100,00

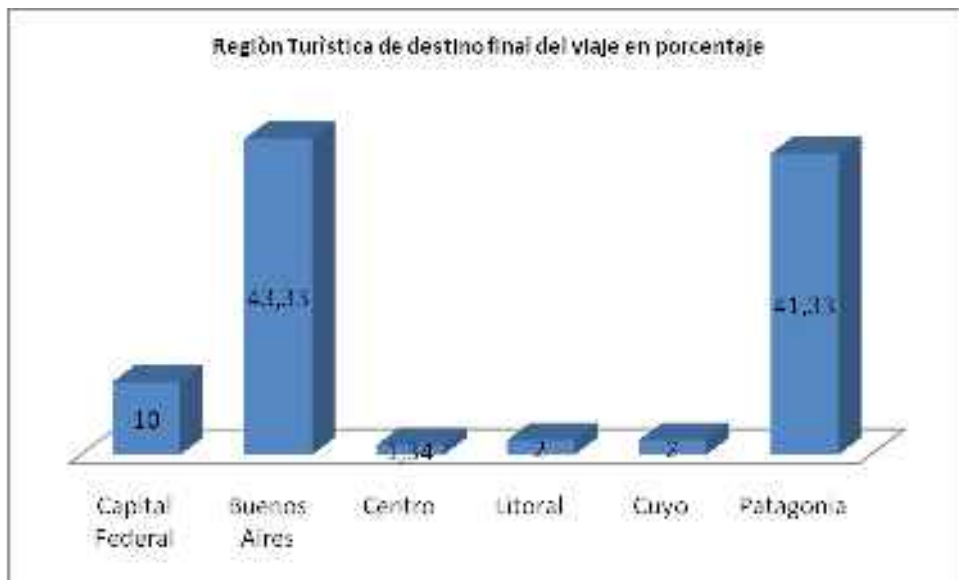


Variable 14: Región Turística de destino final del viaje

Significado %

Capital Federal	10,00
Buenos Aires	43,33
Centro	1,34
Litoral	2,00
Cuyo	2,00
Patagonia	41,33

Total frecuencias 150 100,00



Variable15: Medios de información sobre el destino

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

No tenía información	41,07
----------------------	-------

Guías Turísticas	1,19
------------------	------

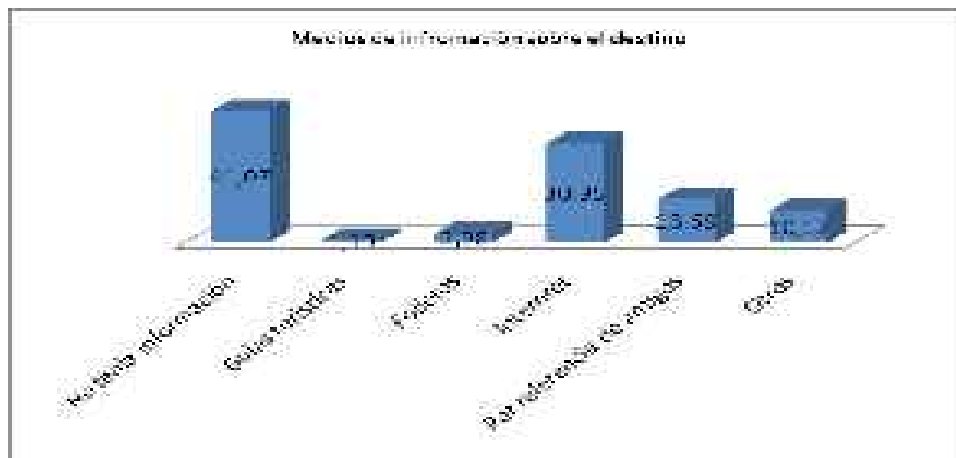
Folletos	2,98
----------	------

Internet	30,95
----------	-------

Por referencia de amigos	13,69
--------------------------	-------

Otros	10,12
-------	-------

Total Muestra 150



Variable 16: Motivo de la consulta al puesto

Significado	Total %
Pide plano de Bahía Blanca	29,58
Información sobre actividades	13,55
Información sobre atractivos	20,53
Información sobre alojamientos	9,03
Información sobre gastronomía	3,49
Información sobre transporte urbano	4,31
Información sobre transporte a la región	2,26
Información sobre la región	6,78
Información sobre otras localidades	2,87
Información general	7,60
Total Muestra	150

