Observatorio TURÍSTICO Rosario

Conocer a quien nos visita nos permitirá recibirlo mejor

Anuario 2016

ANUARIO 2016

Observatorio Turístico Rosario

Líneas de acción

1. Perfil del Visitante pág. 8

2. Encuestas en puestos de información del Ente Turístico Rosario pág.16

3. Turismo de Reuniones pág.24

4. Informes especiales: 32ª Edición de Encuentro y Fiesta Nacional de Colectividades pág.32

5. Informes especiales: XI Marcha y Festival de la Diversidad Sexual pág.36

6. Visitas virtuales pág. 39

Anexos

I. Encuesta de Ocupación Hotelera. IPEC. Año 2016. pág. 40

II. Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica y Afines Rosario (AEHGAR) pág. 45

III. Aeropuerto Internacional Rosario "Islas Malvinas" pág. 47

IV. Estación Terminal de Ómnibus "Mariano Moreno" pág. 50

AUTORIDADES

Intendenta Municipal
Bq. MÓNICA FEIN

Secretario de Turismo
Presidente del Ente Turístico Rosario
HÉCTOR DE BENEDICTIS

Subsecretario de Turismo
Dr. DIEGO R. PALADINI

Directora General de Turismo
Lic. BIBIANA BOCCA

Director Ejecutivo del Ente Turístico Rosario
FEDERICO STOLAR

Directora Técnica del Ente Turístico Rosario
ANALÍA HERNÁNDEZ

OBSERVATORIO TURÍSTICO ROSARIO
Coordinadora General
Lic. en Estadística ELISABET LÓPEZ

PRODUCCIÓN Y DISEÑO
Dirección de Comunicación Estratégica
Secretaría de Turismo

Introducción

La Secretaría de Turismo de la Municipalidad de Rosario fue creada en diciembre de 2011 por la Intendenta Municipal Mónica Fein según ordenanza 8.887. Entre sus objetivos centrales figuran "realizar estudios estadísticos que apunten a definir estrategias..." y "articular con las políticas de la Secretaría de Turismo de la provincia de Santa Fe y del Ministerio de Turismo de la Nación".

En ese marco se conformó el Observatorio Turístico Rosario, un espacio de estudio que mide y analiza el perfil de los turistas siguiendo metodologías determinadas. Su objetivo es brindar herramientas orientadas a planificar acciones estratégicas que consoliden la actividad turística en la ciudad.

1/ PERFIL DEL VISITANTE

Encuestas de opinión a visitantes clasificados según Organización Mundial de Turismo (OMT) en «turistas» (pernoctan al menos una noche) y «excursionistas» (visitan la ciudad por el día), durante distintos fines de semana largos y vacaciones de invierno.

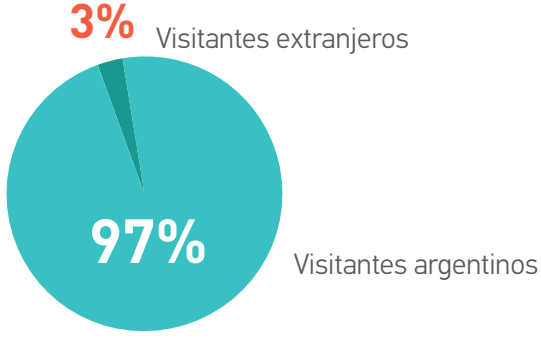
835 encuestas

realizadas en 5 relevamientos
llevados a cabo en el Monumento a la Bandera*.

3.784

Es el número de visitantes registrados en este estudio
(es el total de encuestados y sus acompañantes).

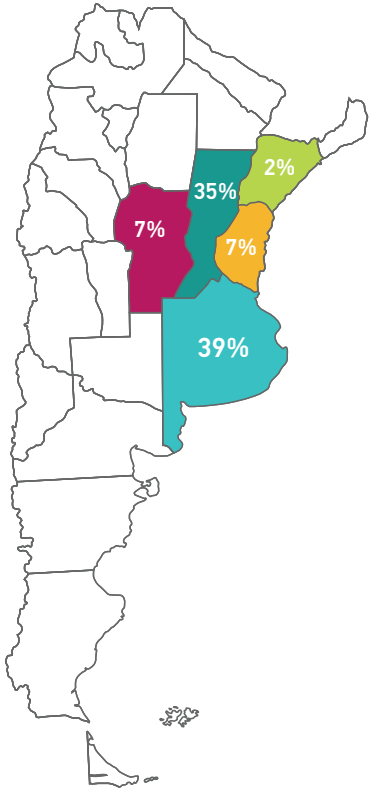
> PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES



* Semana Santa (24 al 27 de marzo) - Feriado 20 de junio (17 al 19 de junio) - Vacaciones de Invierno (10, 17, 19, 20-24 y 27 de julio) - Feriado 12 de Octubre (8 y 9 de octubre) - Feriado 8 de diciembre (8 y 9 de diciembre).

> VISITANTES ARGENTINOS SEGÚN PROVINCIA DE RESIDENCIA

Calculado en base al total de visitantes nacionales



Buenos Aires | Córdoba | Santa Fe | Entre Ríos | Corrientes

> VISITANTES ARGENTINOS SEGÚN CIUDAD DE RESIDENCIA

Calculado en base al total de visitantes nacionales

CABA	14%
Santa Fe	6%
San Nicolás	4%
Villa Constitución	3%
La Plata	3%
Córdoba	3%
Pergamino	2%
Casilda	2%
Paraná	2%
Venado Tuerto	2%
Mar del Plata	1%

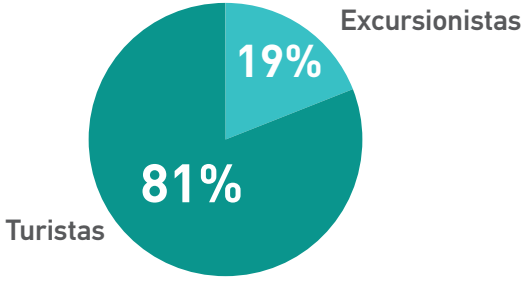
El 90% de los visitantes argentinos proviene de las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos, Córdoba y Corrientes.

> VISITANTES EXTRANJEROS SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA

Calculado en base al total de visitantes extranjeros

El 85% de los visitantes extranjeros provino de países latinoamericanos, el 70% fueron de países limítrofes como Brasil, Paraguay, Chile y Uruguay.

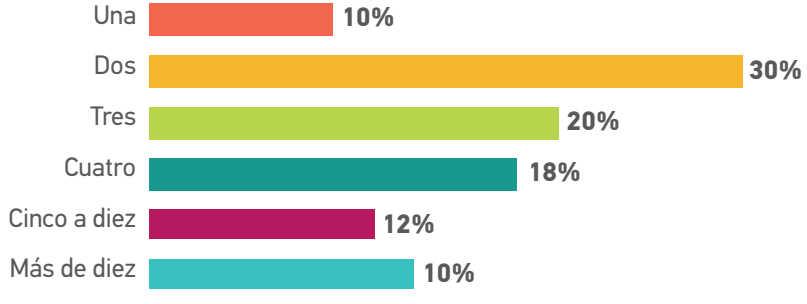
> COMPOSICIÓN DE LOS VISITANTES



*La OMT define como excursionista a los visitantes sin pernocte y turistas a visitantes con pernocte.

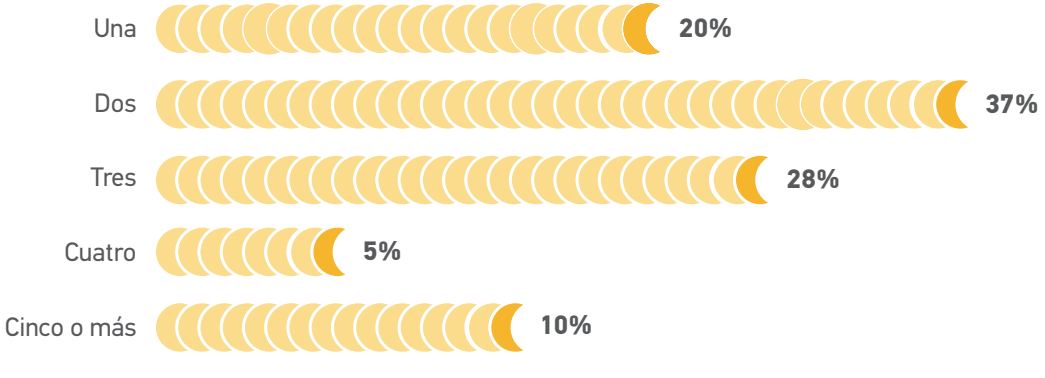
> PERSONAS POR GRUPO

(calculado a partir del total de encuestas)



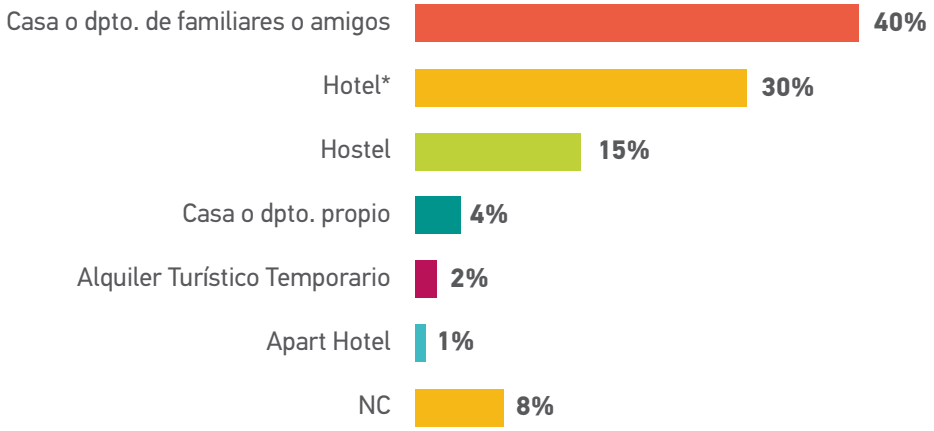
> ESTADÍA EN LA CIUDAD

Cantidad de noches (calculado en base al total de turistas)

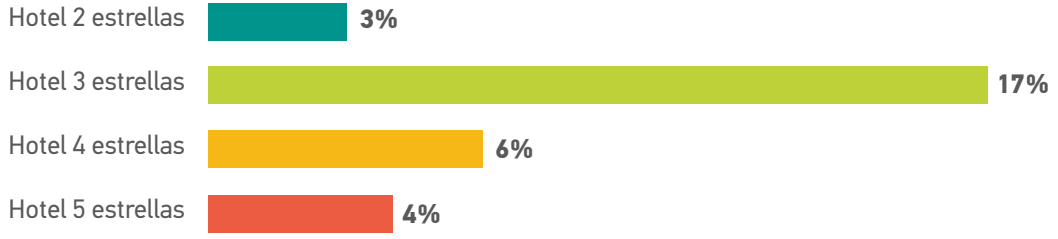


> TIPO DE ALOJAMIENTO

Calculado en base al total de visitantes con pernocte



*HOTEL



Aproximadamente el 50% de los turistas se alojan en hostels y hoteles.

> MEDIO DE TRANSPORTE

62% AUTO

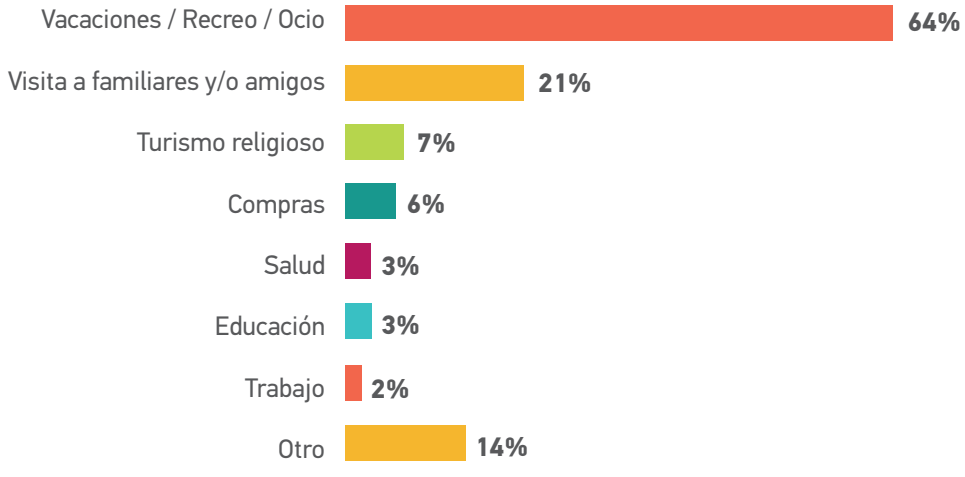
31% ÓMNIBUS

1% AVIÓN

6% OTRO*

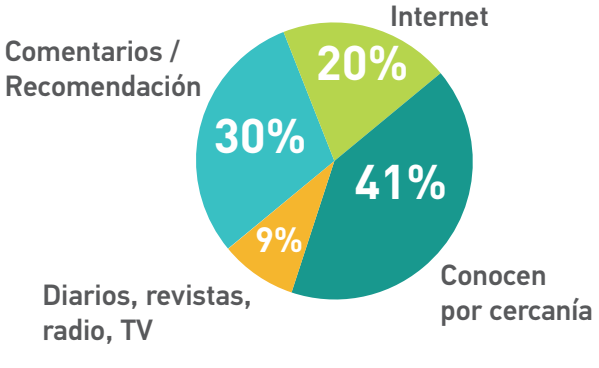
* La categoría “otro” agrupa medios de transporte como: remise, trafic, tren, moto

> MOTIVO DE VISITA

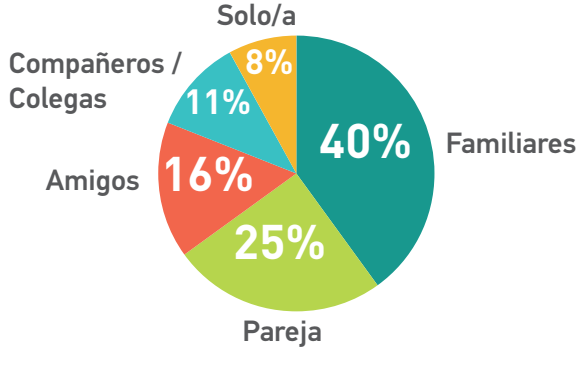


**Excede el 100% dado que la pregunta es de opción múltiple.*

> MEDIOS DE INFORMACIÓN



> ACOMPAÑANTES



> GASTO PROMEDIO DIARIO POR PERSONA SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO

VISITANTES	PESOS $
Hotel	$1600
Hostel	$750
Casa o departamento de familiares o amigos	$500
No pernoctan	$600

* Se contempla alimento, alojamiento y transporte urbano.

2/ ENCUESTAS EN PUESTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Los siguientes datos se basan en encuestas realizadas a los turistas que por voluntad propia se dirigen a los puestos de información del Ente Turístico Rosario (ETUR) ubicados en Av. Belgrano y Buenos Aires (sede), Córdoba y Corrientes (peatonal) y Terminal de Ómnibus.

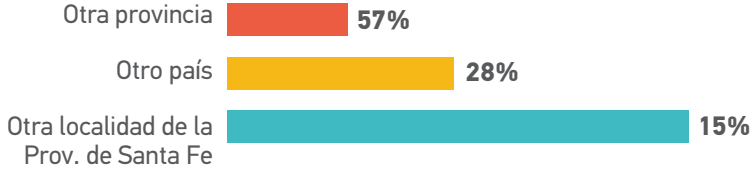
8.500

Encuestas realizadas durante 2016.

17.750

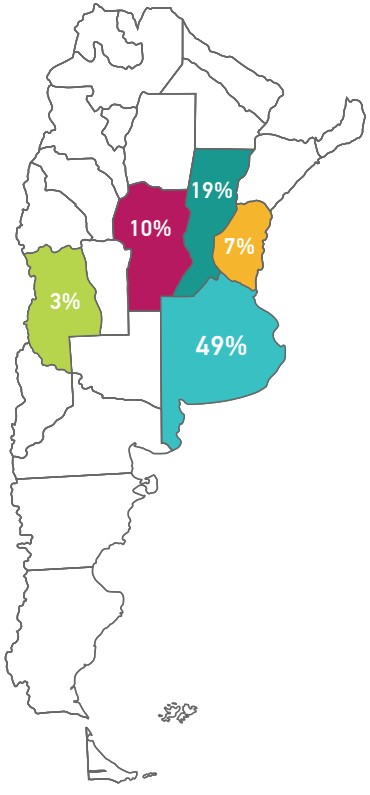
Es el número de visitantes registrados en este estudio

> PROCEDENCIA



> VISITANTES ARGENTINOS SEGÚN PROVINCIA DE RESIDENCIA

Calculado en base al total de argentinos



Buenos Aires | Córdoba | Santa Fe | Entre Ríos | Mendoza

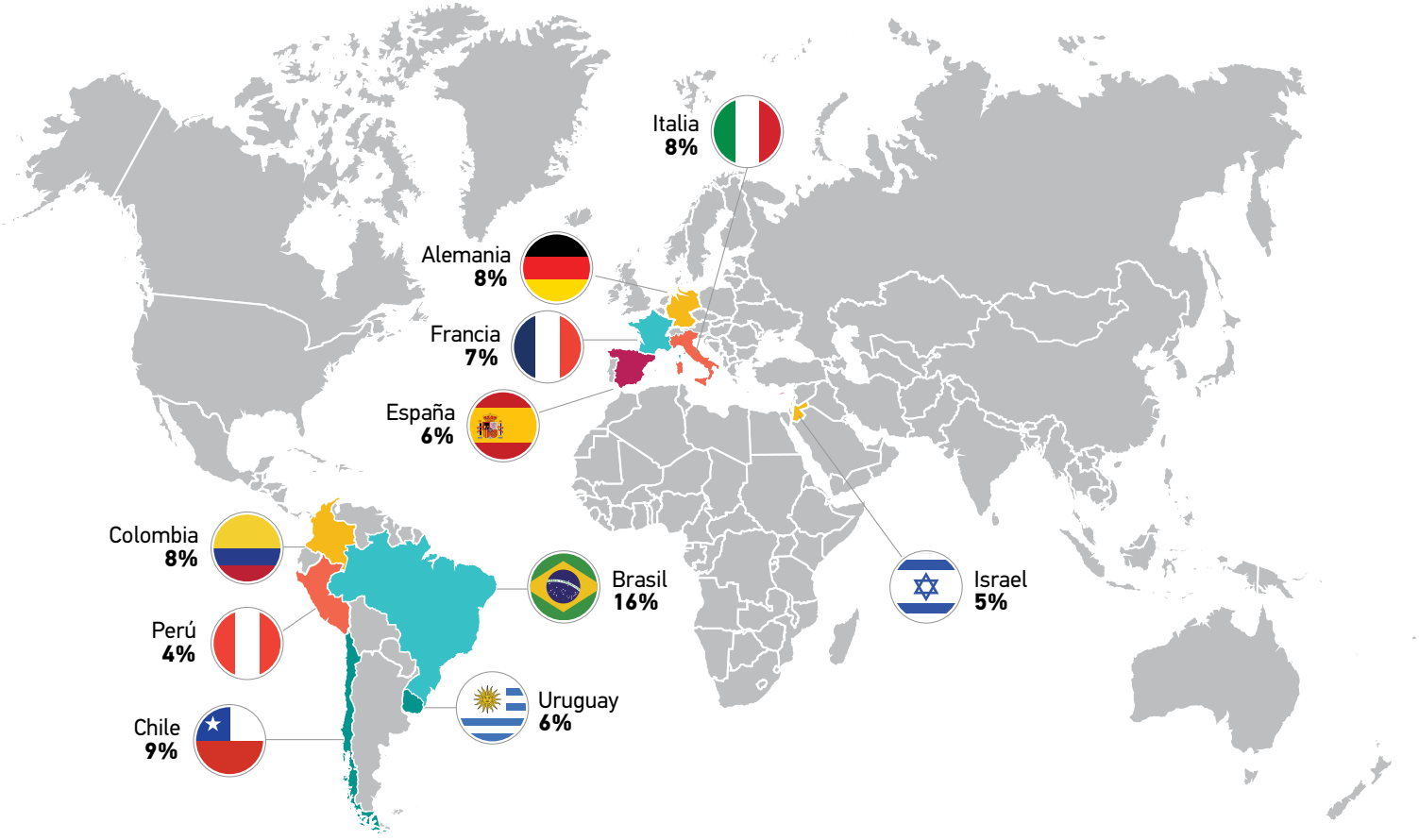
> VISITANTES ARGENTINOS SEGÚN CIUDAD DE RESIDENCIA

Calculado en base al total de visitantes nacionales encuestados

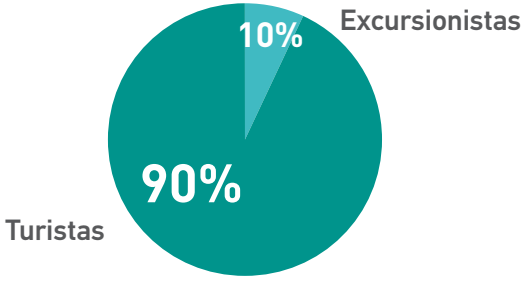
CABA	33%
La Plata	4%
Santa Fe	4%
Córdoba	4%
Mar del Plata	3%
Mendoza	2%
San Nicolás	2%
Paraná	2%
Merlo	2%
Otros	44%

> VISITANTES EXTRANJEROS SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA

Calculado en base al total de visitantes extranjeros

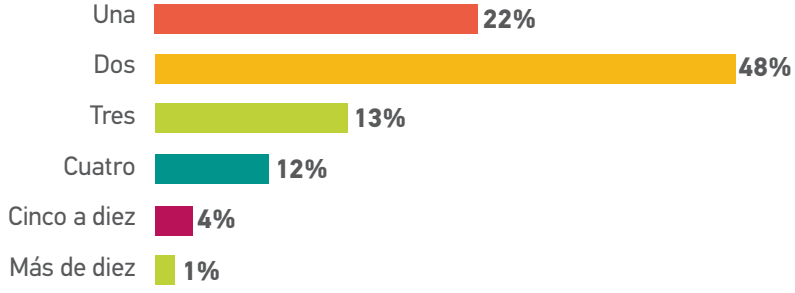


> COMPOSICIÓN DE LOS VISITANTES



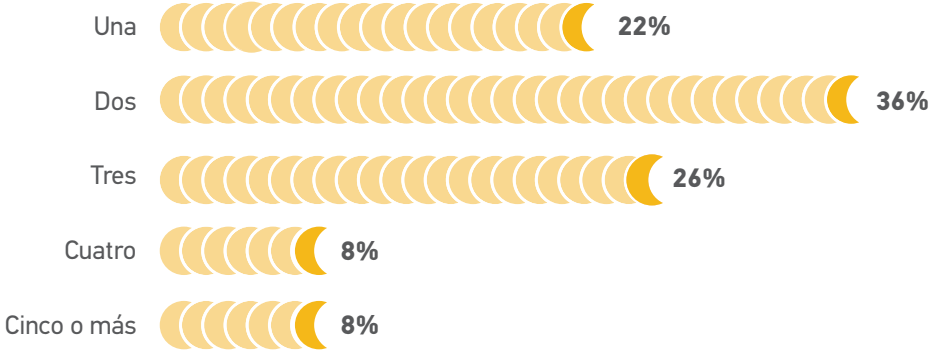
*La OMT define como excursionista a los visitantes sin pernocte y turistas a visitantes con pernocte.

> PERSONAS POR GRUPO



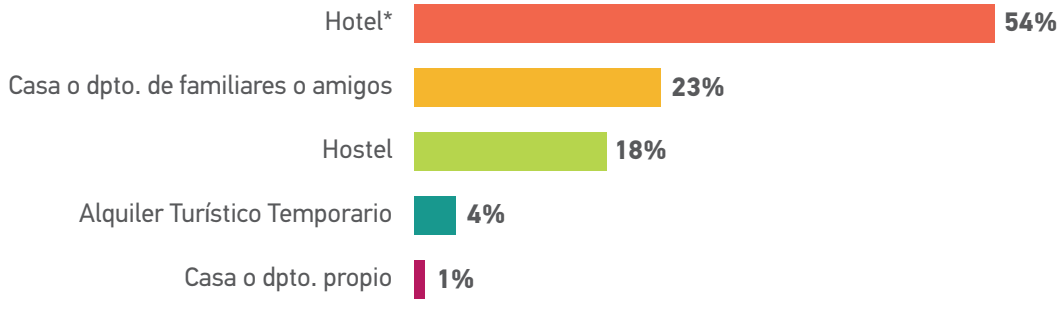
> ESTADÍA EN LA CIUDAD

Cantidad de noches

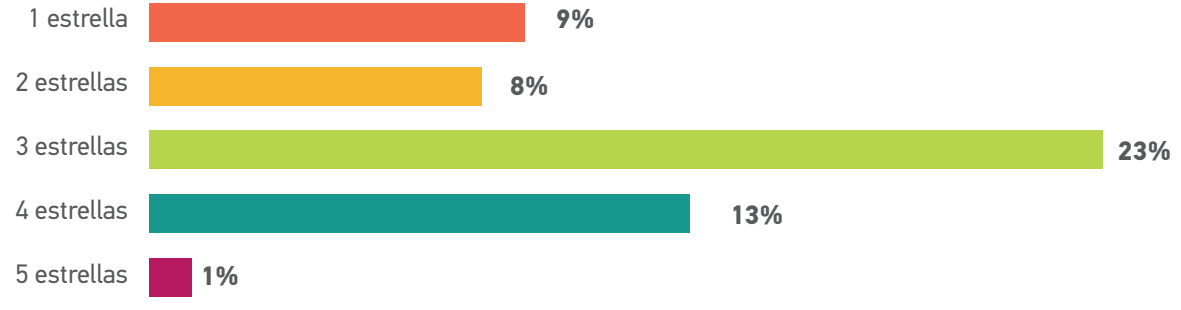


> TIPO DE ALOJAMIENTO

Calculado en base al total de visitantes con pernocte



*HOTEL



> MEDIO DE TRANSPORTE

55% AUTO

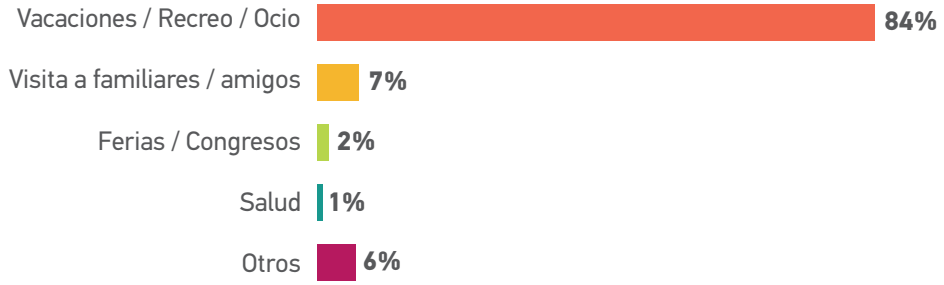
39% ÓMNIBUS

5% AVIÓN

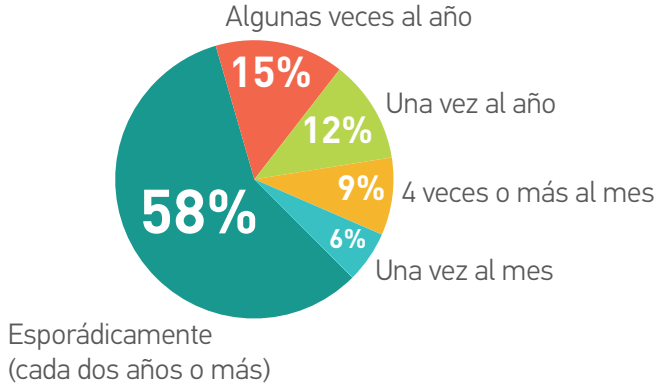
1% OTRO*

* La categoría “otro” agrupa medios de transporte como: remise, trafic, tren

> MOTIVO DE VISITA



> FRECUENCIA DE VISITA



> MEDIOS DE INFORMACIÓN

49% Conoce por cercanía

40% Comentarios/recomendación

9% Internet*

1% Medios tradicionales**

1% Otro

*Internet: hace referencia a sitios oficiales, redes sociales, páginas como Booking, Trip Advisor, etc. Buscadores como Google, Bing, etc.
** Medios tradicionales: diarios, revistas, televisión y radio.

3/ TURISMO DE REUNIONES

El Turismo de Reuniones abarca actividades realizadas por personas (y sus acompañantes) que viajan a la ciudad para participar de reuniones o eventos grupales como congresos, convenciones, ferias, conferencias, exposiciones y desafíos deportivos.

La siguiente información surge de relevamientos tomados en distintos tipos de eventos, siguiendo un programa impulsado por la Asociación Argentina de Organizadores y Proveedores de Exposiciones, Congresos y Eventos (AOCA) y el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) y el Observatorio Económico de Turismo de Reuniones.

866

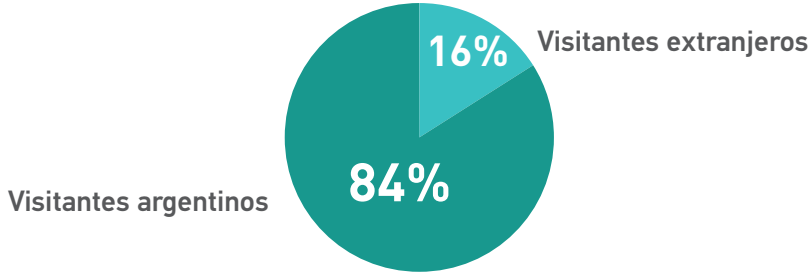
Es el número de encuestas realizadas.

9

Es el total de eventos relevados*.

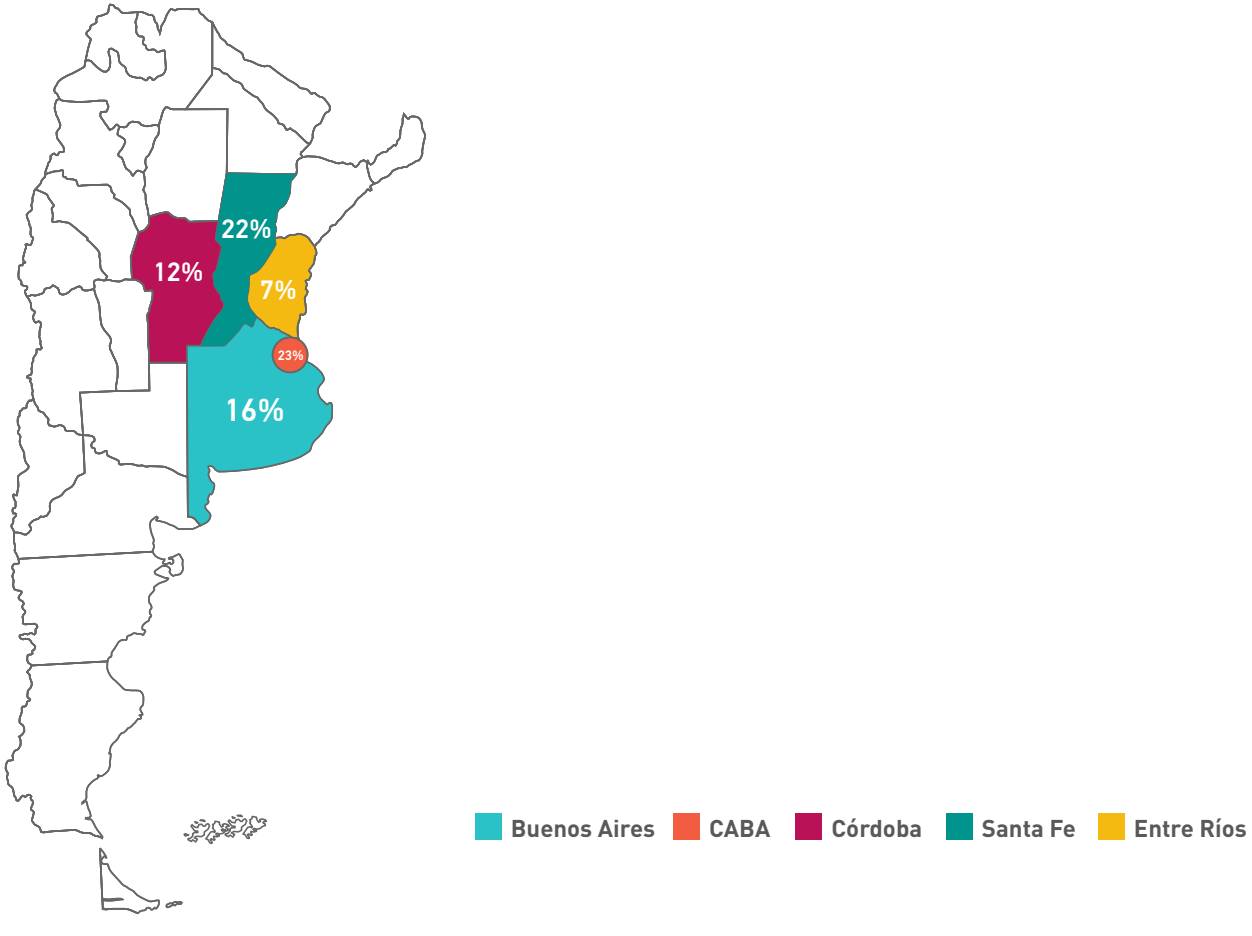
* Eventos relevados: XXII Congreso Espirita Panamericano - 14º Congreso Internacional de Ciudades Educadoras - IV Coloquio Internacional "Literatura y Vida" - Campeonato Mundial de URAM artes marciales y deportes de combate - Congreso Internacional del Ejército de Salvación - Congreso AAPRESID 2016 - 5º Congreso del Foro Argentino de Facultades y de Escuelas de Medicina Pública (FAFEMP) - XXIII Congreso Latinoamericano de Microbiología, XIV Congreso Argentino de Microbiología ALAM-CAM 2016, IV Congreso Latinoamericano de Tuberculosis y Otras Micobacteriosis - III Seminario Internacional de Pavimentos de Hormigón, el XI Congreso Internacional ITS y la XXXVIII Reunión del Asfalto "Ing. Marcelo Álvarez"

> PROCEDENCIA



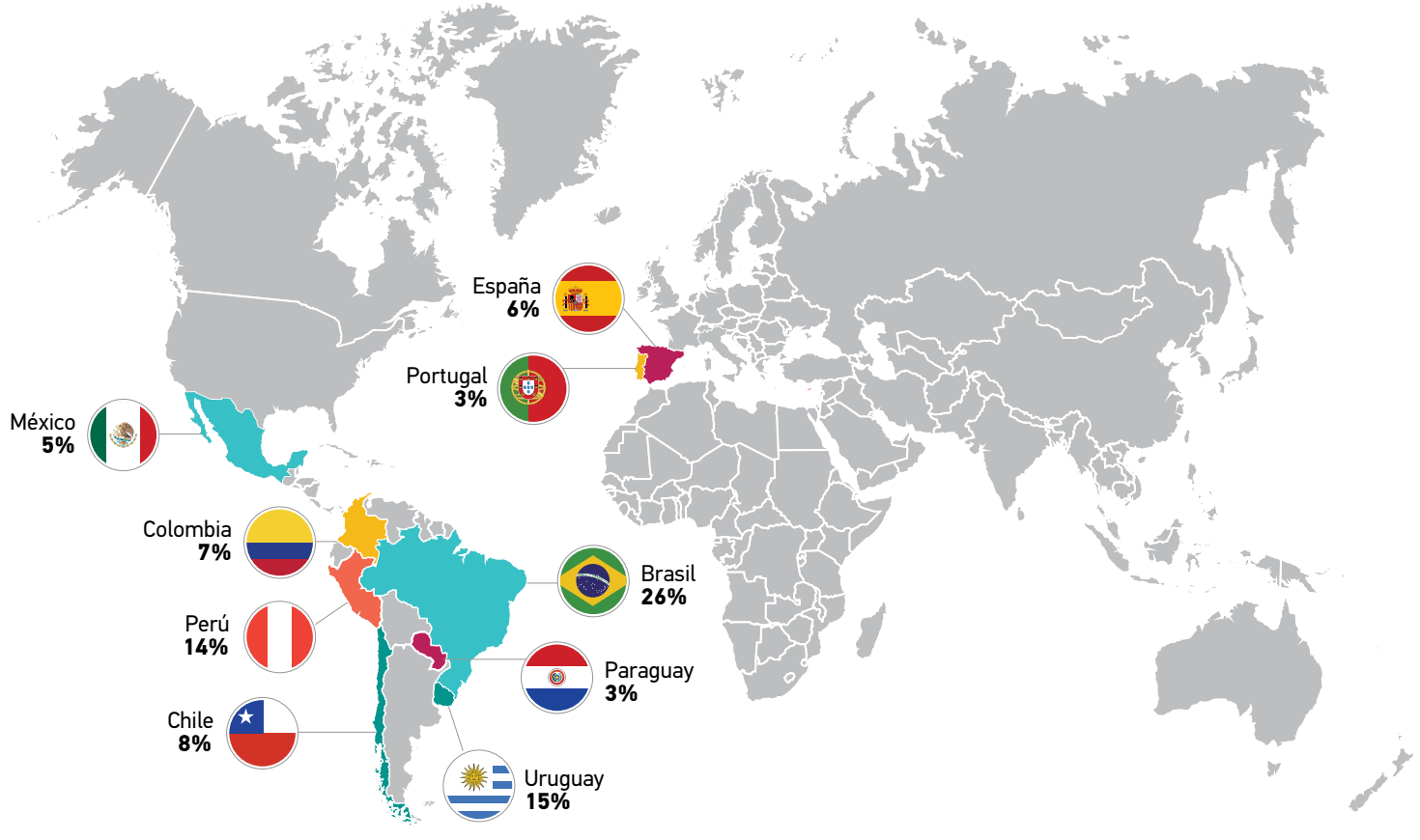
> VISITANTES ARGENTINOS SEGÚN PROVINCIA DE RESIDENCIA

Calculado sobre el total de visitantes nacionales



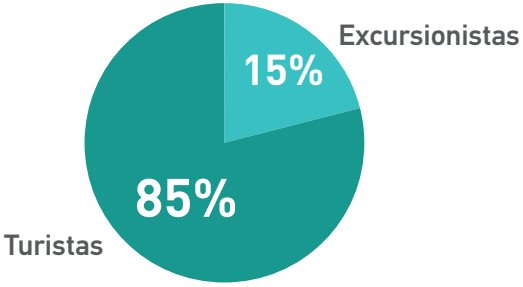
> VISITANTES EXTRANJEROS SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA

Calculado sobre el total de visitantes extranjeros encuestados



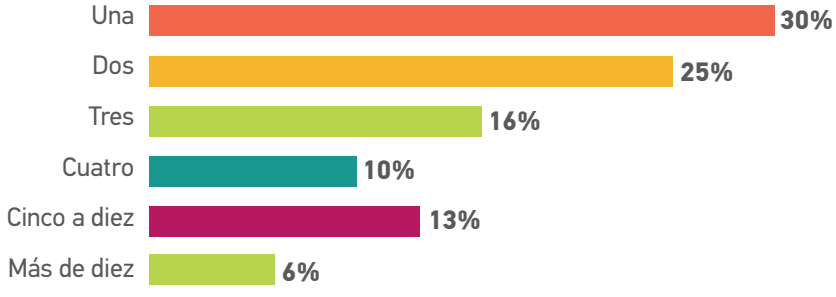
Provenientes de 4 países limítrofes, brasileños, uruguayos, chilenos y paraguayos, conforman el 52% de las visitas de extranjeros por turismo de reuniones.

> COMPOSICIÓN DE LOS VISITANTES



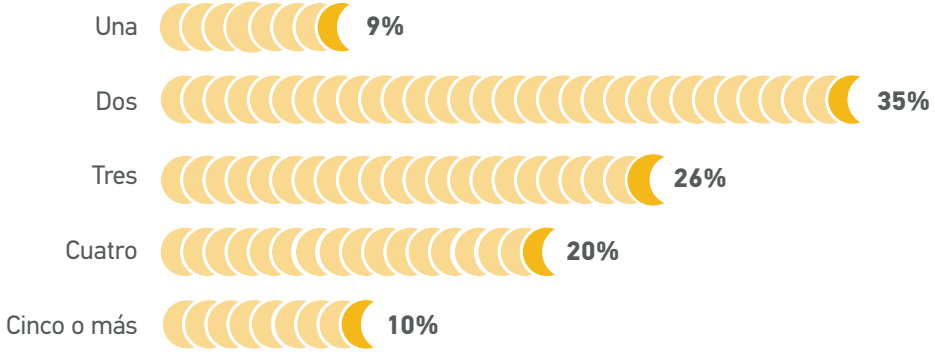
*La OMT define como excursionista a los visitantes sin pernocte y turistas a visitantes con pernocte.

> PERSONAS POR GRUPO



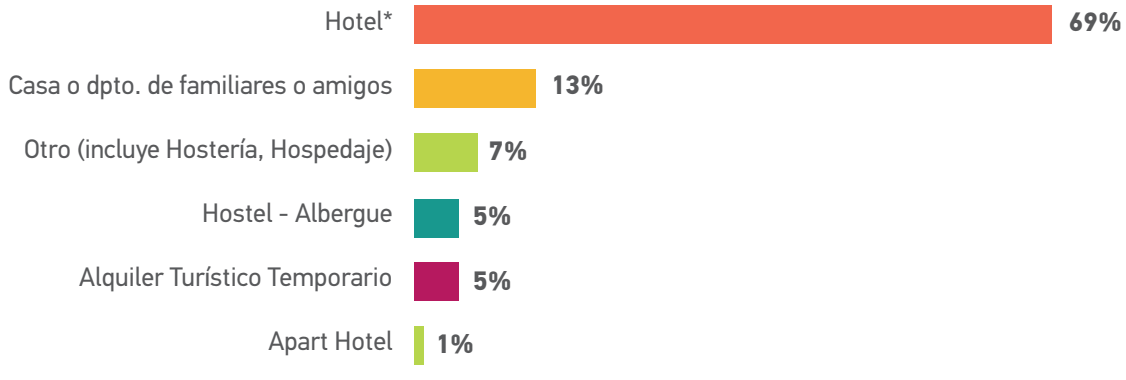
> ESTADÍA EN LA CIUDAD

Cantidad de noches

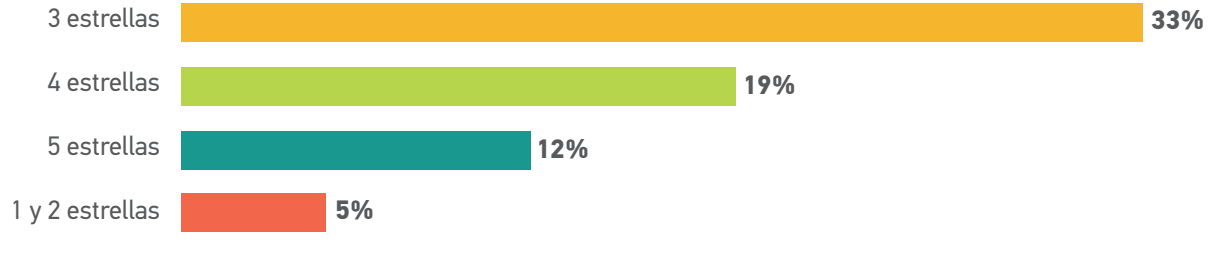


> TIPO DE ALOJAMIENTO

Calculado en base al total de visitantes con pernocte



*HOTEL



El 70% de los turistas vinculados a Turismo de Reuniones se alojó en hoteles, por lo general de 3, 4 y 5 estrellas.

> MEDIOS DE INFORMACIÓN

22%

de los visitantes por turismo de reuniones recurre a Internet.

49%

se informa a través de la entidad que organiza el evento.

29%

cuenta con información de la empresa donde trabaja.

> MEDIO DE TRANSPORTE

54%

AUTO

35%

ÓMNIBUS

8%

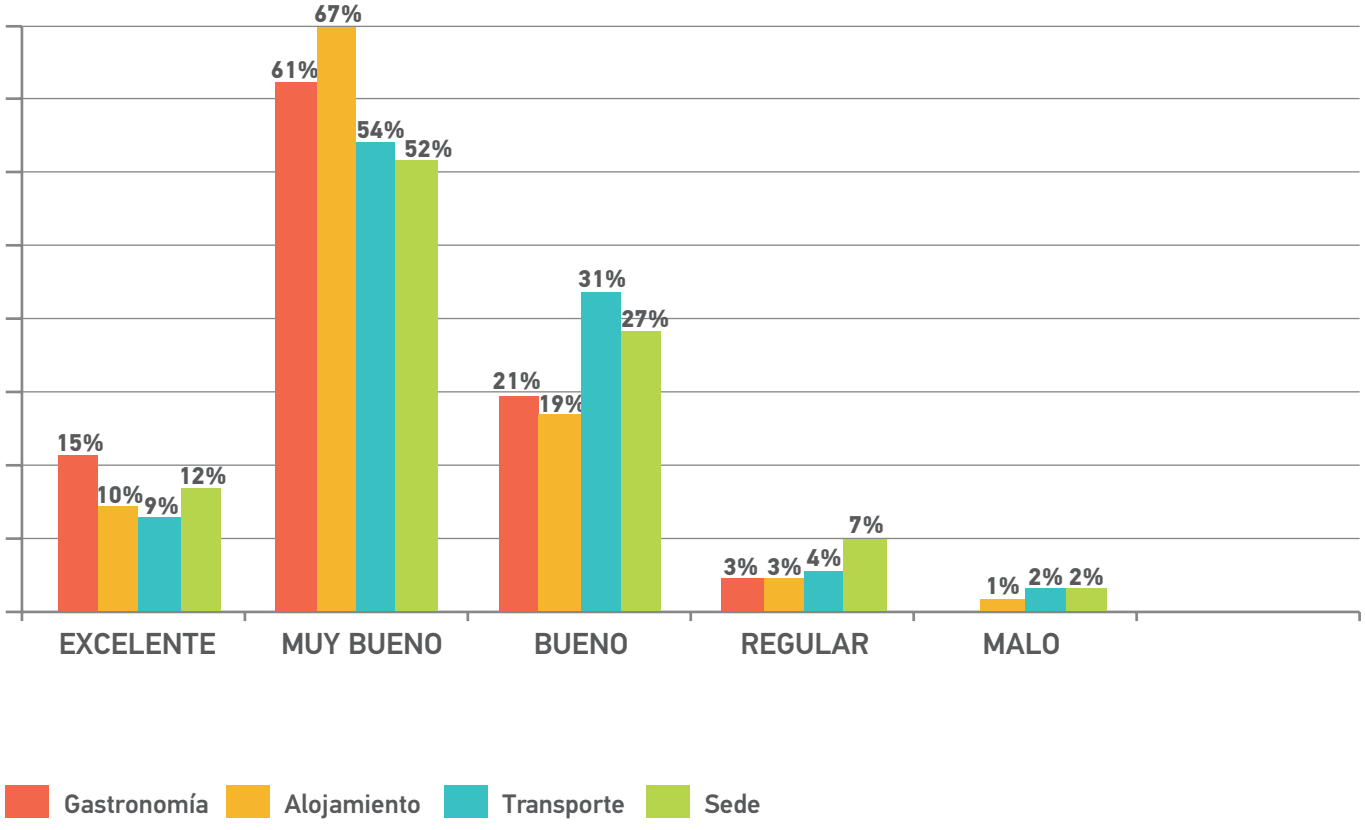
AVIÓN

3%

OTROS

* La categoría “otro” agrupa medios de transporte como: remise, trafic, tren

> EVALUACIÓN DE SERVICIOS



> GASTO PROMEDIO DIARIO POR PERSONA

La estadía media fue de 3,11 días

PESOS $

$ $2.600 > Es el gasto diario promedio de aquellos que se alojaron en hotel*

$ $1.350 > Es el gasto diario promedio de aquellos que se alojaron en hostel*

$ $1.100 > Es el gasto diario promedio de aquellos que se alojaron en casa de familiares / amigos*

* Se contemplan los desembolsos hechos en alojamiento, transportes urbanos, alquiler de vehículos, alimentos, entretenimiento, compras y gastos de inscripción.

4/ INFORMES ESPECIALES

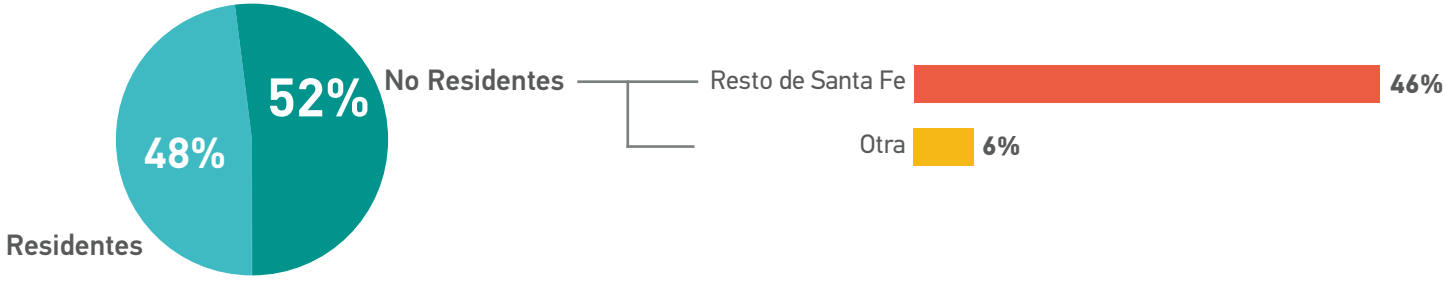
32ª Edición de Encuentro y Fiesta Nacional de Colectividades

Se llevó a cabo del 4 al 15 de noviembre de 2016 en el Parque Nacional a la Bandera. El presente informe muestra los resultados obtenidos a partir de una encuesta realizada a asistentes de dicho evento durante los días 12, 13, 14 y 15 de noviembre entre las 19 y 23 horas.

294

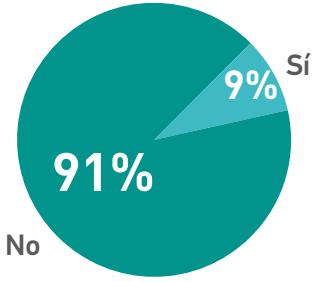
Es el número de encuestas realizadas.

> PROCEDENCIA

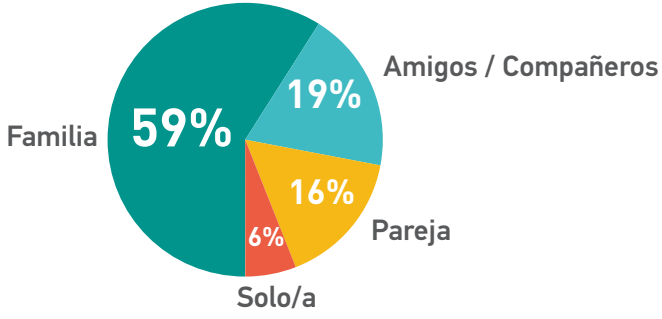


* Otra: Buenos Aires, Entre Ríos, Corrientes, Jujuy, Salta, Santiago del Estero.

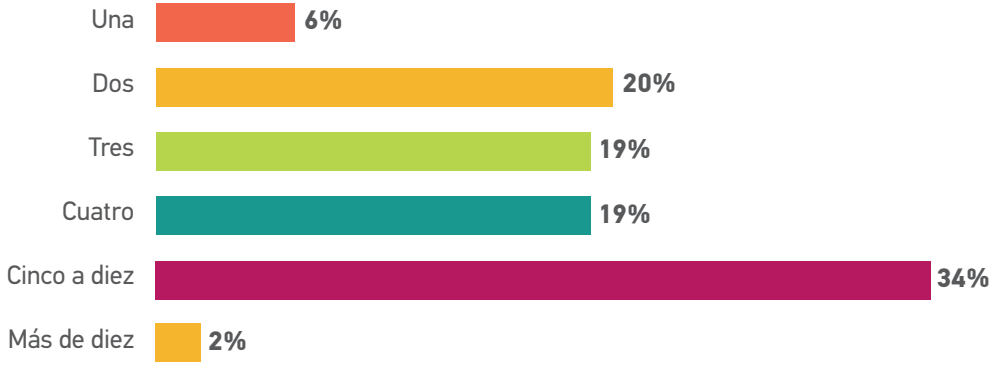
> ¿ES LA PRIMERA VEZ QUE VISITA COLECTIVIDADES?



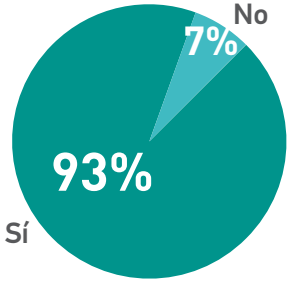
> ACOMPAÑANTE/S



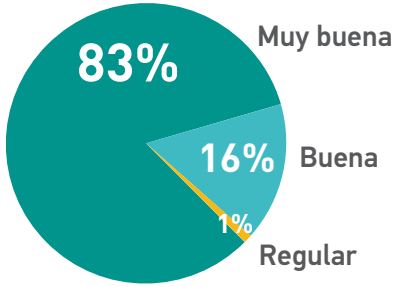
> TAMAÑO DEL GRUPO



> ¿ES COLECTIVIDADES EL MOTIVO PRINCIPAL DE SU VISITA A LA CIUDAD?



> ¿CÓMO EVALÚA EN TÉRMINOS GENERALES COLECTIVIDADES?



> ¿POR QUÉ ASISTE A COLECTIVIDADES?

62% Porque le gusta la fiesta en general

40% Por la gastronomía

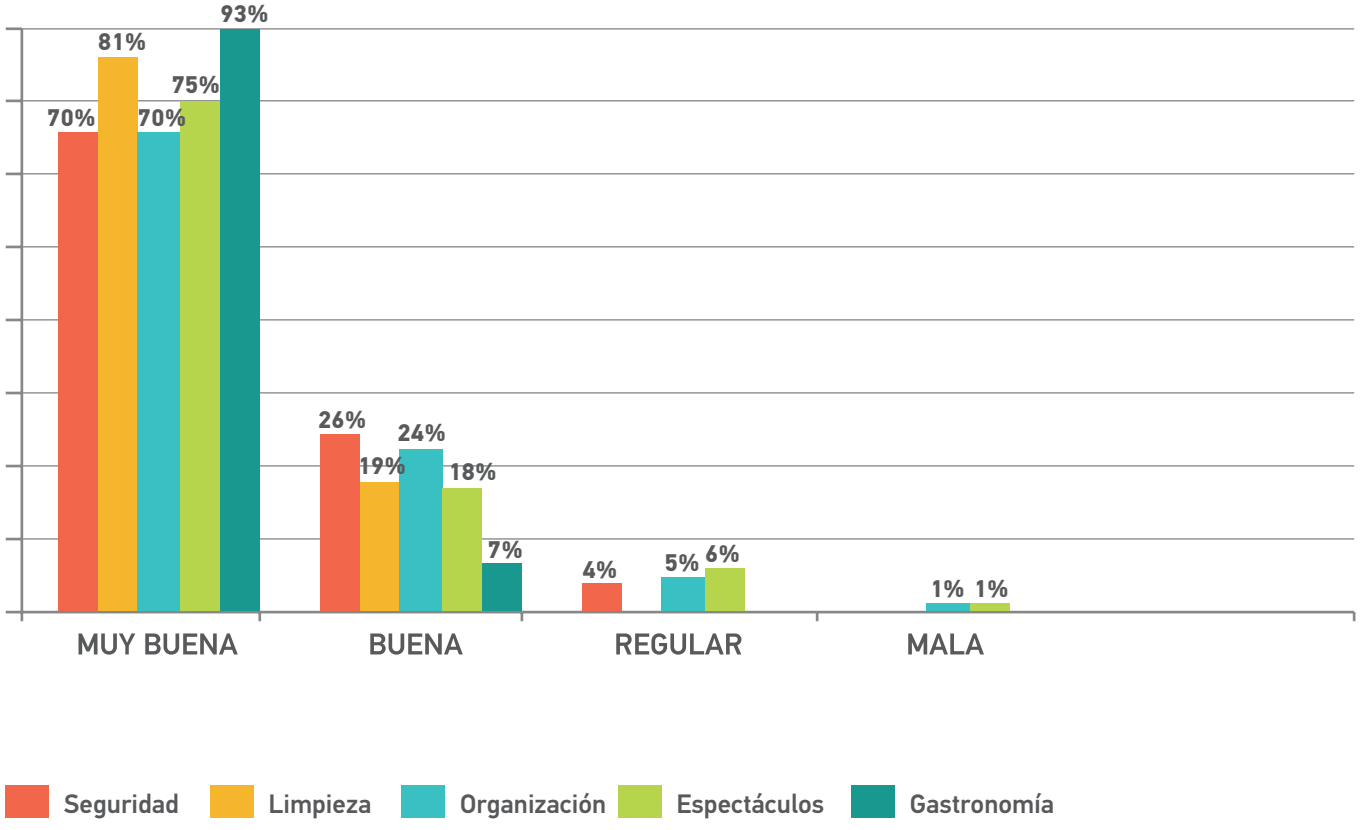
9% Por los espectáculos

1% Para conocer

1% Porque trabaja / baila en la fiesta (o lo hace algún familiar o conocido)

**Excede el 100% dado que la pregunta es de opción múltiple.*

> EVALUACIÓN DE DISTINTOS ASPECTOS



5/ INFORMES ESPECIALES

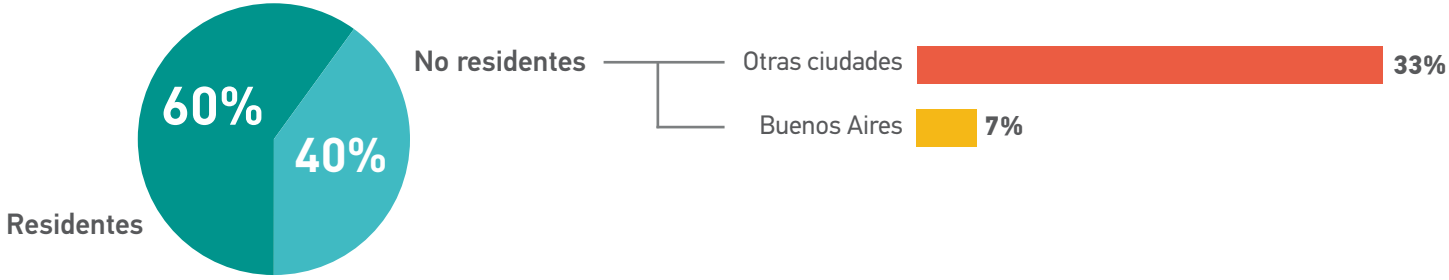
XI Marcha y Festival de la Diversidad Sexual

Se llevó a cabo a partir de las 17 hs. del día sábado 19 de noviembre de 2016 desde la Plaza López (Laprida y Pellegrini) hasta el Monumento Nacional a la Bandera. El presente informe muestra los resultados obtenidos a partir de una encuesta realizada a asistentes de dicho evento durante la marcha.

116

Es el número de encuestas realizadas.

> PROCEDENCIA



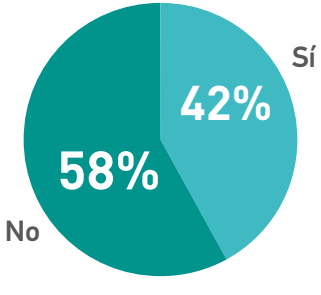
> MEDIOS DE INFORMACIÓN

81% Redes sociales (Facebook, Twiter, etc.)

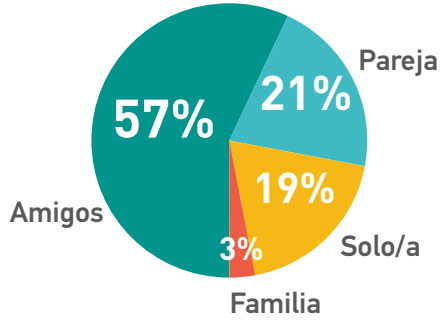
12% Comentarios

7% Organizadores del evento

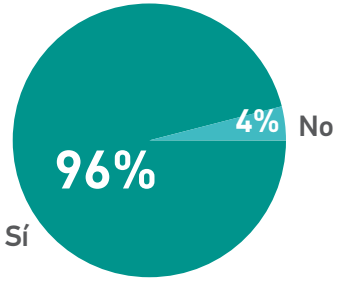
> ¿ES LA PRIMERA VEZ QUE ASISTE A ESTA MARCHA?



> ACOMPAÑANTE/S

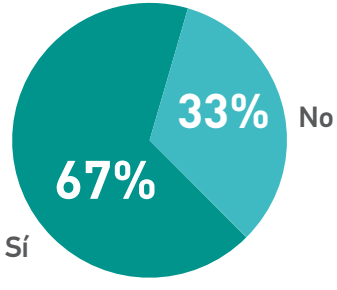


> ¿ESTA MARCHA ES EL MOTIVO PRINCIPAL DE SU VISITA A LA CIUDAD?

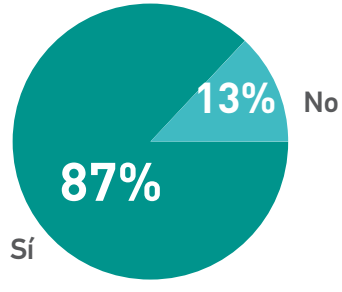


* Quiénes visitaron la ciudad por otro motivo lo hicieron para visitar a flia/amigos/pareja o por estudio.

> ¿VISITÓ BARES, DISCOS LGBT-FRIENDLY?



> ¿CREE QUE ESTA CIUDAD RESPETA LA DIVERSIDAD?



6/ VISITAS VIRTUALES

Visitas al sitio **www.rosario.tur.ar** en 2016.

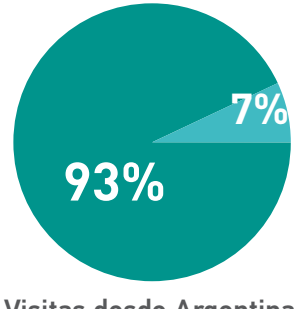
266.023

Personas iniciaron al menos una sesión en www.rosario.tur.ar durante 2016.

323.095

Sesiones fueron realizadas en 2016.

> PROCEDENCIA



Visitas desde el exterior

Visitas desde Argentina

Visitas desde el exterior

Brasil	2%
EE.UU.	1%
Uruguay	1%
España	1%
Otros	2%

Visitas desde Argentina

Rosario	52%
CABA	25%
Santa Fe	3%
San Nicolás	2%
Córdoba	1%
Posadas	1%
Otras	8%

ANEXO I

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. IPEC. Año 2016.

(IPEC: Instituto Provincial de Estadísticas y Censos).

La Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) es llevada a cabo por el Ministerio de Turismo y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) y en el caso de la provincia de Santa Fe, con colaboración del IPEC. La EOH está dirigida a establecimientos hoteleros y parahoteleros y su objetivo es medir el impacto del turismo internacional e interno en dichos establecimientos. Los marcos muestrales están constituidos por los padrones de hoteles de cada localidad y para cada una de estas se diseña una muestra estratificada de hoteles. Para el año 2016, en la ciudad de Rosario, se trabajó con una muestra de 65 establecimientos (hoteleros y parahoteleros).

473.880

Total de viajeros.

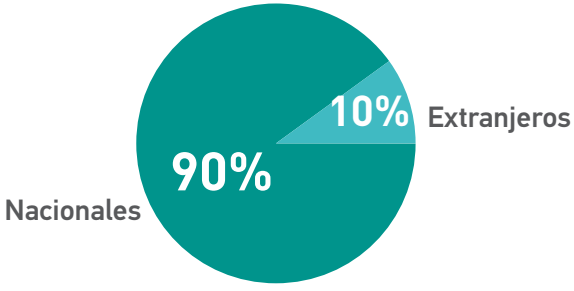
427.890

Nacionales

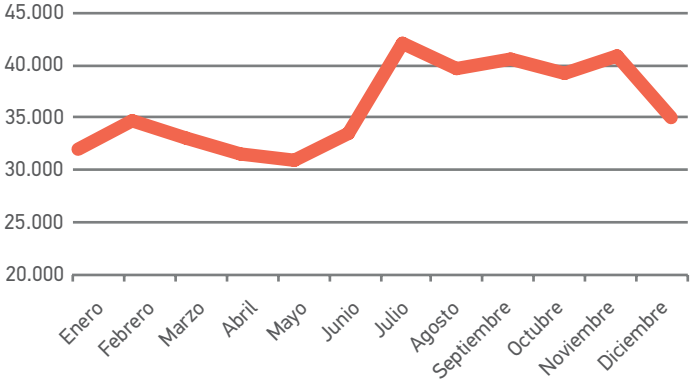
45.990

Extranjeros

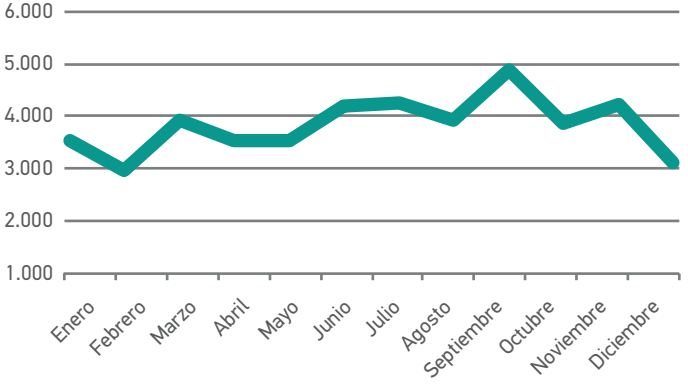
> ORIGEN DE VIAJEROS QUE VISITARON ROSARIO. AÑO 2016.



> VARIACIÓN MENSUAL DE TURISTAS NACIONALES. ROSARIO. AÑO 2016.



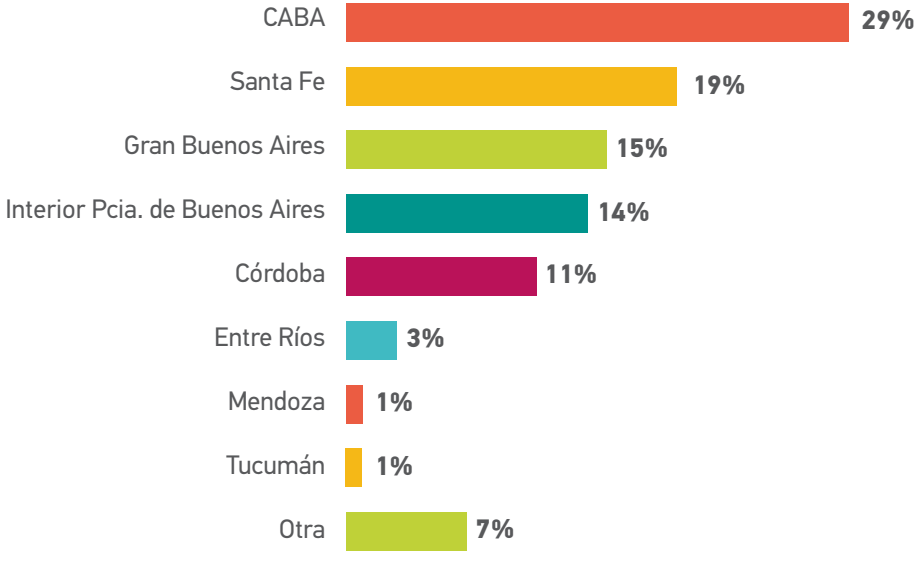
> VARIACIÓN MENSUAL DE TURISTAS EXTRANJEROS. ROSARIO. AÑO 2016.



	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
NACIONALES	31.925	34.376	32.919	31.529	30.995	33.340	33.340	38.870	39.744	38.439	39.945	34.701
EXTRANJEROS	3.517	2.885	3.936	3.520	3.508	4.232	4.232	3.929	4.994	3.873	4.720	3.039

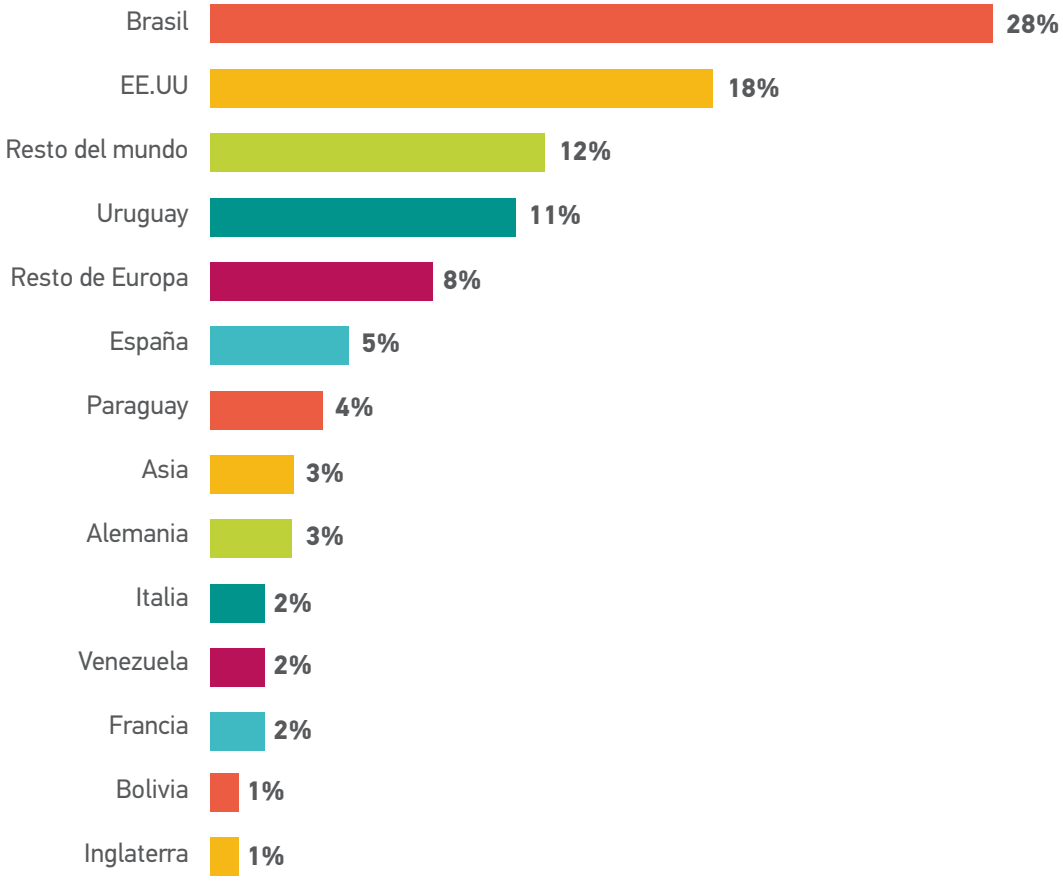
> ORIGEN TURISTAS ARGENTINOS. ROSARIO. AÑO 2016.

Resultados obtenidos a partir de los 427.890 argentinos.



> ORIGEN TURISTAS EXTRANJEROS. ROSARIO. AÑO 2016.

Resultados obtenidos a partir del total de extranjeros: 45990.



> ESTADÍA PROMEDIO DE LOS TURISTAS (EN DÍAS).

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Hoteleros	**1,7**	**1,6**	**1,6**	**1,5**	**1,5**	**1,5**	**1,5**	**1,5**	**1,5**	**1,5**	**1,5**	**1,5**
Hotel 1 y 2 estrellas	1,9	1,8	2,0	1,9	1,7	1,7	1,8	1,7	1,9	1,8	1,9	1,9
Hotel 3 estrellas, boutique y apart hotel	1,8	1,7	1,5	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Hotel 4 y 4 estrellas	1,5	1,5	1,6	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,4
Para-hoteleros	**2,3**	**2,1**	**2,1**	**2,4**	**2,2**	**2,0**	**2,4**	**1,9**	**1,9**	**1,9**	**2,2**	**2,3**
TOTAL	**1,7**	**1,7**	**1,6**	**1,5**	**1,5**	**1,50**	**1,6**	**1,5**	**1,5**	**1,6**	**1,6**	**1,5**

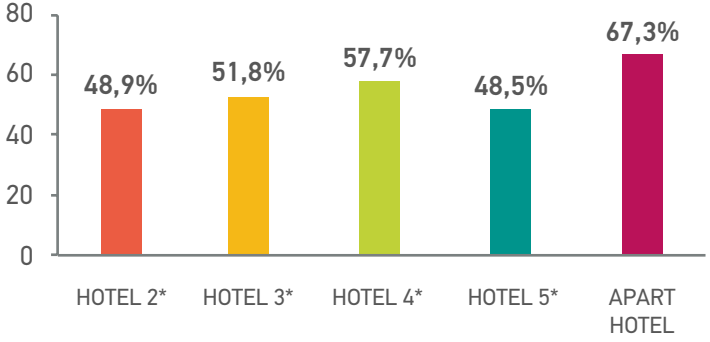
ANEXO II

Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica y Afines Rosario (AEHGAR)

Los resultados que se presentan a continuación son de la encuesta que realiza internamente AEHGAR a hoteles 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas y apart hotel.
Total de establecimientos: 46.
Fuente: AEHGAR.

Promedio de ocupación anual en Rosario. Año 2016. **54,80%**

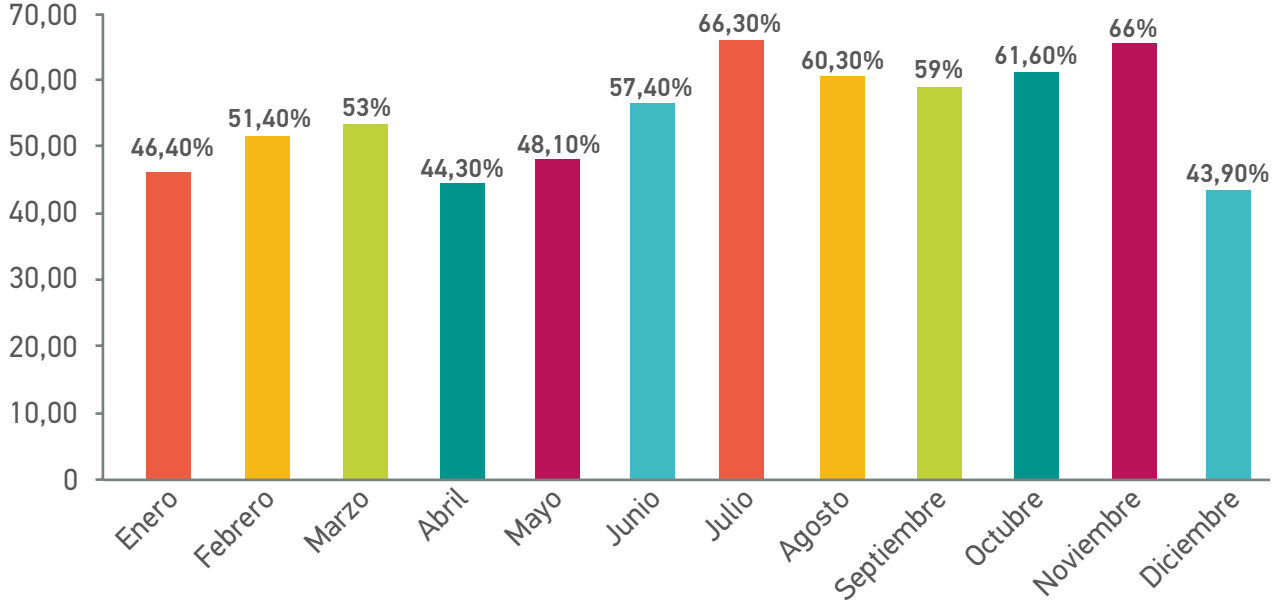
> PROMEDIO ANUAL DE OCUPACIÓN HOTELERA SEGÚN CATEGORÍA DEL ESTABLECIMIENTO. ROSARIO. AÑO 2016.



** Nota: No hay datos para la hotelería de 1 estrella porque las respuestas recibidas de ese sector no fueron representativas y por lo tanto se excluyeron del análisis.*

* Fuente: Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica y Afines Rosario (AEHGAR).

> PROMEDIO MENSUAL DE OCUPACIÓN HOTELERA. ROSARIO. AÑO 2016.

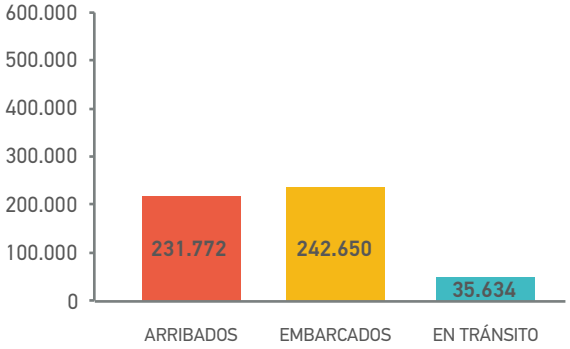


* Fuente: Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica y Afines Rosario (AEHGAR).

ANEXO III

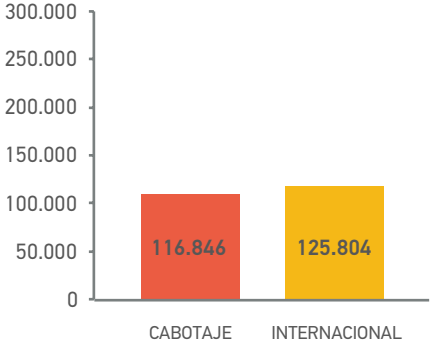
Aeropuerto

> MOVIMIENTO TOTAL DE PASAJEROS A.I.R. AÑO 2016.



*Total general: 510.056

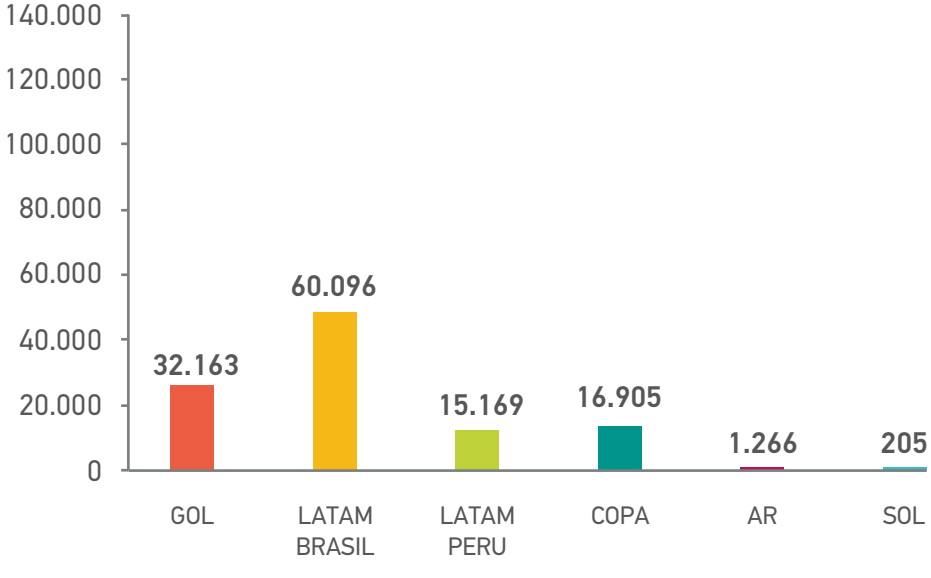
> MOVIMIENTO TOTAL DE PASAJEROS A.I.R. AÑO 2016.



*Total general: 242.650

* Fuente: Aeropuerto Internacional de Rosario “Islas Malvinas”.

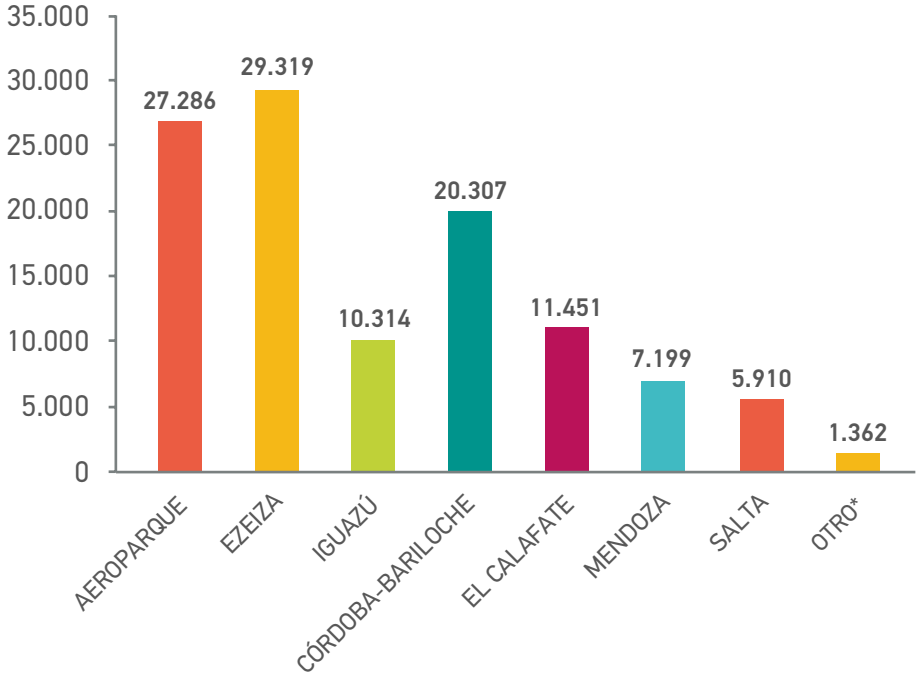
> PASAJEROS EMBARCADOS SEGÚN TIPO DE VUELO. A.I.R. AÑO 2016.



GOL: Río de Janeiro
LATAM BRASIL: San Pablo
LATAM PERÚ: Lima (inició operación Julio 2016)
COPA: Panamá (inició operación Julio 2016)
AR: Aerolíneas Argentinas vuelos especiales por temporada
SOL: Punta del Este (cese de actividad enero 2016)

* Fuente: Aeropuerto Internacional de Rosario "Islas Malvinas".

> PASAJEROS EMBARCADOS EN VUELOS DE AEROLÍNEAS ARGENTINAS SEGÚN DESTINO. A.I.R. AÑO 2016.



** Otro: engloba los destinos de Mar del Plata, Punta del Este, Río de Janeiro y Florianópolis.*

Vuelos de temporada: iniciaron en diciembre de 2016 hacia Mar del Plata , Punta del Este, Río de Janeiro, Florianópolis.

* Fuente: Aeropuerto Internacional de Rosario "Islas Malvinas".

ANEXO IV

Terminal de ómnibus

276.485

Ingresaron y egresaron. Año 2015.

10.259.400*

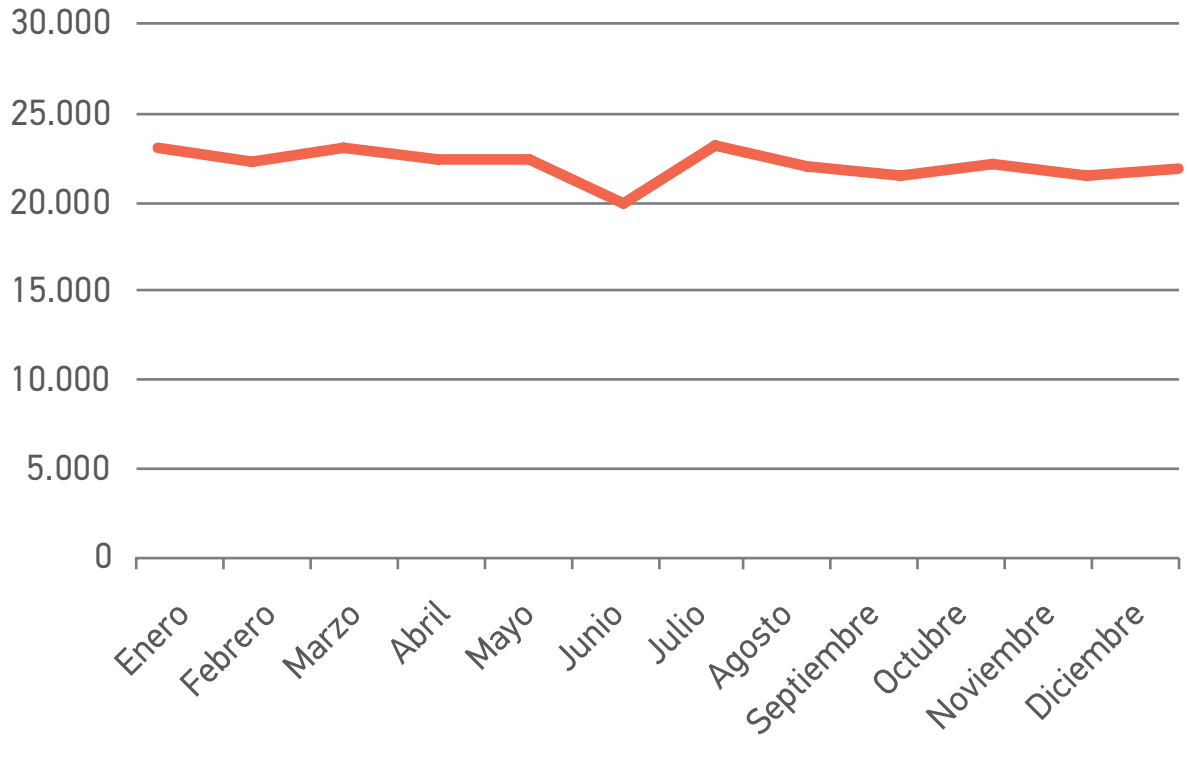
Ingresaron y egresaron. Año 2016.

** Estimaciones realizadas considerando un promedio de 40 pasajeros por micro.*

La cantidad de usuarios se incrementó aproximadamente un 7% con respecto al 2015.

* Fuente: Terminal de Ómnibus Mariano Moreno de Rosario.

> CANTIDAD DE USUARIOS QUE INGRESARON Y EGRESARON MENSUALMENTE A LA TERMINAL DE ÓMNIBUS. AÑO 2016.



** Totales estimados considerando un promedio de 40 pasajeros por micro.*