

## Resumen Ejecutivo mes de febrero 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 febrero.

La metodología del muestreo fue al azar totalizando 143 encuestas de las cuáles 91 se efectuaron a visitantes representando el (63.64%) 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 febrero.**

De las 143 encuestas se desprenden que el (79.12%) de los visitantes encuestados son Argentinos mientras que el (20.88%) provienen de otros países (Chile, España, Alemania, Canadá, Francia, Dinamarca y Nueva Zelanda).

En relación a la provincia de residencia el (45.06%) provienen de la Provincia de Buenos Aires siendo el (23.08%) procedentes de Ciudad Autónoma de Buenos Aires; seguido de Río Negro (8.78%), Chubut y Córdoba (5.49%), Santa Fe y Neuquén (3.30%), Mendoza (2.20%), Corrientes, Entre Ríos, La Pampa, San Juan, y Santa Cruz (1.10 % respectivamente).

El grupo está compuesto en su mayoría por parejas (31.52%); seguida de una persona (28.26%); (25.00%) de pareja con hijos, familiares (9.78%), amigos (4.35%), sin parentesco (1.09%). Del total se desprende que el 58.82% son empleados, estudiantes menores de 18 años (18.49%), estudiantes mayores de 18 años (8.40%), Profesionales independientes (5.88%), jubilados (5.05%), Autónomos (2.52%), y comerciantes (0.84%).

Entre las causas que motivaron el desplazamiento se destaca escala con el (43.40%), vacaciones con el (33.02%), visita a familiares y amigos y negocios (5.66%), trámites (4.72%), educación (3.77%), otros (2.83%), y deportes (0.94%).

En relación a la variable referida a la próxima región turística de destino, los datos arrojados indican que el (43.95%) tienen como destino final del viaje la Región Buenos Aires (30.77%), Región Turística Patagonia, Capital Federal (18.68%), Cuyo (4.40%), y Centro (2.20%).

Asimismo, los datos procesados que refieren a la modalidad de alojamiento muestran que el (51.65%) optó por Hotel; (28.57%) no planea alojarse; mientras que el (7.69%) optó por la modalidad Hostel; casa (5.49%); apart hotel (3.30%), departamento (2.20%) y camping (1.10%). La estadía promedio durante el mes de diciembre es de 1.68 días en la ciudad.

En cuanto al medio de transporte utilizado para arribar a Bahía Blanca, se destaca que el (62.64%) utilizó automóvil; el (24.18%) lo hizo en ómnibus; en avión (6.59%); ferrocarril (4.40%); a pie /dedo y otros (1.10%) respectivamente.

En relación a la estimación del gasto que realizará en la ciudad durante su estadía; el (42.86%) gastará entre \$500 y \$15000; menos de \$ 500 (36.25%); mas de \$1500 (20.88%).

Una de las variables mensuradas refleja el medio de información sobre el destino, arrojando los siguientes datos: el (54.55%) no tenía información; el (19.19 %) utilizó internet, por referencia de familiares y amigos lo hizo el (14.14%), otros (9.09%), a través de folletos (2.02%); y guías turísticas (1.01%).

Entre la información solicitada en los centros de información turística se destaca en primer término el plano de la ciudad con el (28.67%); información sobre atractivos el (23.43%), información sobre actividades(13.64%); información sobre alojamiento(9.44%), información general (7.69%), información sobre la región (6.29%), información sobre transporte urbano (4.20%), información sobre gastronomía (2.44%), información sobre otras localidades (2.10%), información sobre transporte a la región (2.10%).

## Tabulación y grafico de datos

Variable 1: Promedio de estadía en la ciudad

Nº de casos: 91

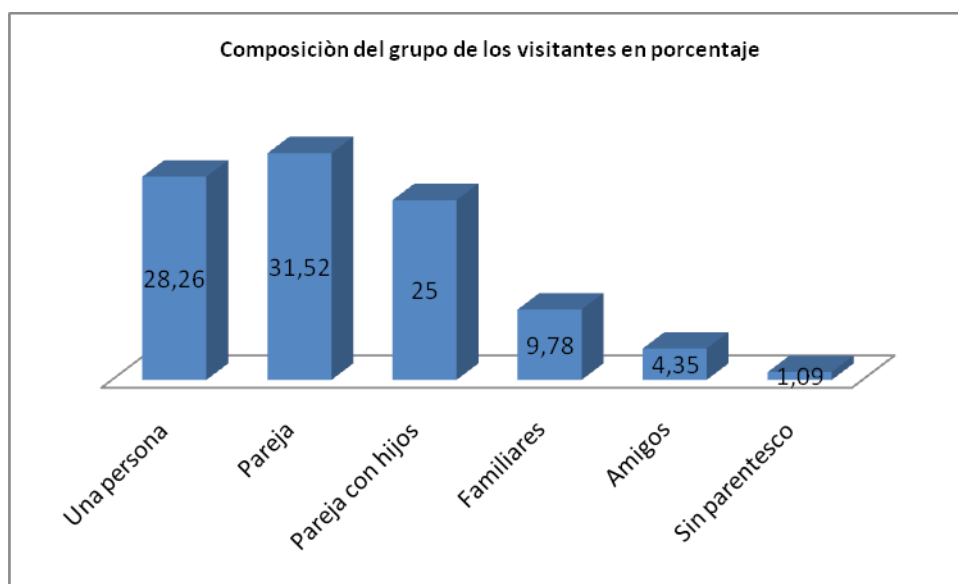
## Perfil del visitante durante el mes de febrero | 2014

---

Suma:	153,0000
Máximo:	10,0000
Mínimo:	0,0000
Rango:	10,0000
Media aritmética:	1,6813

### Variable 2: Composición del grupo

Significado	Total %
-----	
Una persona	28,26
Pareja	31,52
Pareja con hijos	25,00
Familiares	9,78
Amigos	4,35
Sin parentesco	1,09
-----	
Total Muestra	91

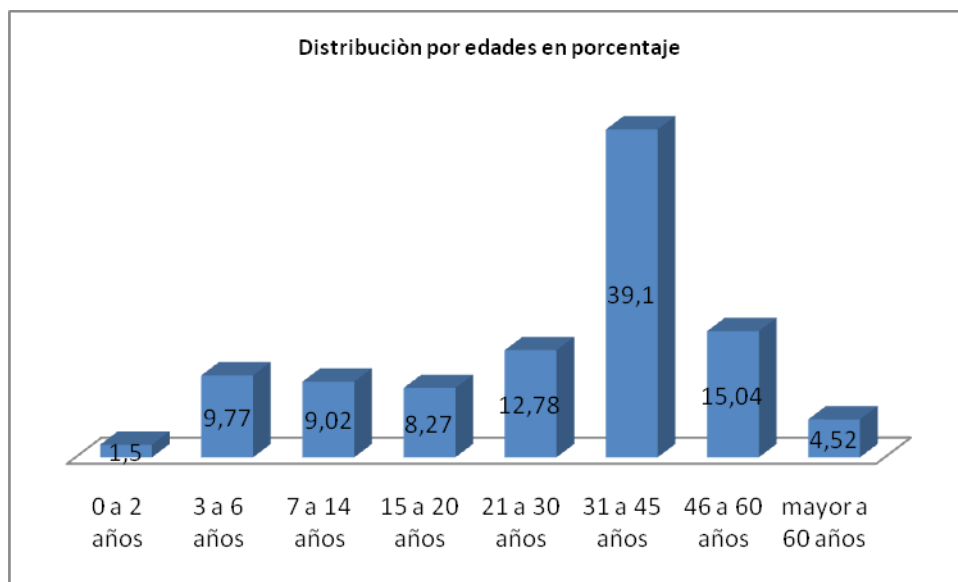


Variable 3: Edades

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

0 a 2 años	1,50
3 a 6 años	9,77
7 a 14 años	9,02
15 a 20 años	8,27
21 a 30 años	12,78
31 a 45 años	39,10
46 a 60 años	15,04
> 60 años	4,52

Total Muestra 91



Variable 4: Ocupaciones

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

Estudiantes <18	18,49
Estudiantes >18	8,40
Empleados	58,82
Comerciantes	0,84
Profesionales Independientes	5,88
Autónomos	2,52
Jubilados	5,05

Total Muestra    91



Variable 5: Residencia habitual

Significado	%
-----	
Argentinos	79,12
Extranjero s	20,88
-----	
Total frecuencias	91 100,00



Variable 6: Provincia de residencia habitual

## Perfil del visitante durante el mes de febrero | 2014

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

---

Capital Federal	23,08
-----------------	-------

Buenos Aires	21,98
--------------	-------

Chubut	5,49
--------	------

Córdoba	5,49
---------	------

Corrientes	1,10
------------	------

Entre Ríos	1,10
------------	------

La Pampa	1,10
----------	------

Mendoza	2,20
---------	------

Neuquén	3,30
---------	------

Río Negro	8,78
-----------	------

San Juan	1,10
----------	------

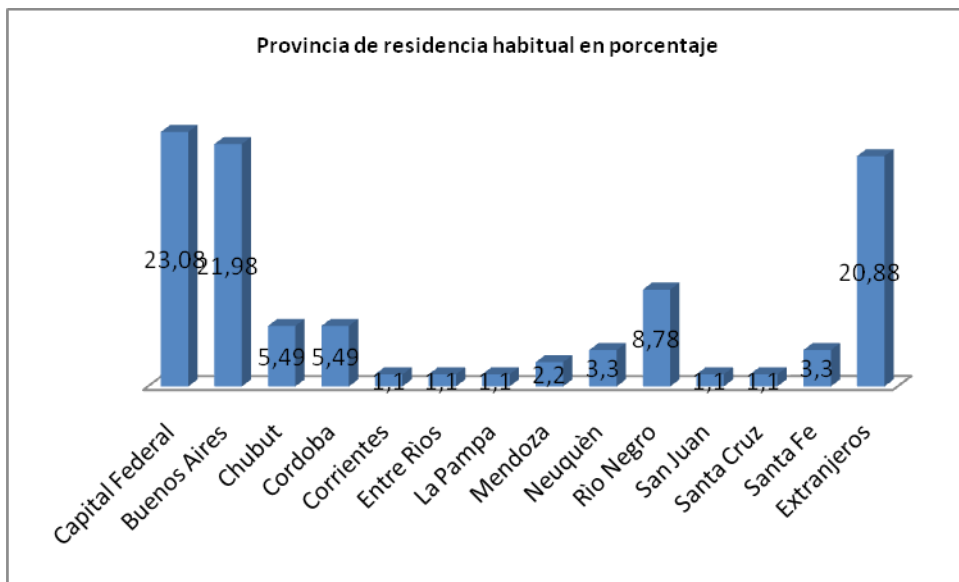
Santa Cruz	1,10
------------	------

Santa Fe	3,30
----------	------

Extranjeros	20,88
-------------	-------

---

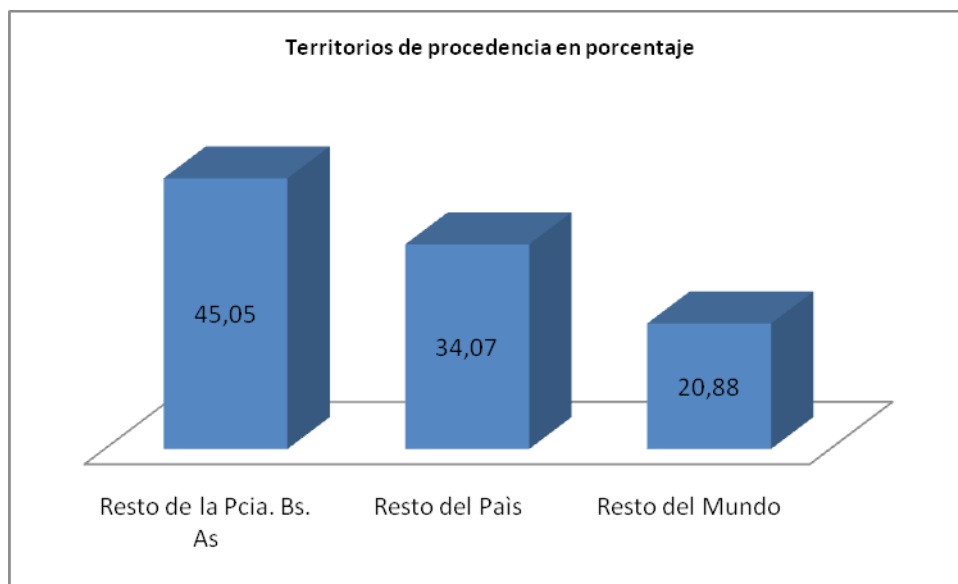
Total frecuencias	91	100,00
-------------------	----	--------



Variable 7: Territorios de procedencia

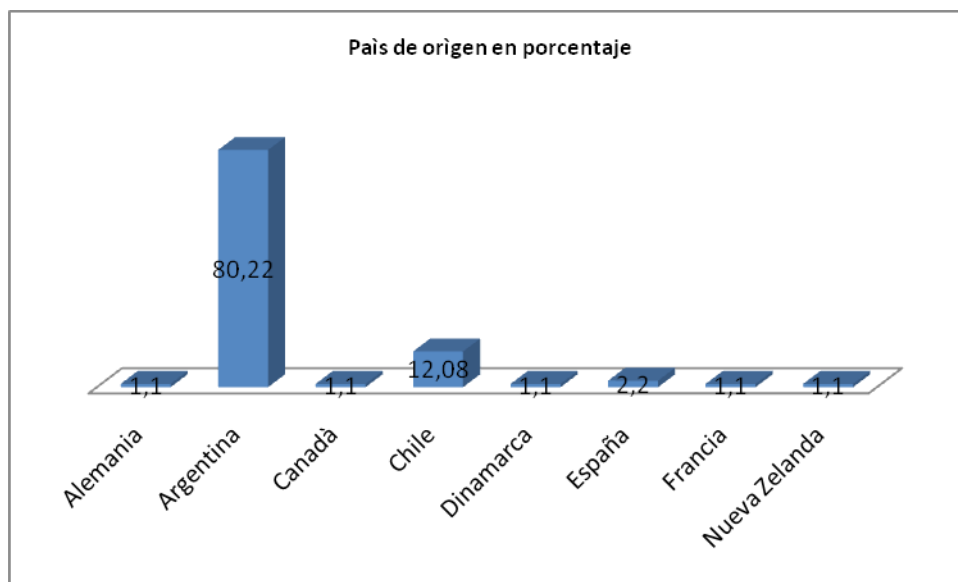
Significado	%
-----	
Resto de la Provincia de Buenos Aires	45,05
Resto del país	34,07
Resto del mundo	20,88
-----	
Total frecuencias	91 100,00





Variable 8: País de Origen

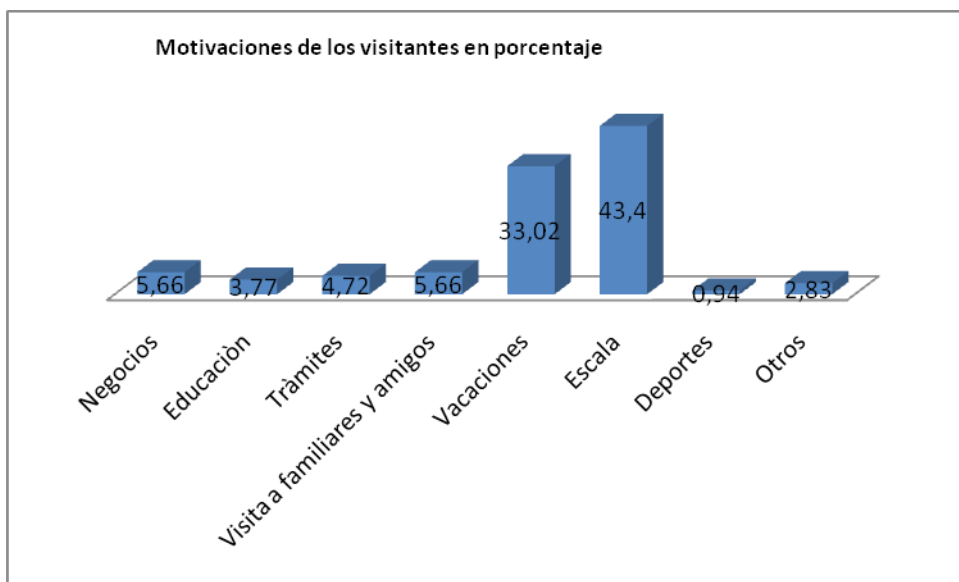
Significado	%
-----	
Alemania	1,10
Argentina	80,22
Canadá	1,10
Chile	12,08
Dinamarca	1,10
España	2,20
Francia	1,10
Nueva Zelanda	1,10
-----	
Total frecuencias	91 100,00



Variable 9: Motivo del viaje

Significado	Total %
Negocios	5,66
Educación	3,77
Trámites	4,72
Visita a familiares y amigos	5,66
Vacaciones	33,02
Escala	43,40
Deportes	0,94
Otros	2,83

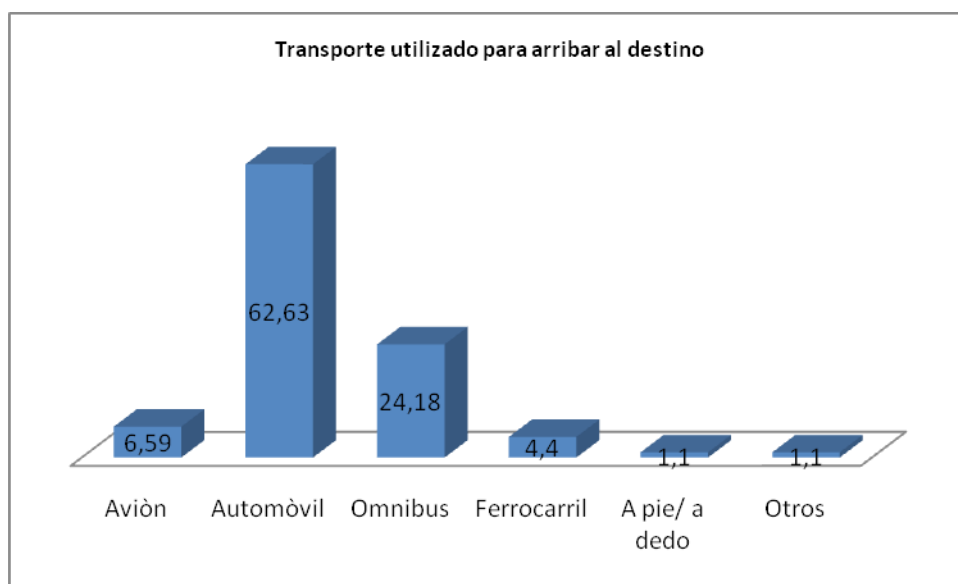
Total Muestra 91



Variable 10: Transporte utilizado para arribar al destino

Significado	Total %
Avión	6,59
Automóvil	62,63
Ómnibus	24,18
Ferrocarril	4,40
A pie/ a dedo	1,10
Otros	1,10

Total Muestra 91



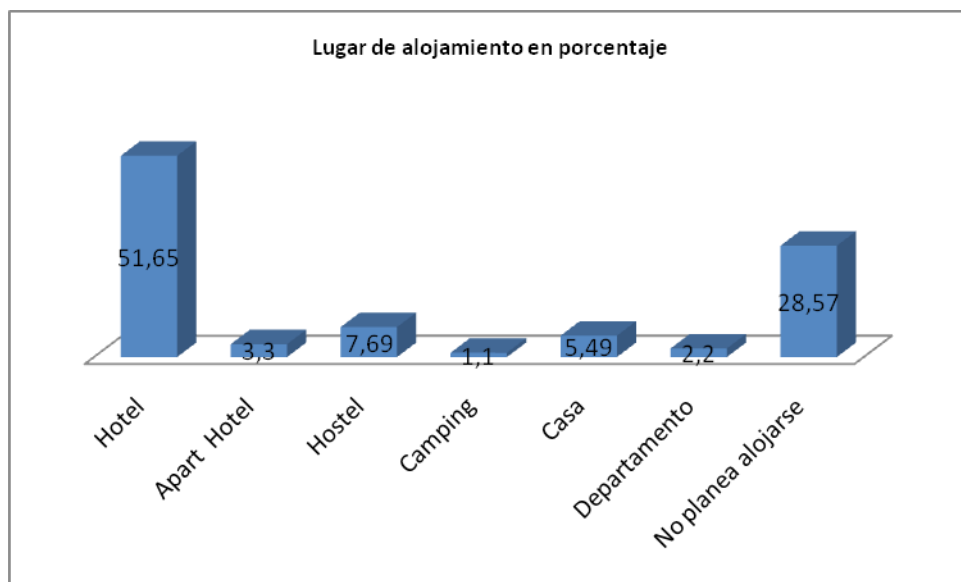
Variable 11: Lugar de alojamiento

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

Hotel	51,65
Apart Hotel	3,30
Hostel	7,69
Camping	1,10
Casa	5,49
Departamento	2,20
No planea alojarse	28,57

Total frecuencias 91 100,00 100,00

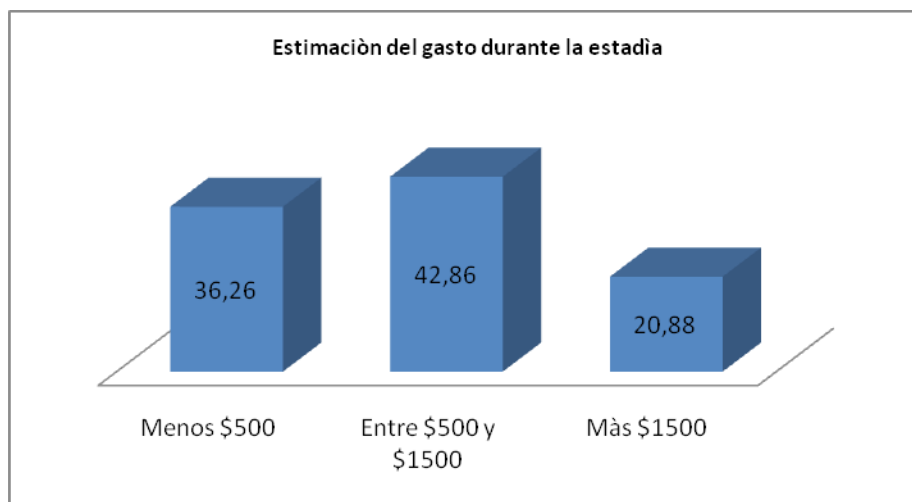
Total Muestra 91



Variable 12: Estimación del gasto durante la estadía

Significado	%
Menos de \$500	36,26
Entre \$500 y \$1500	42,86
Más de \$1500	20,88

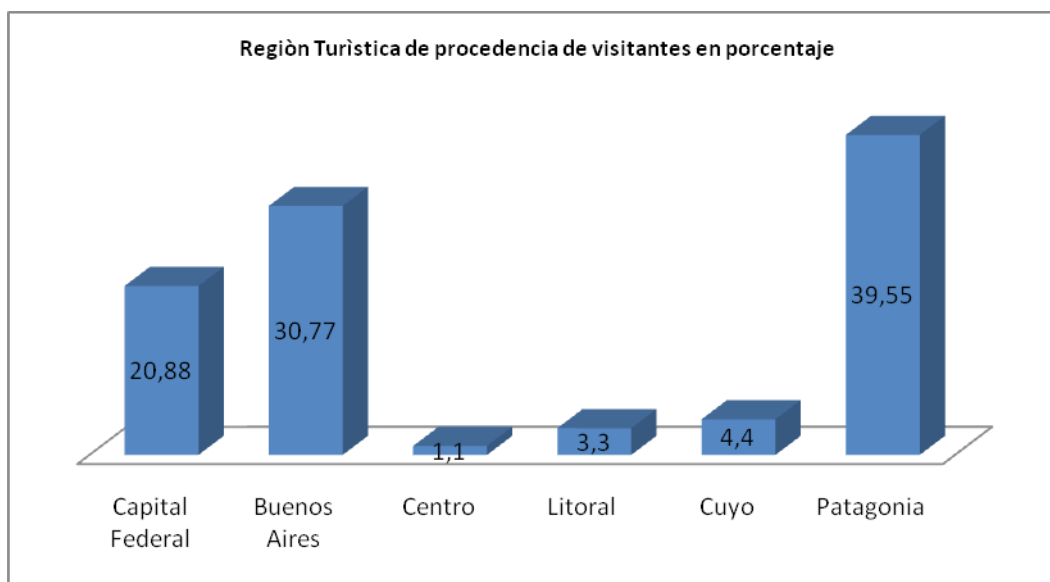
Total frecuencias 91 100,00



Variable 13: Región Turística de procedencia de visitantes

Significado	%
-----	
Capital Federal	20,88
Buenos Aires	30,77
Centro	1,10
Litoral	3,30
Cuyo	4,40
Patagonia	39,55

Total frecuencias    91    100,00



Variable 14: Región Turística de destino final del viaje

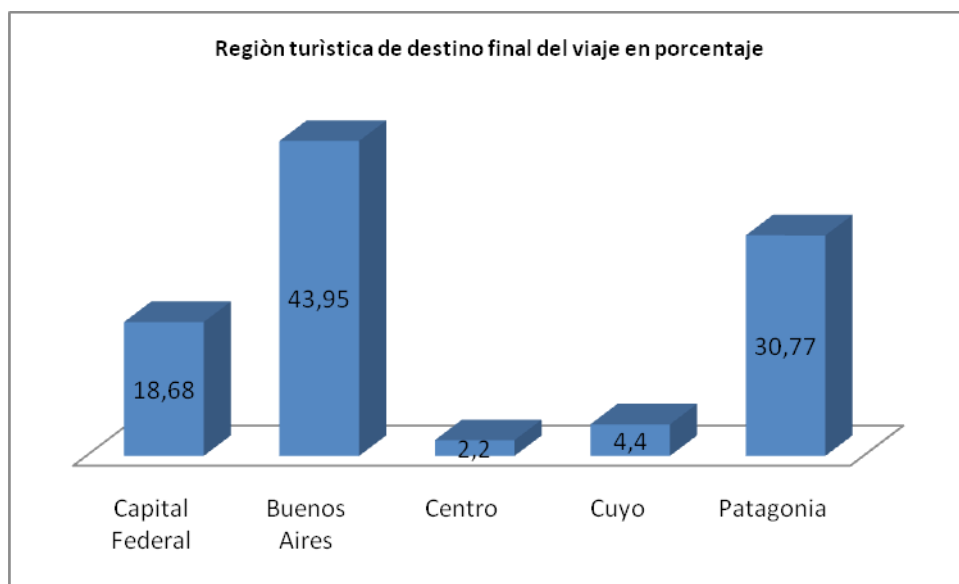
Significado	%
-----	

# Perfil del visitante durante el mes de febrero | 2014

Capital Federal	18,68
Buenos Aires	43,95
Centro	2,20
Cuyo	4,40
Patagonia	30,77

-----

Total frecuencias 91 100,00



Variable 15: Medios de Información sobre el destino

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

-----

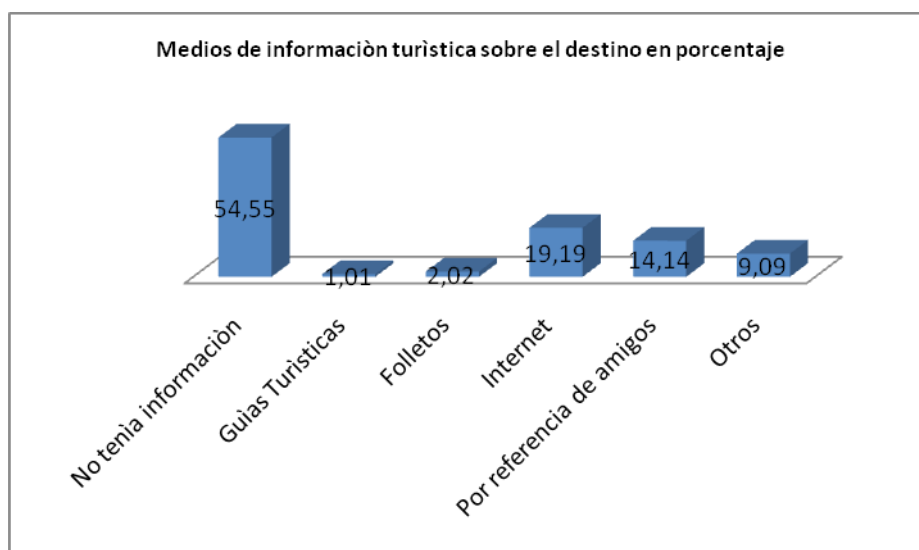
No tenía información	54,55
----------------------	-------

Guías Turísticas	1,01
Folletos	2,02
Internet	19,19
Por referencia de amigos	14,14
Otros	9,09

-----

Total frecuencias    99    100,00    108,79

Total Muestra    91



**Variable 16: Motivo de la consulta al puesto**

Significado	Total %
-----	
Pide plano de Bahía Blanca	28,67
Información sobre actividades	13,64
Información sobre atractivos	23,43



# Perfil del visitante durante el mes de febrero | 2014

Información sobre alojamientos	9,44
Información sobre gastronomía	2,44
Información sobre transporte urbano	4,20
Información sobre transporte a la región	2,10
Información sobre la región	6,29
Información sobre otras localidades	2,10
Información general	7,69

Total Muestra 91

