

# **Resumen estadístico enero 2023**

### Resumen ejecutivo

El estudio presentado refiere a los resultados de las encuestas realizadas en las oficinas de información turística localizadas en el hall del Palacio Municipal y en la Terminal de Ómnibus San Francisco de Asís, a los efectos de conocer el perfil de la demanda durante el mes de Enero del año 2023, compuesta por visitantes y residentes de la localidad.

Se implementaron dos tipos de encuestas en función al modo en que se efectúa la consulta, tanto presencial como no presencial. Estas últimas realizadas telefónicamente vía e-mails, whatsapp y redes sociales.

La metodología del muestreo fue al azar realizando **un total de 801 encuestas**, de las cuales 55,2% fueron presenciales y 44,8% no presenciales.

### Encuestas realizadas bajo la modalidad presencial

**Objetivo:** Conocer el perfil de la demanda que se acerca a las oficinas de información turística durante el mes de Enero de modo presencial.

Del total de las encuestas efectuadas (442) se desprende que el (89,4%) fueron realizadas en la oficina de turismo ubicada en la terminal de ómnibus San Francisco de Asís, mientras que el (10,6%) fueron realizadas en el hall del Palacio Municipal.

Asimismo, en relación a la *residencia habitual* se destaca que el (49,7%) de los visitantes fueron residentes de Bahía Blanca, el (44,6%) fueron residentes nacionales, y por último un (5,7%) se trataron de visitantes internacionales procedentes de Chile, Francia, Bolivia, Alemania, Venezuela, Canadá, Brasil, Japón, Panamá, Perú, Uruguay, Paraguay, respectivamente. Se observa también que los turistas nacionales provienen principalmente de la Provincia de Buenos Aires (24,5%), Ciudad Autónoma de Buenos Aires (17,4%), Córdoba (11,7%), Neuquén (9,0%) seguidos de las provincias de Río Negro y Santa Fe (8,3%), La Pampa (7,0%), Chubut (3,0%), luego las provincias de Entre Ríos y Mendoza (2%), las provincias de Jujuy, Santa Cruz (1,5%), La Rioja (1%) y por último las provincias de Salta, San Juan, Tucumán, Santiago del Estero y Tierra del Fuego (0,5%) respectivamente.

En su mayoría las personas viajan solas (58,1%) y en menor medida en grupos de dos (29,9%), tres personas (7%), cuatro personas (4,6%), cinco personas (0,2%) y seis personas (0,2%), respectivamente.

En relación al *motivo principal por el cual los visitantes se desplazan*, se observa que los nacionales refieren a escala (66,5%), vacaciones (43,1%), visita a familiares y amigos (14,2%), trámites (8,1%), compras (4,1%), actividades culturales (3,6%), por trabajo (3%), por motivos de educación (2%), salud (1,5%) y por último por motivo de actividades deportivas y otras consultas (0,5%). En cambio, los motivos

principales por los cuales los visitantes internacionales se acercan a la ciudad son por vacaciones (60%), seguido de escala (56%), visita a familiares y amigos (20%), seguido de actividades culturales (12%) y finalmente por motivo de trámites y trabajo (4%).

La variable referida a la *región turística de destino final del viaje* muestra por un lado que los visitantes nacionales se dirigen principalmente hacia el Sudoeste Bonaerense (54,3%), seguido de la Región Patagonia (19,3%), seguido de la región Buenos Aires (9,1%), luego la Región Centro (6,1%), Ciudad Autónoma de Buenos Aires (5,6%), las regiones Norte y Litoral (2%) y por último la Región Cuyo (1,6%). Mientras que en el caso de los visitantes internacionales, en su mayoría se dirige hacia la Región Patagonia (44%), mientras que el resto de los visitantes se desplazan hacia el Sudoeste Bonaerense (36%), luego hacia la Ciudad autónoma de Buenos Aires (16%) verificar dato y por último el resto de los visitantes se dirige hacia la región Buenos Aires ( 4%) respectivamente.

La *estadía promedio de la muestra es de 5,59 noches, en tanto en los visitantes nacionales es de 6,06 noches y de los internacionales son 5,69 noches*. Los datos procesados referidos al tipo *de alojamiento* elegido por los visitantes nacionales reflejan que el (60,9%) no planean alojarse, y de quienes sí deciden hacerlo optan por hoteles 1, 2, 3 estrellas (13,7%), Departamento por alquiler (9,6%), Casa de familiar/ amigo (8,6%), Apart Hotel y Hostel (2%), otro medio de alojamiento (1,5%), camping (1%) y por último Hotel 4 estrellas (0,7%). En tanto, los visitantes internacionales optaron por no alojarse (48%), y de quienes deciden hacerlo los datos reflejan que se alojaron en: casa de familiar /amigo (16%), Hostel, Apart Hotel, Hotel 1,2,3 estrellas (8%), departamento por alquiler, casa en alquiler y Hotel 4 estrellas (4%) respectivamente.

En referencia al *gasto estimado* de los visitantes nacionales, el análisis de los datos refleja que el (68,5%) refiere realizar un gasto menor a \$30.000, mientras que el (20,3%) realizó un gasto entre \$30.000 y \$50.000, y por último el (11,2%) opta por realizar un gasto superior a \$50.000. En cambio, en el caso de los visitantes internacionales la mayoría de los visitantes realizó un gasto estimado de menos de \$30.000 (48%), seguido de aquellos que realizaron un gasto estimado entre \$30.000 a 50.000\$ (36%) y finalmente aquellos que realizaron un gasto estimado de más de \$50.000 (16%) respectivamente.

En relación al medio de transporte utilizado para arribar al destino en el caso de los visitantes nacionales se destaca que el (83,2%) utiliza el ómnibus, luego el (14,3%) se desplazó en auto particular, seguido de los visitantes que se desplazaron en combi (2%), y finalmente se ubican aquellos que llegaron a través de otro medio de transporte (0,5%), respectivamente. Mientras que en el caso de los visitantes internacionales, la mayoría se desplazó por medio de omnibus (80%), luego se

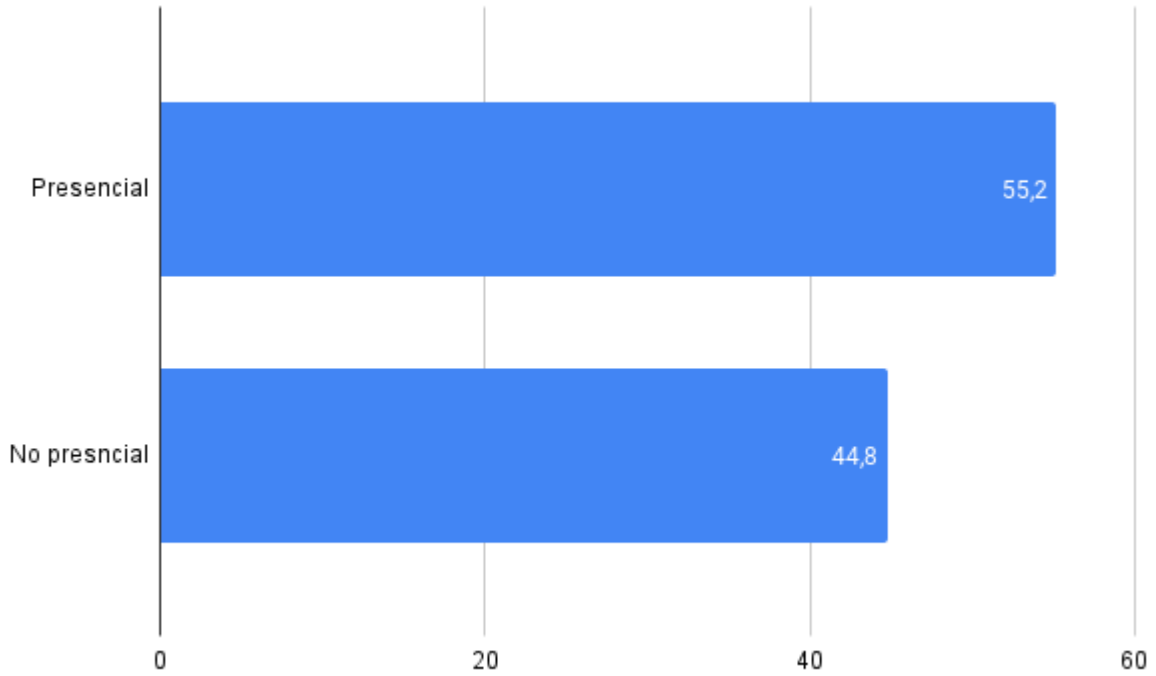
## PERFIL DEL VISITANTE EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

ubican aquellos visitantes que se desplazaron utilizando el avión (16%) y finalmente aquellos que se movilizaron en auto particular (4%).

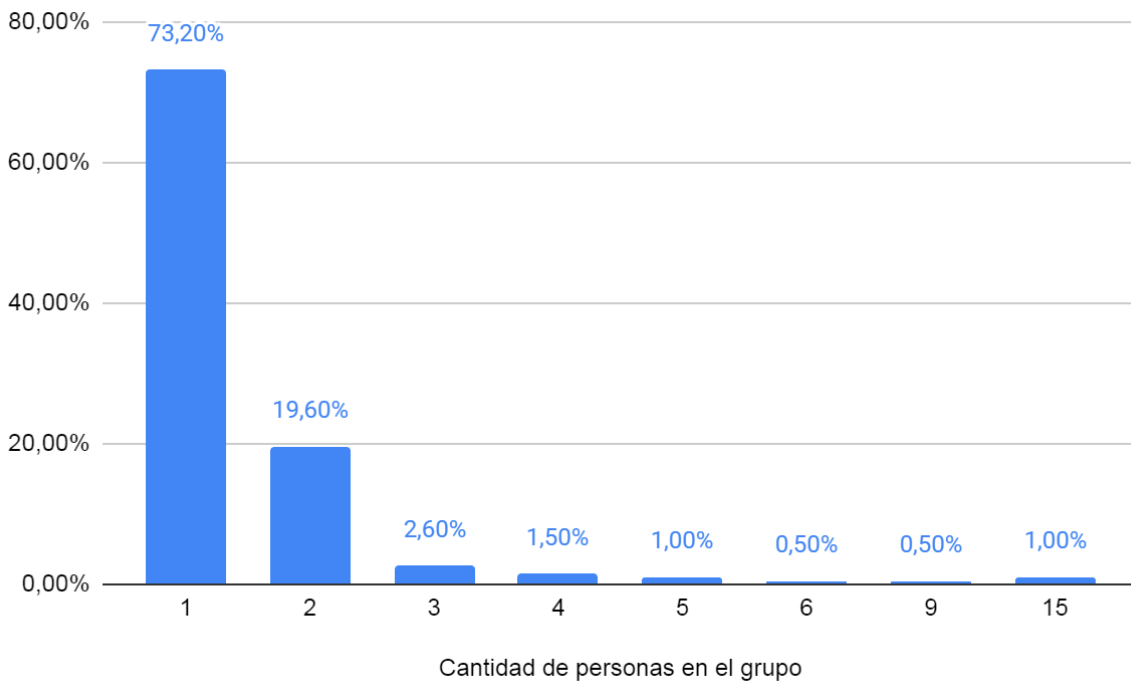
Por último, la *información solicitada en los centros de información turística de modo presencial* fue principalmente sobre información en general (56,3%), sobre el plano de Bahía Blanca (51,8%), seguido de información sobre transporte a la región (45%), información sobre atractivos (40,1%), información sobre actividades (27%), información sobre transporte urbano (23,9%), información sobre gastronomía (12,6%), otras consultas (9%), Actividades programadas por la Dirección de Turismo (8,6%), información sobre alojamiento (8,1%) y por último información sobre transporte hacia otras localidades de Argentina (5,4%)

Informe gráfico

Lugar de toma de la encuesta

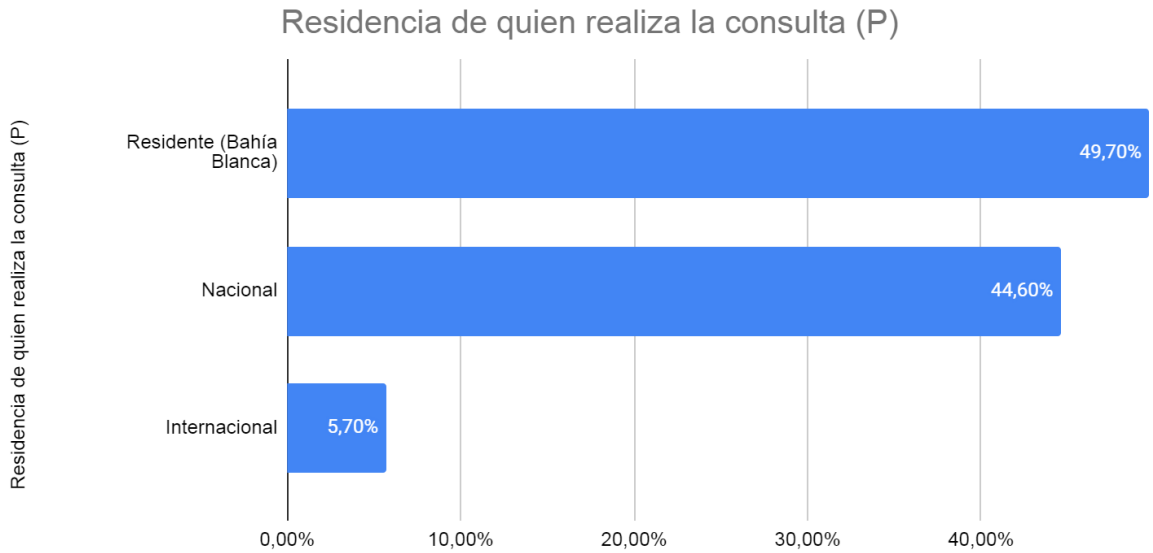


Composición del grupo

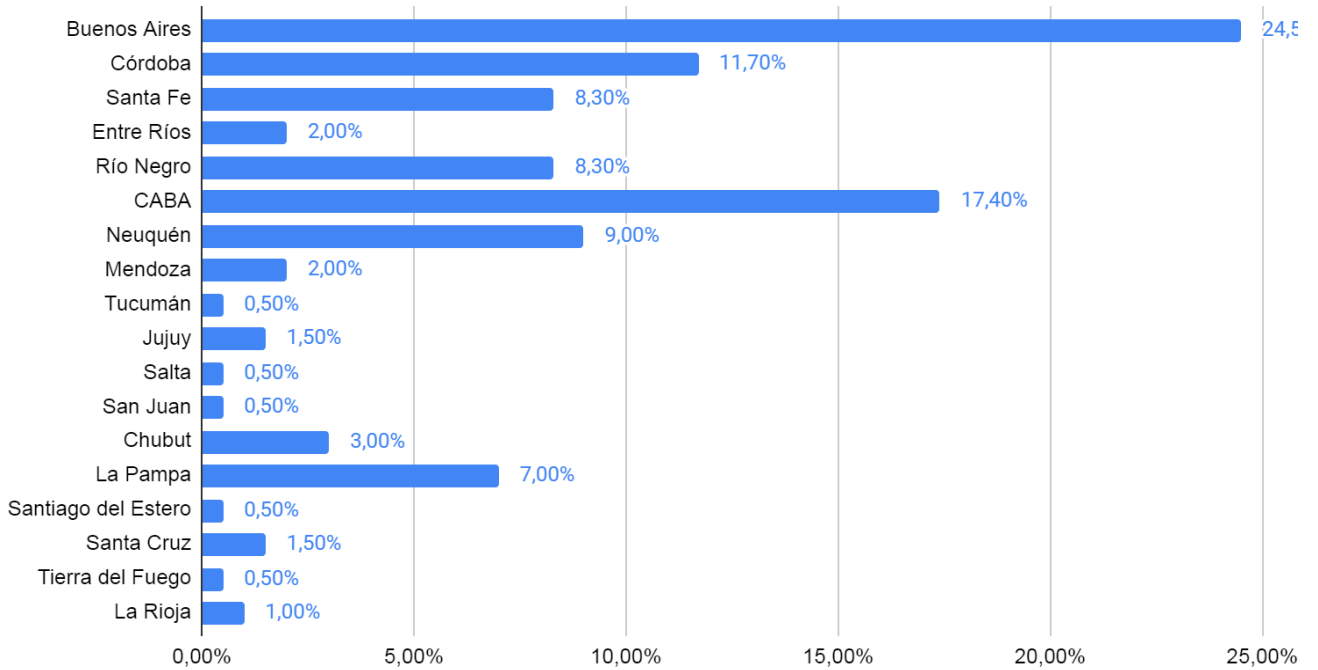


# PERFIL DEL VISITANTE EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

## Residencia habitual

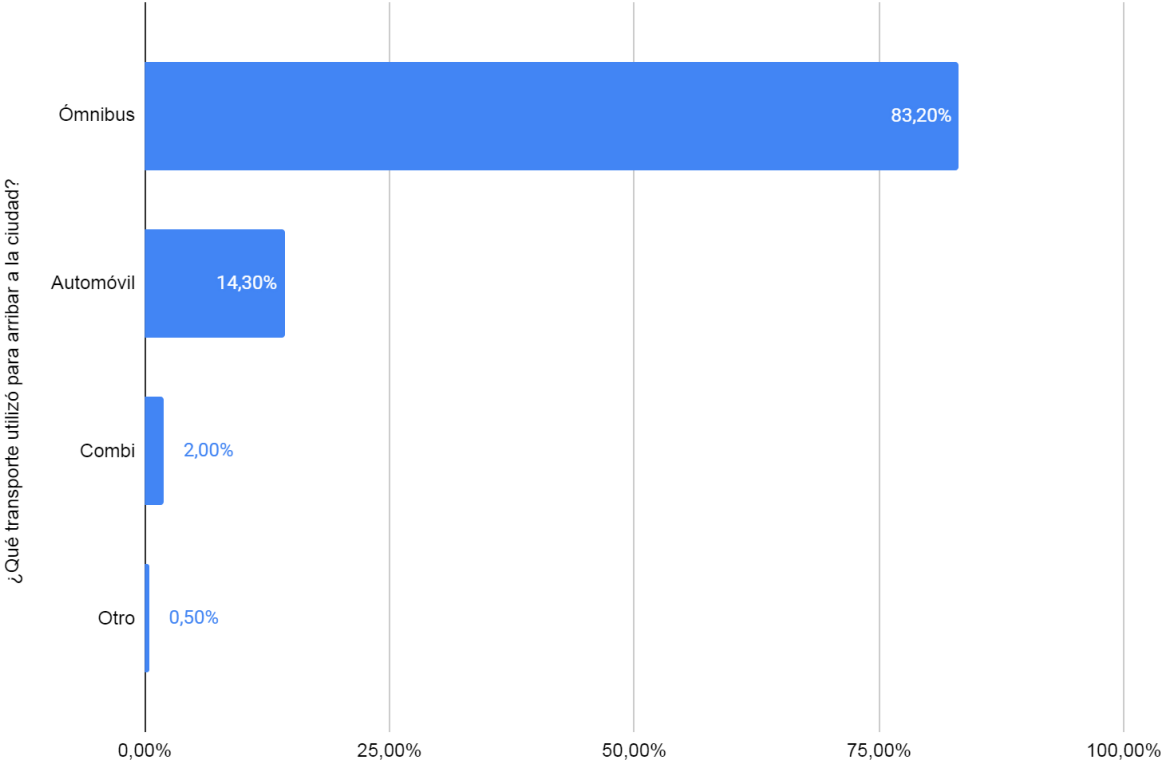


## Provincia de residencia de los visitantes Nacionales

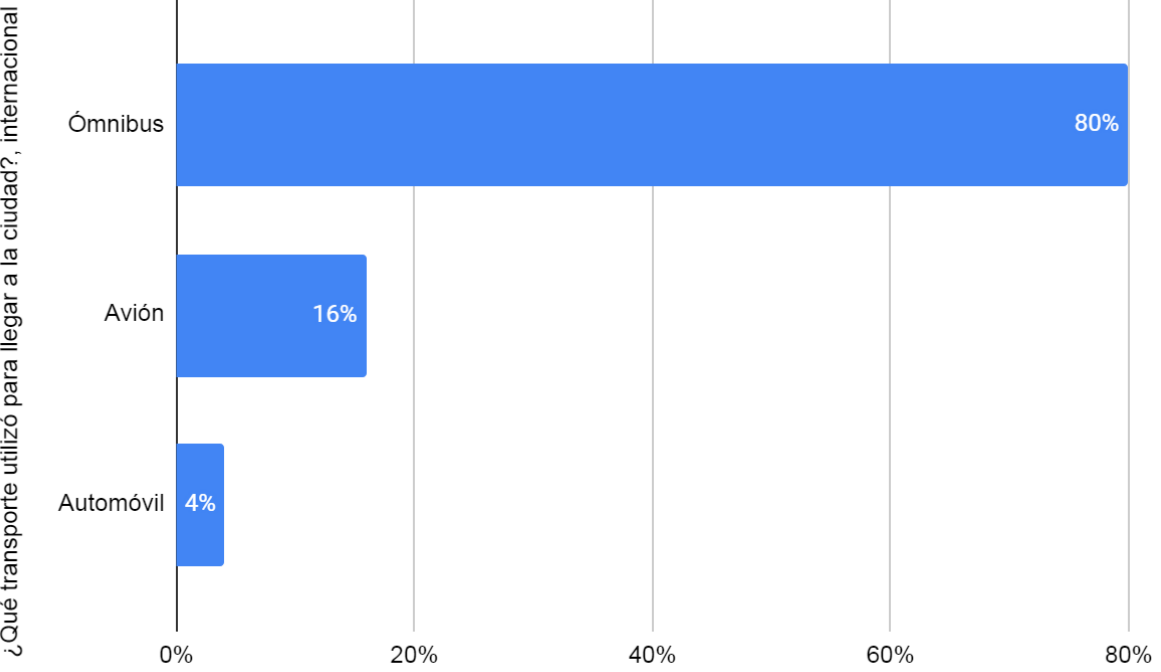


PERFIL DEL VISITANTE EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Transporte utilizado por visitantes nacionales para arribar a la ciudad

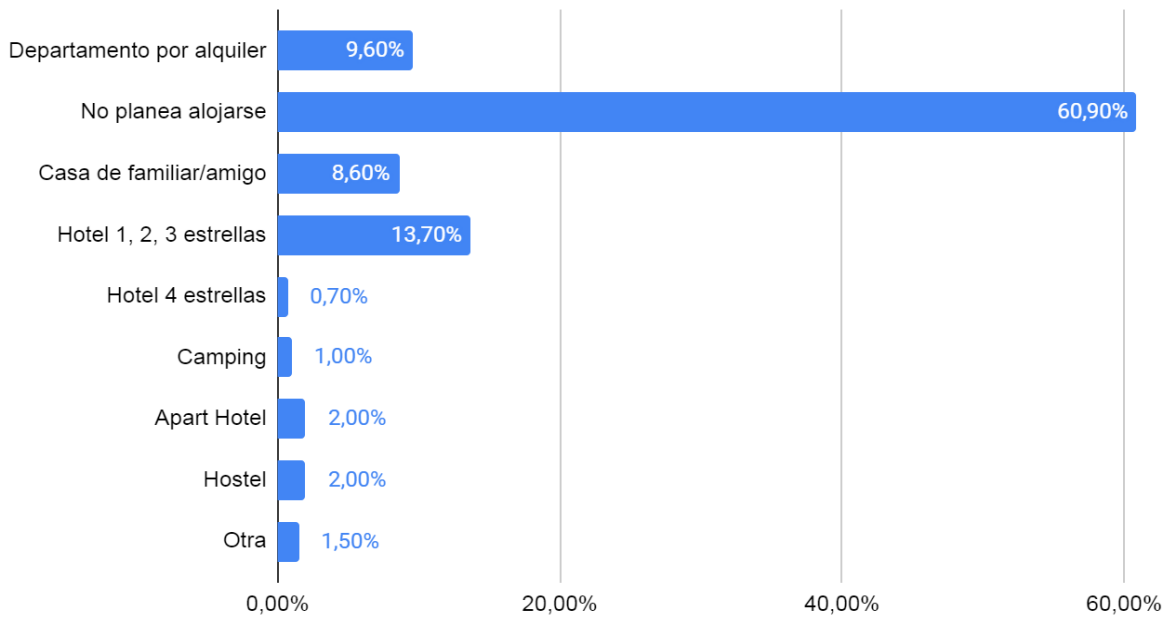


Transporte utilizado por visitantes internacionales (P)

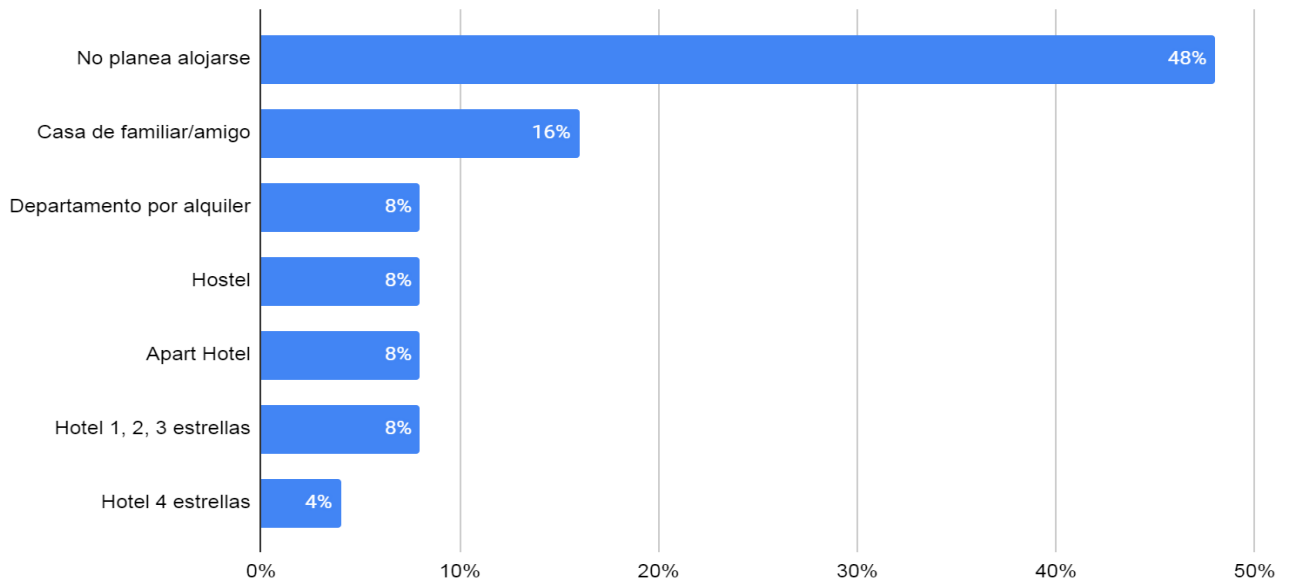


## PERFIL DEL VISITANTE EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

### Tipo de alojamiento de los visitantes nacionales



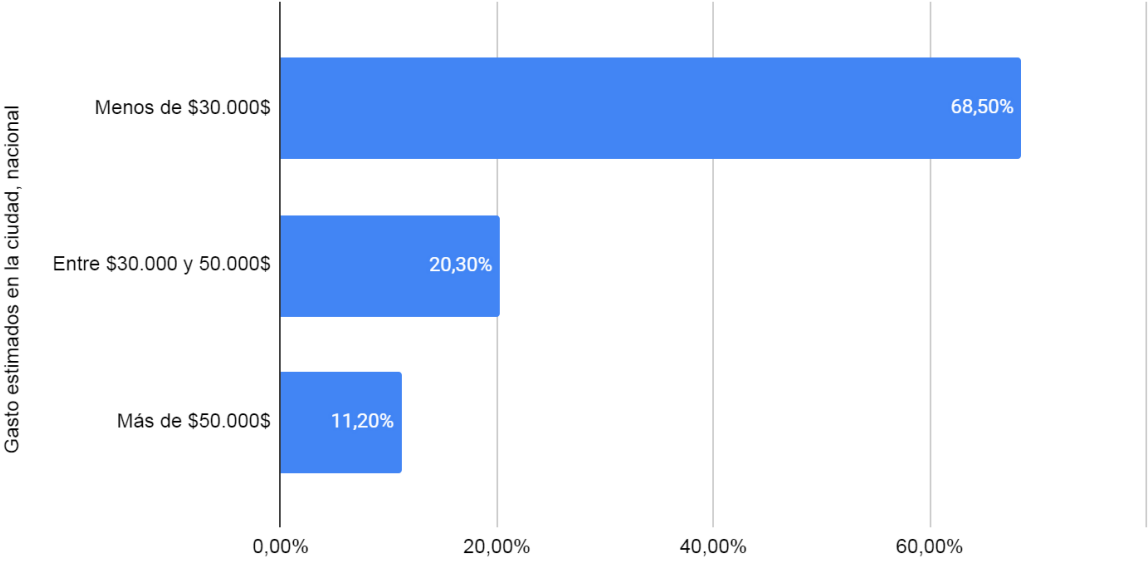
### Tipo de alojamiento Visitantes Internacionales (P)



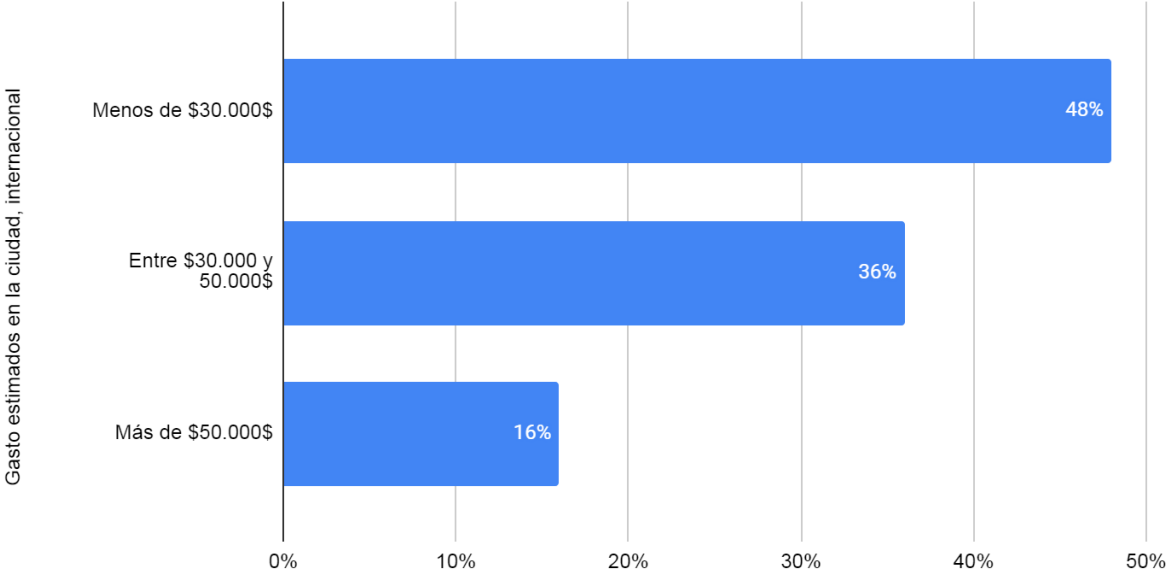


PERFIL DEL VISITANTE EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

Gasto promedio Visitantes Nacionales

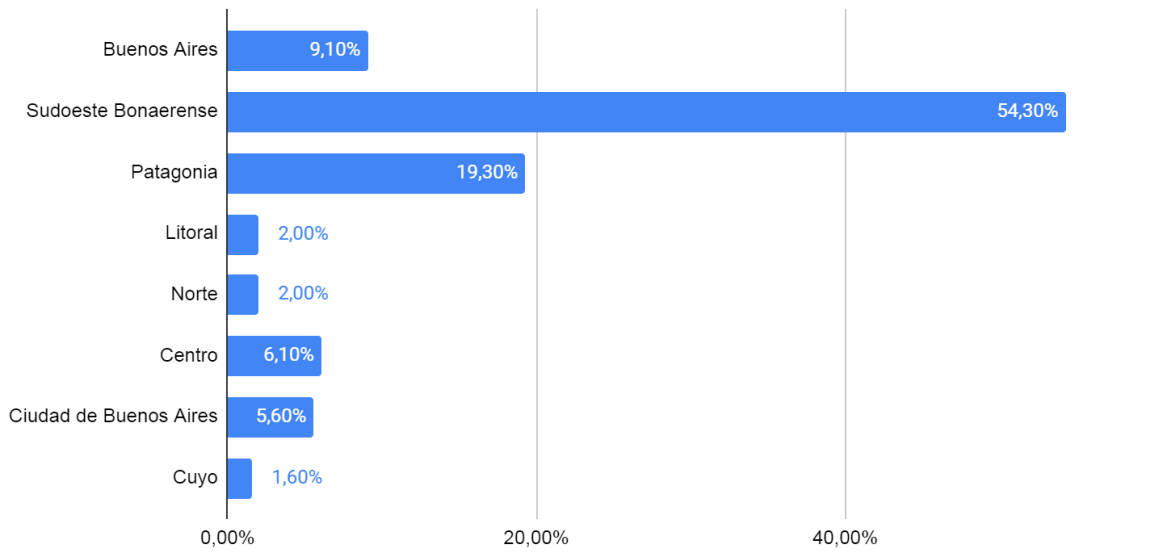


Gasto estimado de los visitantes internacionales (P)

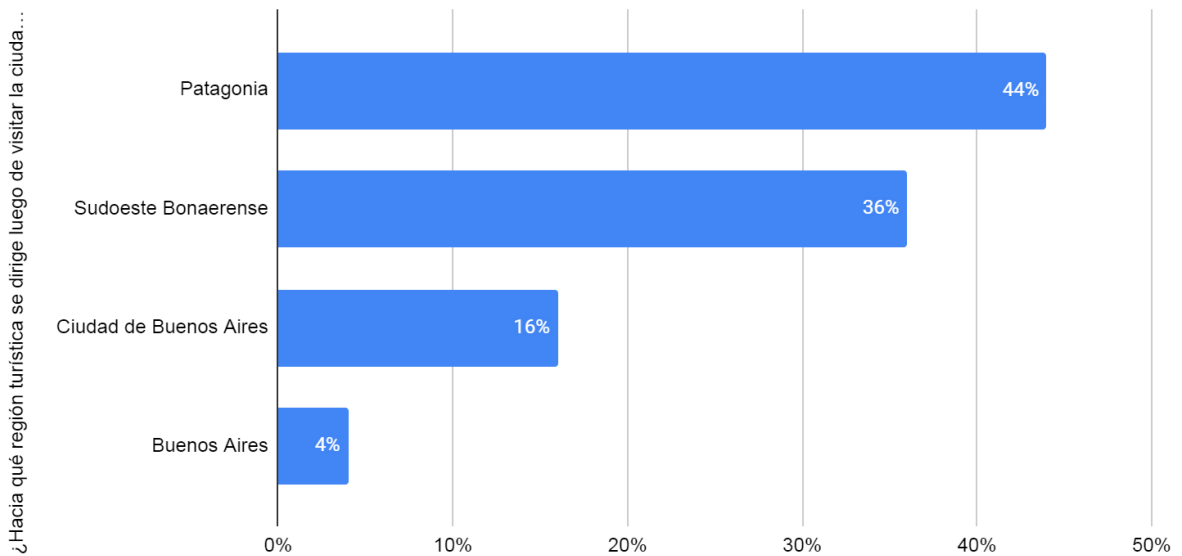


## PERFIL DEL VISITANTE EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

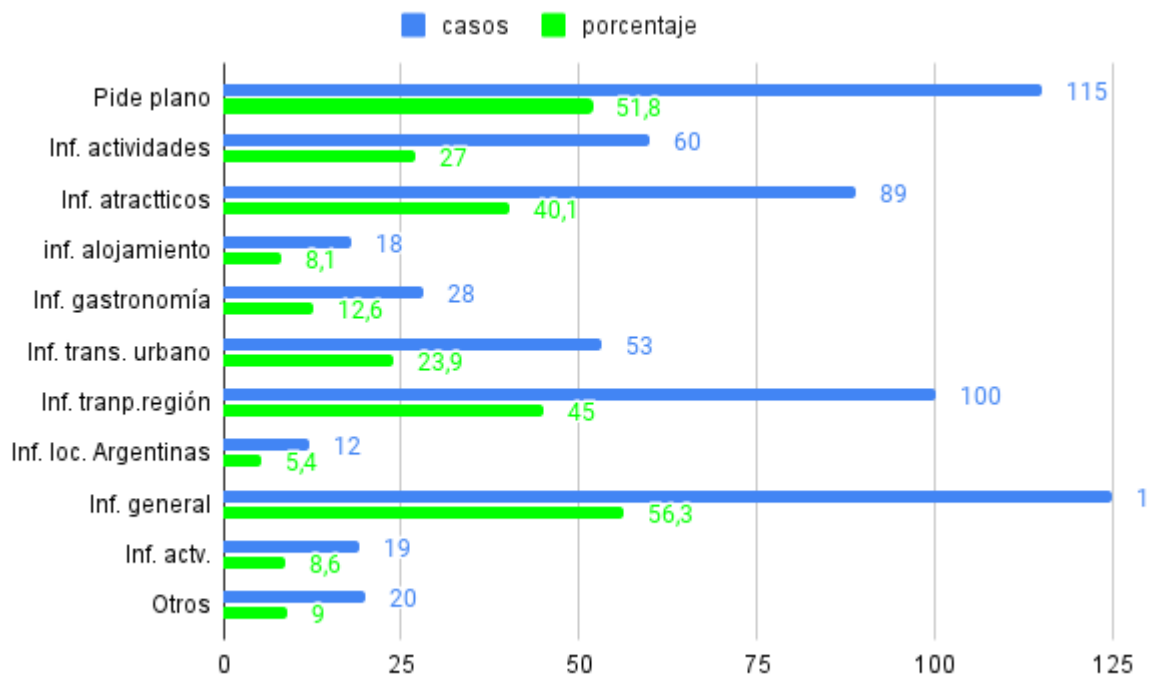
### Región de destino final del viaje de visitantes nacionales



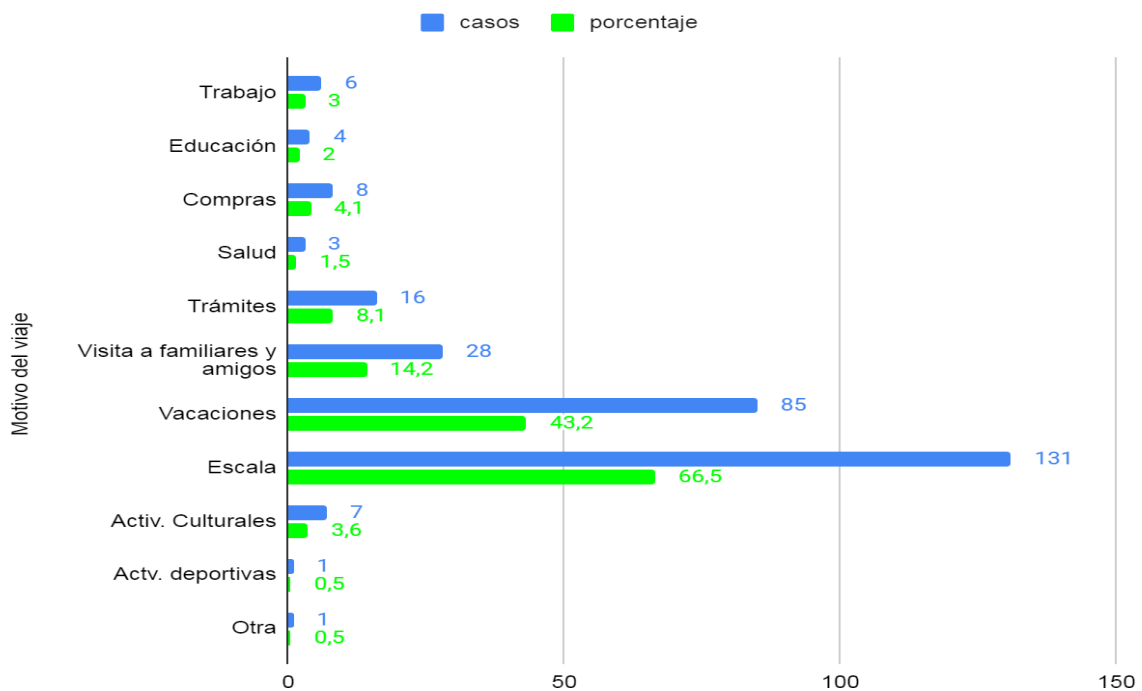
### Región de destino final del viaje de visitantes internacionales



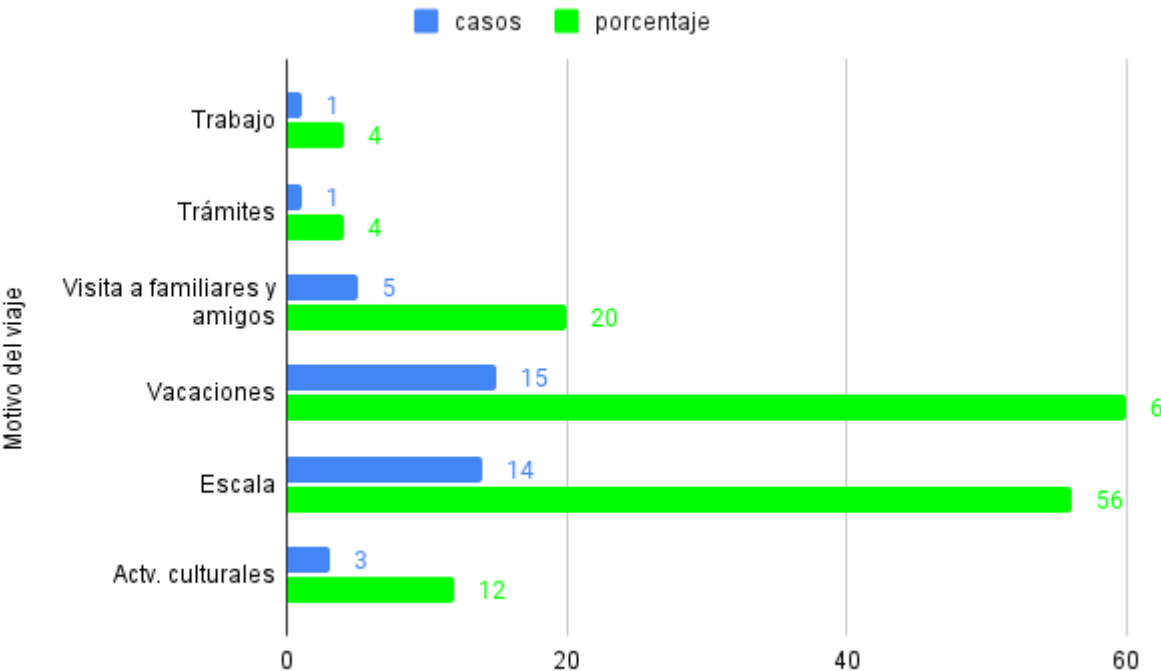
Motivos de consulta de los visitantes nacionales (P)



Motivos del viaje al destino



Motivo del viaje al destino de los visitantes internacionales



## Encuestas efectuadas bajo la modalidad no presencial

**Objetivo:** Conocer el perfil de la demanda no presencial que efectúa consultas a través de otros medios de comunicación, tales como: llamadas telefónicas, whatsapp, mails y redes sociales en las oficinas de información turística de la Terminal de Ómnibus Drago 1900 y el Palacio Municipal en Alsina 65 durante el mes de Enero.

En total se efectuaron (359) encuestas siendo realizadas en su mayoría en la oficina de información turística ubicada en el Hall del Palacio Municipal (52,1%) y en menor medida en la localizada en la Terminal de Ómnibus (47,9%)

El análisis del *medio utilizado para hacer la consulta* evidencia que (54,6%) de los encuestados realizó las consultas a través de medio telefónico, seguido de aquellas consultas que se realizaron a través de whatsapp (40,9%), luego aquellos que realizaron consultas a través de las redes sociales (2,8%) y finalmente (1,7%) de las consultas restantes se realizaron a través de email.

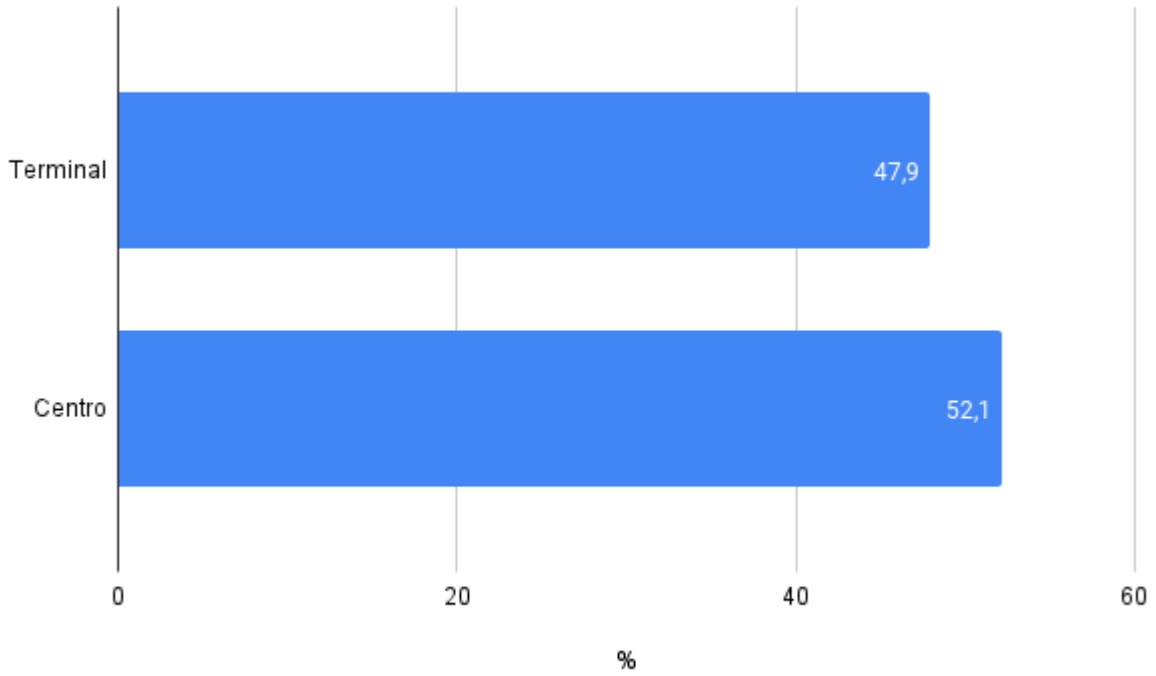
Del total de las encuestas se desprende que (66,3%) de las consultas fueron realizadas por residentes locales, (25,1%) de los encuestados fueron efectuadas por residentes nacionales, (7,5%) no se obtuvieron datos y finalmente el porcentaje de los encuestados restantes (1,1%) fueron efectuadas por residentes internacionales procedentes de Cuba, Bolivia, Brasil y Chile.

En relación al *lugar de residencia habitual*, se destaca que la mayoría de las consultas realizadas por nacionales fueron de residentes de la provincia de Buenos Aires (33,4%), seguido de aquellos pertenecientes a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (13,3%) luego aquellos residentes de las provincias de La Pampa (10%), Neuquén (8,9%), luego aquellos pertenecientes de las provincias de Mendoza y Córdoba (6,7%), Santa Fe (5,6%), Chubut (4,4%), seguido de las provincias de Río Negro y San Juan (3,3%), Jujuy (2,2%) y finalmente aquellos y aquellas pertenecientes a las provincias de Santa Cruz y Tucuman (1,1%).

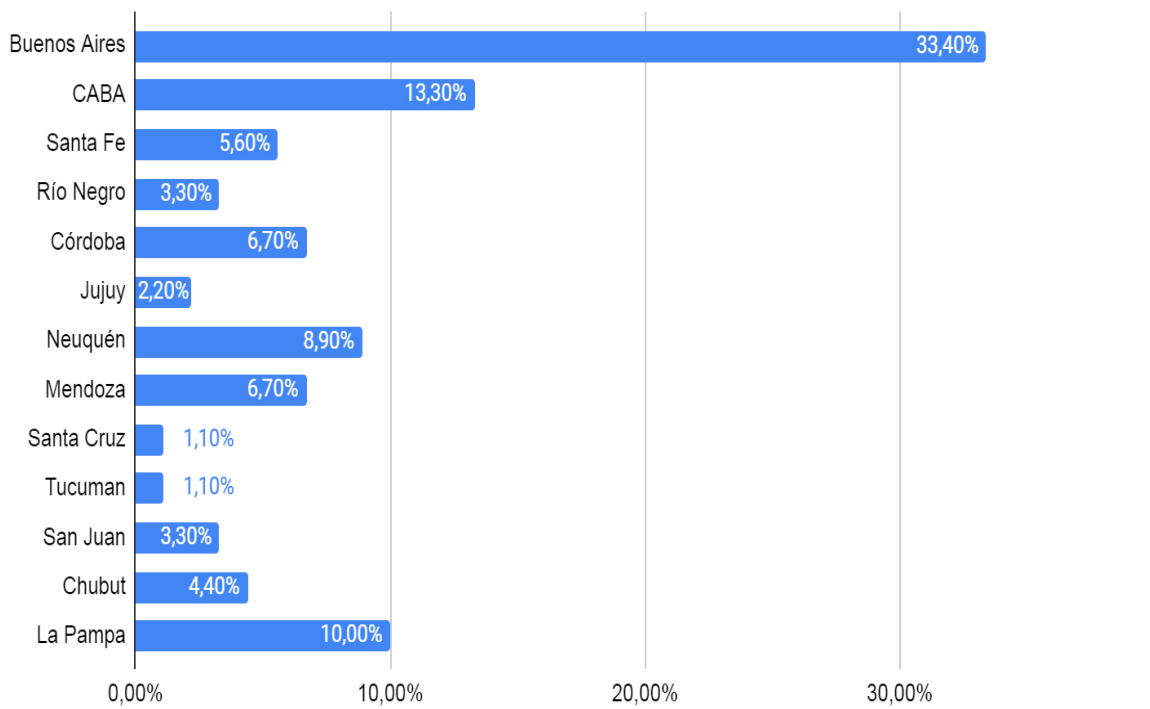
Por último, teniendo en cuenta el *motivo principal de la consulta* se destacan aquellos que solicitaron información sobre transporte a la región (29,4%), seguido de aquellos que solicitaron información en general (29%), luego aquellos que solicitaron información sobre las actividades programadas por la Dirección de Turismo (24,7%), información sobre transporte hacia otras localidades de Argentina (18%), otras consultas (5,2%), información sobre actividades (4,1%), luego aquellos que solicitaron información sobre alojamiento (3,1%), información sobre atractivos (2,8%), información sobre transporte urbano (1,7%) y por último información sobre gastronomía y solicitud de plano de la ciudad (0,5%).

Informe Gráfico

Lugar de consulta (NP)

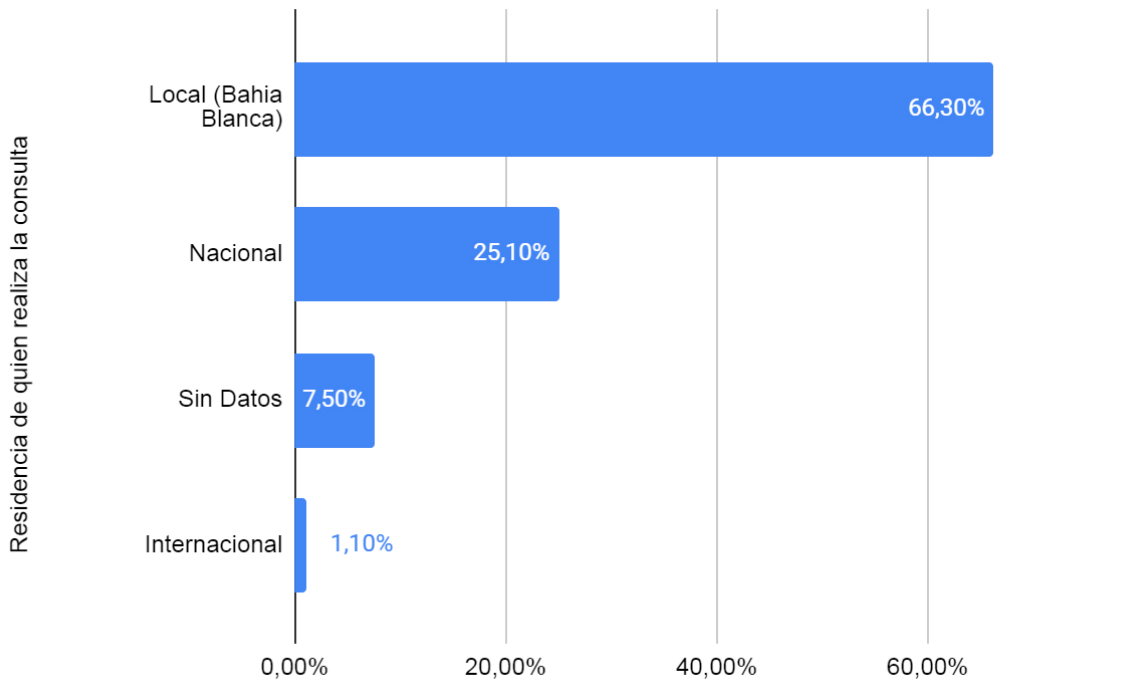


Residencia de quienes realizan la consulta (NP)



# PERFIL DEL VISITANTE EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

## Residencia habitual (NP)



## Motivo de la consulta (NP)

