



**Informe Especial
Crucero Gay en Buenos Aires
2006**



Coordinador General

Lic. Pablo Singerman

Coordinador de Área:

Lic. Cecilia de Salterain

Redactor

Rivera Mariana

Participaron en el presente informe los siguientes: Asistentes y Encuestadores:

Lic. Latorre Ricardo
Molinari Blas
Rocha Florencia

Balcarce 360 2º Piso
Tel: 4114-5787
E-mail: estadísticas_turismo@buenosaires.gov.ar

investigaciones_turismo@buenosaires.gov.ar

Índice

1. Introducción.....	4
2. Resultados	5
2.1. Origen de los pasajeros.....	5
2.2. Edad de los pasajeros	5
2.3. Composición de grupo	6
2.4. Estadía en la Ciudad	6
2.5. Alojamiento.....	7
2.6. Actividades	7
2.7. Compras.....	7
2.8. Gasto promedio.....	8
2.9. Cantidad de viajes en cruceros	8
2.10. Medios de información	9
2.11. Elección del crucero Insignia.....	10
2.12. Imagen de Buenos Aires	10
3. Conclusiones	10

Crucero Insignia

1.Introducción

El 17 de febrero de 2006 partió de la Ciudad de Buenos Aires el primer crucero gay que navegó por aguas sudamericanas.

El crucero Insignia, charteado por la empresa Atlantis, experta en cruceros gay, zarpó con 684 pasajeros a bordo y recorrió, además, las costas de Uruguay y Brasil, concluyendo el recorrido en Río de Janeiro para el carnaval carioca.

Cabe destacar que la Ciudad de Buenos Aires se está posicionando como una de las primeras ciudades gay friendly del mundo.

En el siguiente informe se detallaran los resultados obtenidos de las encuestas realizadas en la Terminal de cruceros.

2. Resultados

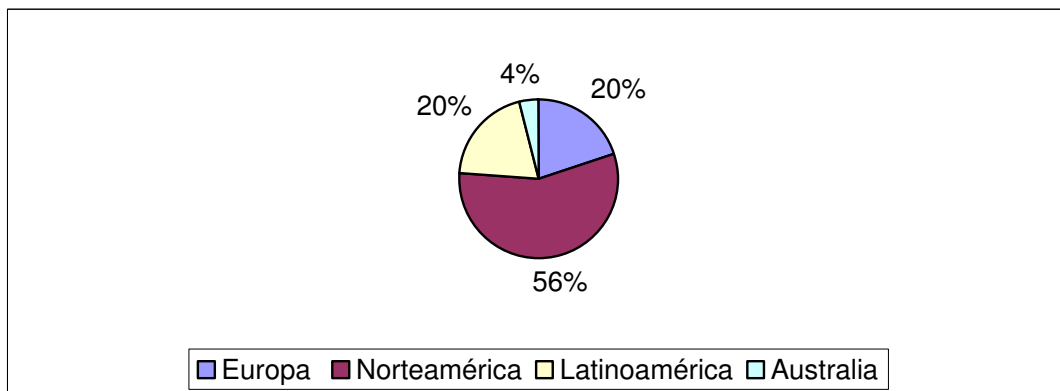
2.1. Origen de los pasajeros

El 56% de los pasajeros provenían de Norteamérica (Estados Unidos y Canadá).

El 20% provenían de Europa, principalmente de Alemania, Inglaterra y España. El 20% de los pasajeros fueron latinoamericanos, mayormente de Argentina, Brasil y México. También hubo pasajeros australianos (4%).

Del total de turistas tanto nacionales como extranjeros, el 83% de los mismos arribó a la ciudad de Buenos Aires por primera vez.

Gráfico 1. Origen de los pasajeros.



Fuente y Elaboración:
Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.
Subsecretaría de Turismo, GCBA

2.2. Edad de los pasajeros

A diferencia de los cruceros convencionales en este barco la franja de edad con más representantes es la que va desde 31 a 45 años con un 56%.

Le siguen con un 32% la que va de los 46 a los 65 años y la que abarca entre los 18 y los 30 años con un 10%.

Por último, hubo sólo 2% de mayores de 66 años.

2.3. Composición de grupo

El 39% de los pasajeros viajó en pareja. El 34% viajó con amigos. Y el 27% se encontró viajando solo.

2.4. Estadía en la Ciudad

El 77% de los pasajeros visitó la ciudad en tanto que el 23% restante estuvo en tránsito, lo que indica que fue directamente del aeropuerto a la terminal de cruceros.

El 23% no pasó ninguna noche en Buenos Aires.

Un 20% de los pasajeros pasó una noche en la Ciudad en tanto que otro 20% pasó 2 noches en la ciudad. El 7 % pasó 3 noches en la ciudad. Por último un 15% pernoctó 4 noches y otro 15% permaneció por 5 noches en Buenos Aires.

Por lo que la **estadía promedio** fue de **2.8 noches**.

Cuadro 1. Cantidad de noches en la Ciudad de Buenos Aires.

Noches	%
0 noche	23%
1 noche	20%
2 noches	20%
3 noches	7%
4 noches	15%
5 noches	15%
Total	100%

Fuente y Elaboración:
Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.
Subsecretaría de Turismo, GCBA

2.5. Alojamiento

El 94% de los pasajeros del crucero se alojó en hotel. El 6% restante en otro tipo de alojamiento, principalmente en departamentos alquilados o en casa de familiares o amigos.

En cuanto a los hoteles el 79% se alojó en hoteles de 5 estrellas y el 21% lo hizo en hoteles de 4 estrellas.

2.6. Actividades

Dentro de las actividades que realizaron más habitualmente los pasajeros, fue cenas en restaurantes (56%). También gran cantidad de cruceristas optó por hacer paseos por su cuenta 54% y sólo un 10% contrató un city tour.

La visita a distintos museos también tuvo un alto porcentaje 29%; al igual que la salidas a pubs y discos 24%.

Otras actividades que realizaron los pasajeros del Insignia fueron paseos por Tigre 12% y presenciar shows de tango 10%.

Cuadro 2. Actividades realizadas en la Ciudad de Buenos Aires

Actividad	%
Comidas	56%
Paseo no contratado	54%
Museos	29%
Disco pub	24%
Tigre	12%
City Tour	10%
Tango	10%

Fuente y Elaboración:
Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.
Subsecretaría de Turismo, GCBA

2.7. Compras

Lo que más compraron los pasajeros del Insignia fue ropa 44%, seguido por artículos de cuero y souvenirs 20% en los dos casos.

También, en un 12%, compraron productos regionales y un 5% discos, libros y videos.

Cuadro 3. Compras realizadas en la Ciudad de Buenos Aires

Producto	%
Ropa	44%
Artículos de cuero	20%
Souvenirs	20%
Productos regionales	12%
Discos, Libros, Videos	5%
Joyas	2%
Otros	2%

Fuente y Elaboración:
Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.
Subsecretaría de Turismo, GCBA

2.8. Gasto promedio

El gasto promedio (por día por persona) de los pasajeros de este barco fue de 660 pesos por persona (u\$220). Este gasto no contempla el gasto del alojamiento.

2.9. Cantidad de viajes en cruceros

Para el 39% de los pasajeros este fue su primer viaje en un crucero. Para el 15% fue su segundo viaje en crucero y para el 10% su tercer viaje. Lo que muestra que gran parte de los pasajeros del Insignia no son asiduos viajeros de cruceros.

Cuadro 4. Cantidad de cruceros realizados

Cantidad de viajes	%
Primer viaje	39%
2 viajes	15%
3 viajes	10%
4 viajes	5%
5 viajes	10%
6 viajes	4%
Más de 10 viajes	15%
Más de 20 viajes	2%
Total	100%

Fuente y Elaboración:
Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.
Subsecretaría de Turismo, GCBA

2.10. Medios de información

El 47% de los pasajeros se informó de este viaje especial del Insignia por la Agencia Atlantis, (agencia que organizó este crucero especial). El 42% se enteró por medio de internet. Otros medios fueron amigos y revistas (3% cada uno).

Cuadro 5. Medios de información

Medio de información	%
Agencia Atlantis	47%
Internet	42%
Amigos	3%
Revistas	3%
Otros	5%
Total	100%

Fuente y Elaboración:
Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas.
Subsecretaría de Turismo, GCBA

2.11. Elección del crucero Insignia

Un 65% eligió este barco para poder conocer varias ciudades de Sudamérica en un solo viaje, en tanto que un 35% lo eligió, además porque el mismo terminaba en Río de Janeiro en plena época de carnaval. Otra razón fue por diversión 17%.

2.12. Imagen de Buenos Aires

Se les preguntó a los pasajeros de este barco con que palabra describirían a la Ciudad de Buenos Aires; las respuestas fueron variadas pero en una dirección parecida. hermosa (17%) amistosa, cálida y cultural (13%), histórica, excitante, europea, maravillosa y sinónimo de diversión (8%), sorprendente y elegante (4%).

3. Conclusiones

Este barco no muestra demasiadas diferencias con los cruceros convencionales que amarran en el Puerto de Buenos Aires.

De las que se presentan, la más notoria es la edad de los pasajeros, la franja más representada en este barco es la que va de los 31 a los 45 años, siendo en la mayoría de los otros cruceros la que abraza entre los 46 y los 65 años.

Otra diferencia es la cantidad de viajes; para el 39% fue el primer viaje, cosa que no se da en otros barcos.

En líneas generales las tendencias que reflejan los otros cruceros se mantienen.

