

Resumen ejecutivo mes de marzo 2020

El estudio presentado refiere a las encuestas realizadas a visitantes en los puestos de información turística localizados en la terminal de ómnibus San Francisco de Asís, en la Estación Sud y en el hall del Palacio Municipal durante el mes de marzo. La metodología del muestreo fue al azar realizando un total de 30 encuestas.

A finales de Diciembre de 2019 se dio a conocer la noticia de que un virus comenzó a expandirse por China y luego alcanzó a toda Europa. A principios de Marzo de 2020 se declaró al Covid-19 como pandemia a nivel global y, particularmente el día 20 del mismo mes, se decretó la cuarentena en Argentina implicando el cierre total del espacio aéreo y la circulación dentro del país. En consecuencia, la actividad turística se detuvo totalmente desde ese momento, y a partir de la fecha mencionada en adelante no se registran datos estadísticos.

Objetivo: Conocer el perfil del visitante que se acercó a los puestos de informes turísticos durante el mes de marzo.

De las encuestas efectuadas se desprende que el 66,7% de los visitantes encuestados fueron Argentinos, mientras que el 33,3% provenían de otros países: Chile, Bolivia, Holanda, Francia, Irlanda, Perú y Alemania.

La composición del grupo predominante fue de personas que viajan solas (60%), en parejas (20%), con familiares (10%), con amigos (6,7%) y parejas con hijos (3,3%).

En cuanto a su ocupación, del total destacan los trabajadores activos (70%), seguidos de los jubilados (20%), estudiantes mayores a 18 años (13,3%), estudiantes menores a 18 años (6,7%), y desocupados (3,3%).

En relación al lugar de residencia habitual, se observa que principalmente los turistas provienen de Capital Federal (30%), seguidos por residentes de las provincias de Neuquén y La Pampa (15% respectivamente), Buenos Aires, Chubut y Salta (10% respectivamente), y en menor proporción las provincias de Catamarca y Tucumán.

Teniendo en cuenta el motivo principal por el cual los visitantes se desplazan se observa que el 33,3% lo hizo por vacaciones y por escala respectivamente, el 20% por trámites, el 6,7% por visita a familiares y amigos, y el 3,3% por compras y trabajo respectivamente.

La variable referida a la región turística de destino final del viaje muestra que el 43,3% opta por la Patagonia, seguido de la ciudad de Buenos Aires (30%), Sudoeste Bonaerense (26,7%) y Norte (10%).

Los datos procesados referidos a la modalidad de alojamiento elegido arrojan que el 50% no planea alojarse, y quienes sí lo hacen optan por hacerlo en hostel (20%), hoteles de 1, 2, y 3 estrellas (13,3%), casa de familiares/amigos (10%), y en menor medida en hoteles 4 estrellas y en departamentos por alquiler.

La estadía promedio de los visitantes en la ciudad es de 2,69 noches, entrecruzando variables se puede ver que mientras la estadía promedio de los visitantes nacionales es de 2,53 noches, la de los internacionales es de 5,71 noches.

Entrecruzando variables denota que de los turistas internacionales el 30% no planea alojarse y de los que sí lo hacen optan por hacerlo en hostel (30%) o en hoteles de 1, 2, y 3 estrellas (20%). Por último, las opciones casa de familia o amigos y departamento por alquiler coinciden en un 10% cada uno.

En cuanto a la modalidad de transporte elegido para arribar a Bahía Blanca se destaca principalmente el ómnibus (66,7%), seguido por el ferrocarril (16,7%), avión y automóvil (6,7% respectivamente), y en menor medida la opción combi (3,3%).

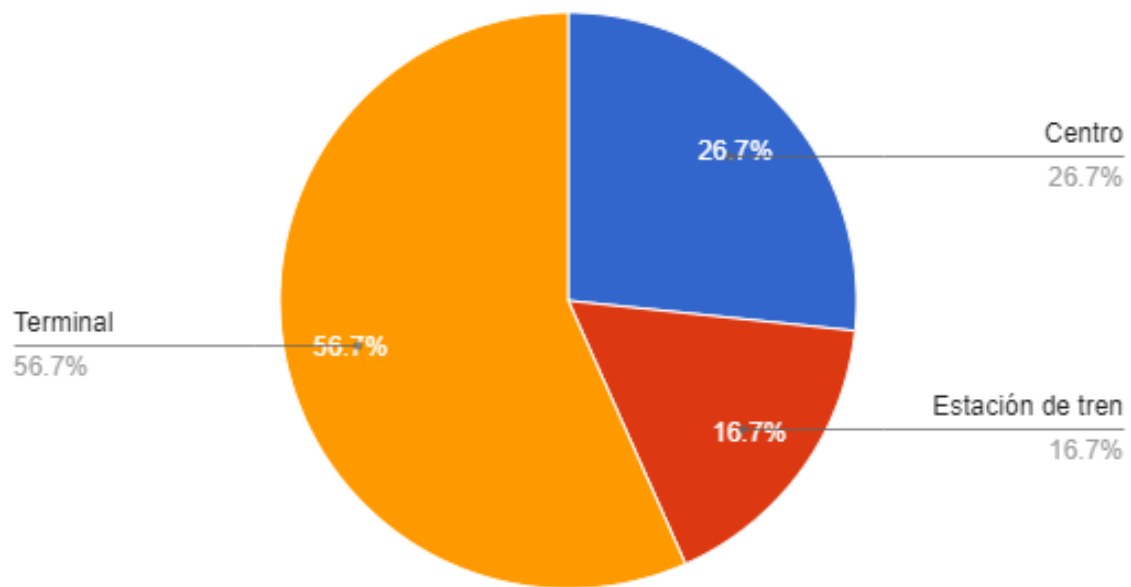
En relación a la estimación del gasto que realizarán los visitantes durante la estadía, se puede decir que el 50% planea un gasto entre \$2000 y \$6000, el 26,7% planea gastar mayor a \$6000 y el 23,5% menor a \$2000.

En relación al medio por el cual los visitantes obtuvieron información sobre la ciudad vemos que en su mayoría no tenían información (76,7%), el restante porcentaje la consiguió a través de internet (13,3%), ya conocía la ciudad (6,7%) o por referencias de familiares/amigos (3,3%).

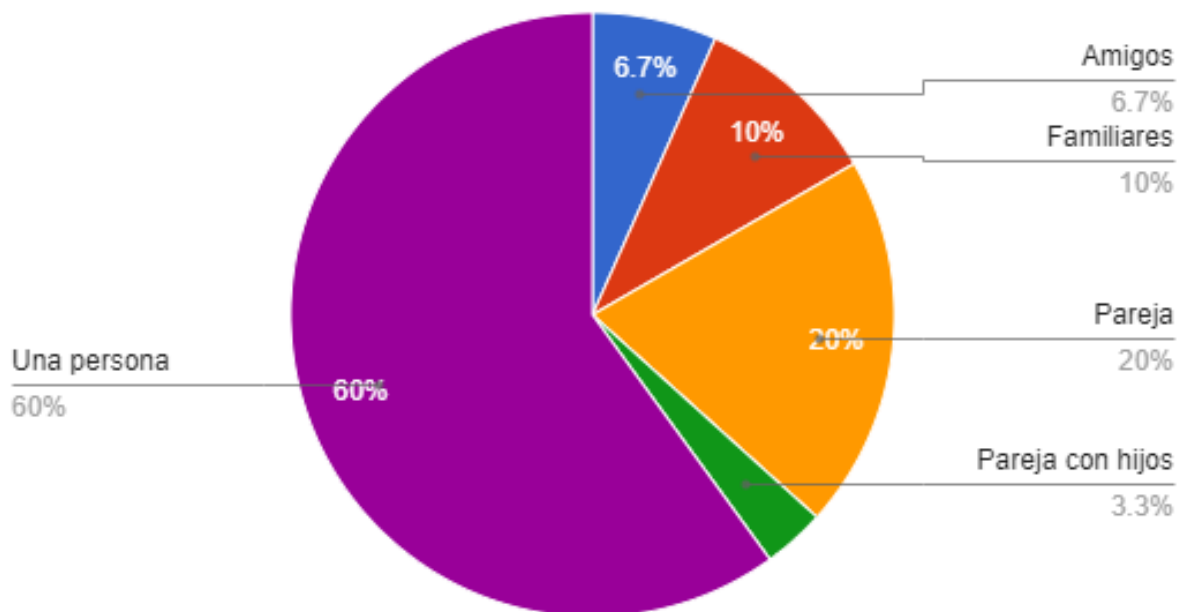
Entre la información solicitada en los centros de información se destaca en primer término el plano de la ciudad con el 66,7% de los casos, seguido de información sobre atractivos (50%), actividades (46,7%), información en general (23,3%), sobre transporte urbano (20%), transporte a la región (16,7%); encontrar direcciones en el plano, información sobre alojamiento e información sobre gastronomía (13,3% respectivamente) y en último lugar, información sobre otras localidades argentinas (6,7%).

Análisis gráfico

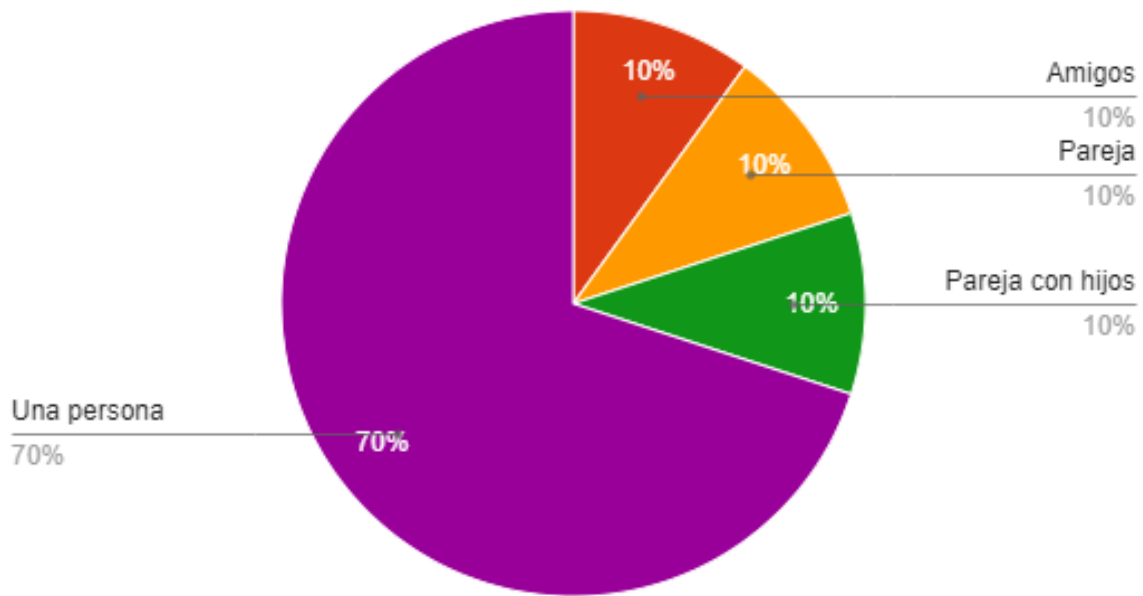
Lugar de toma de las encuestas



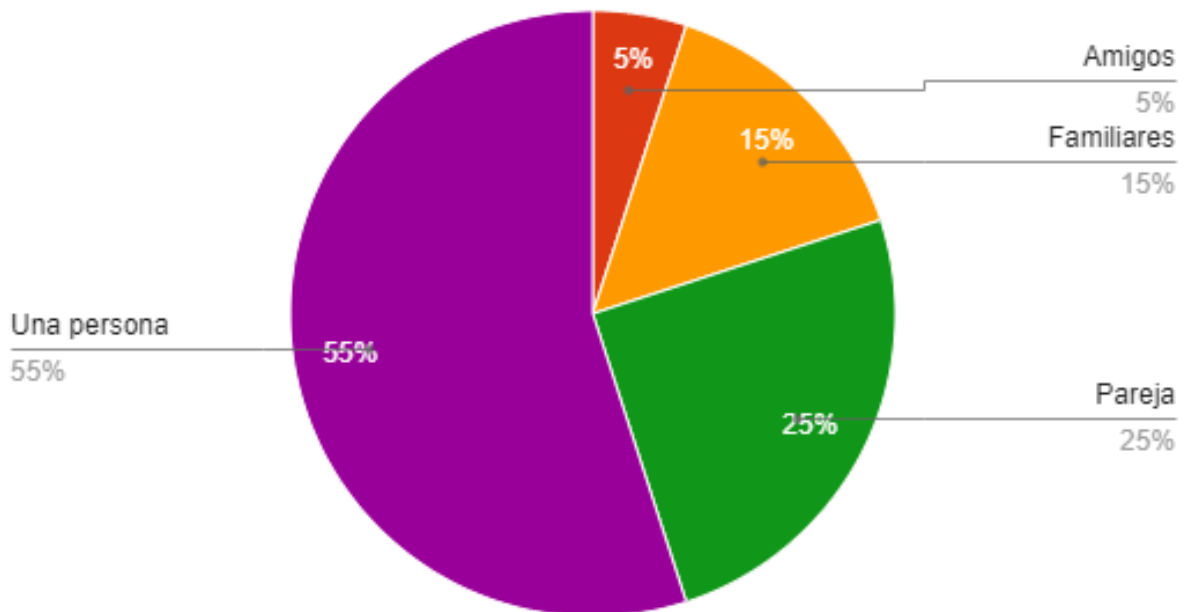
Composición del grupo



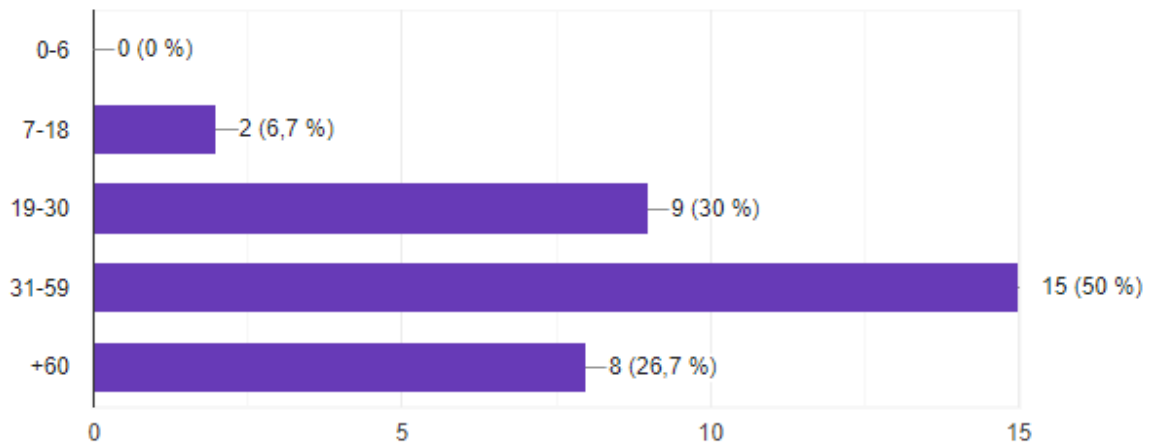
Composición del grupo de visitantes internacionales



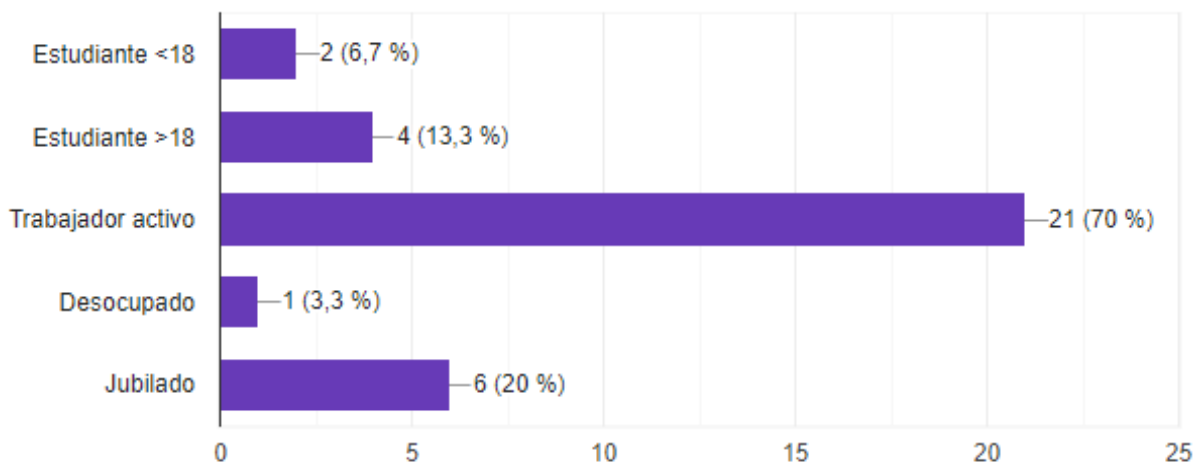
Composición del grupo de visitantes nacionales



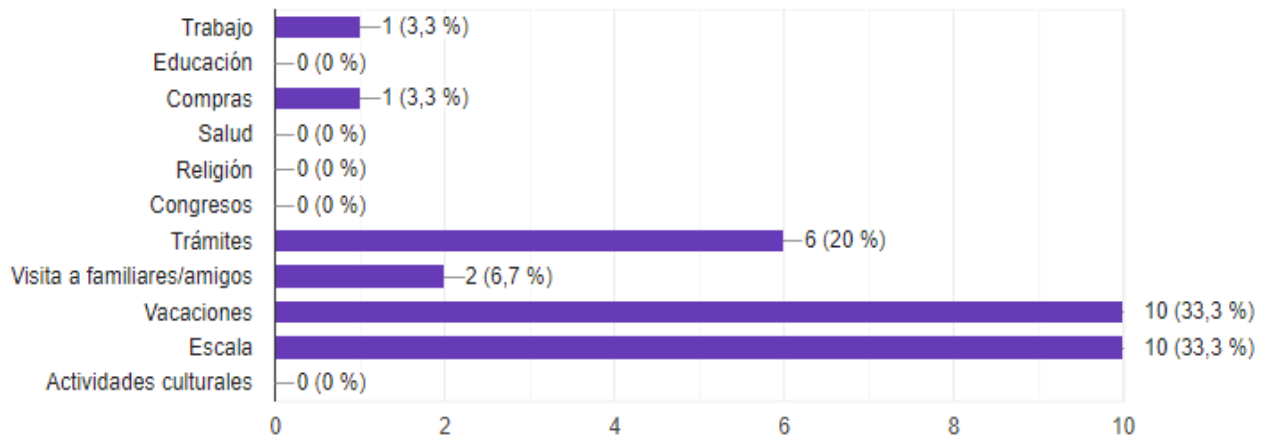
Composición etaria de los encuestados



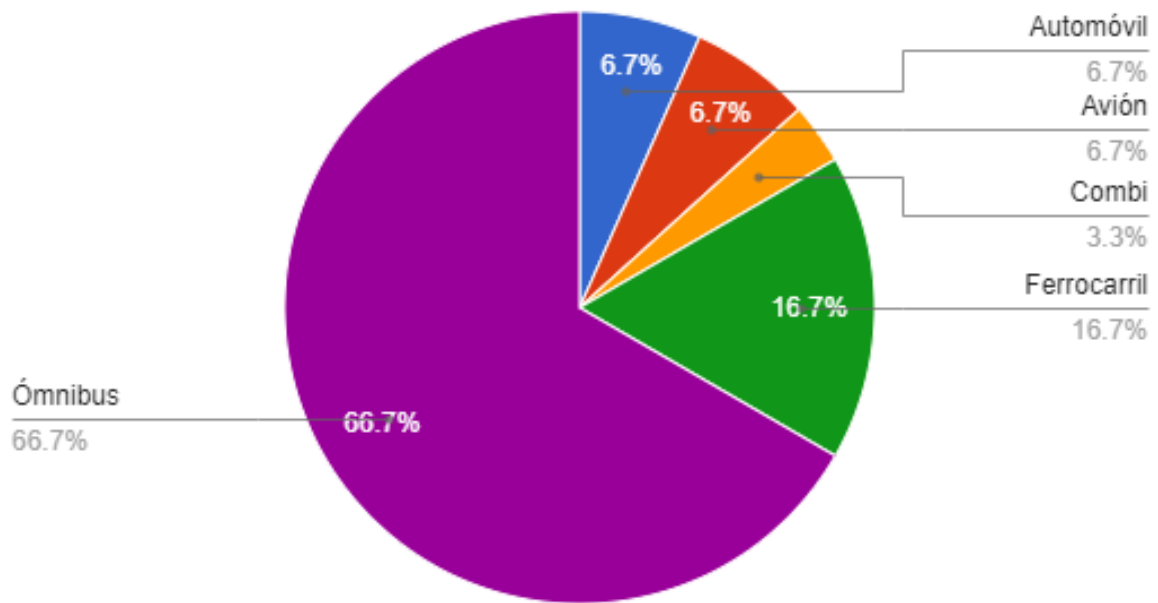
Ocupaciones de los visitantes



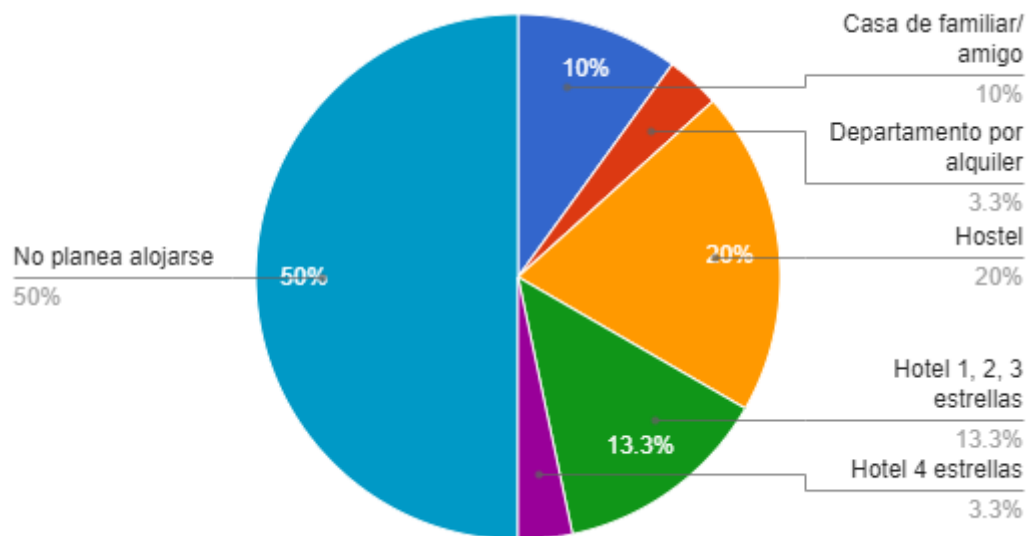
Principales motivos del viaje



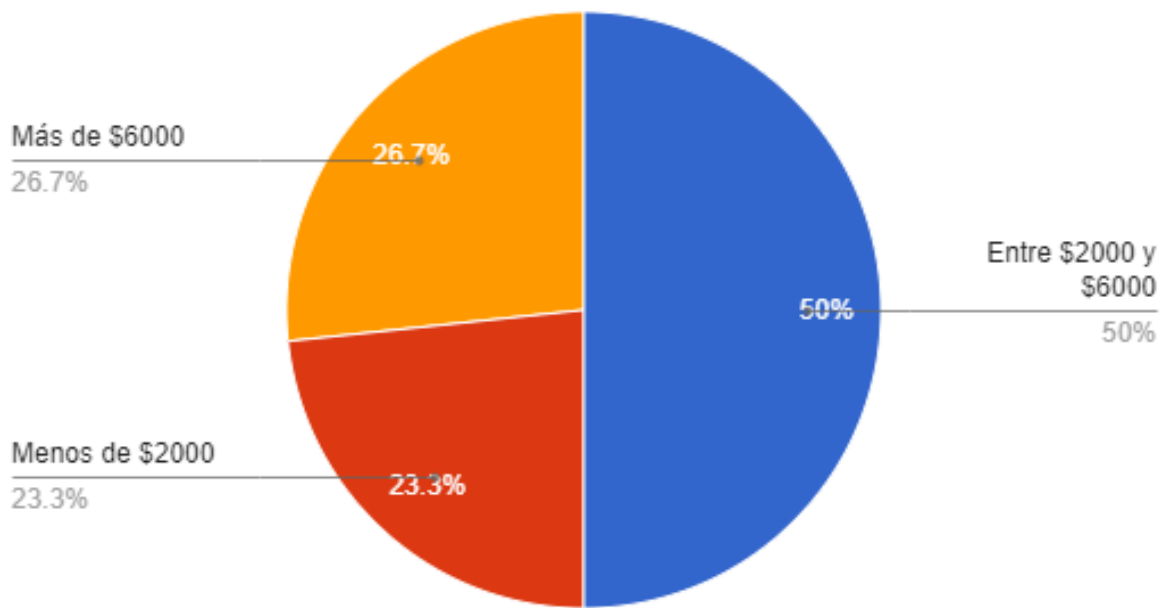
Transporte utilizado para arribar a destino



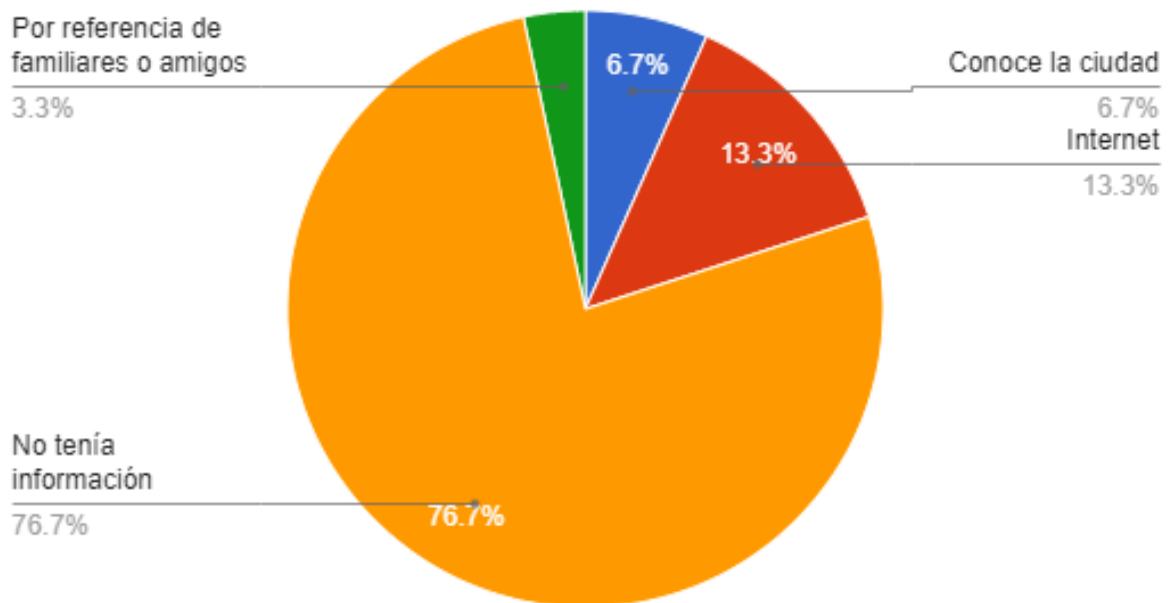
Lugar de alojamiento



Estimación del gasto en la estadía



Medios de información de la ciudad



Motivo de consulta

