# Resumen estadístico marzo 2023

## Resumen ejecutivo mes de Marzo 2023

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 Marzo 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 .Estás últimas realizadas telefónicamente vía e-mails, whatsapp y redes sociales.

La metodología del muestreo fue al azar realizando **un total de 490 encuestas,** de las cuales 55,1% fueron presenciales y 44,9% 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 Marzo de modo presencial.

Del total de las encuestas efectuadas (270) se desprende que (74%) fueron realizadas en la oficina de informes ubicado en la terminal de ómnibus San Francisco de Asís, en tanto el (26%) fueron realizadas en el hall del Palacio Municipal.

Asimismo, en relación a la *residencia habitual* se destaca que el (52,2%) de los visitantes fueron residentes nacionales, (39,6%) fueron residentes de la ciudad de Bahía Blanca, y por último un (8,2%) se trataron de visitantes internacionales procedentes de Chile, Colombia, Uruguay, Ecuador, España, Paraguay, Perú, Alemania, Bélgica, Bolivia, Brasil y Canadá respectivamente. Se observa también que los turistas nacionales provienen principalmente de la Provincia de Buenos Aires (35,6%), luego la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (14%), Cordoba (11,8%), La Pampa (7,6%), seguido de las provincias de Neuquen y Chubut (5,6%), Santa Fe (4,7%), luego las provincias de Rio Negro, Santa Cruz (3,7%), Entre Rios (2,8%), Salta (1,9%) y por ultimo las provincias de Tierra del Fuego, Misiones, Mendoza, Jujuy, San Luis (0,6%) respectivamente.

En su mayoría las personas viajan solas (66%) y en menor medida en grupos de dos (24,8%), tres personas (6,3%), cuatro personas (1,1%), cinco personas (1,5%) y diez personas (0,3%), respectivamente.

En relación al *motivo principal por el cual los visitantes se desplazan*, se observa que en el caso de los visitantes nacionales refieren a escala (49,5%), vacaciones (29%), por trámites (14%), visita a familiares y amigos (12,1%), actividades deportivas (7,5%), por motivo de educación (5,6%), por trabajo (4,7%), actividades

culturales (3,7%), otras consultas (2,8%) y por último por motivo de salud y compras (0,9%). En cambio, los motivos principales por los cuales los visitantes internacionales se acercan a la ciudad son por vacaciones (50%), seguido de escala (45,5%), visita a familiares y amigos (13,6%), actividades deportivas (9,1%) y finalmente por motivo de trabajo, trámites y otros motivos, (4,5%).

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 (49,5%), seguido de la Región Patagonia (19,6%), seguido de la región Buenos Aires (9,3%), luego la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (8,4%), la región Centro (5,6%), la región Litoral (4,7%), la region Norte (1,9%), y por último la región Cuyo (1%). Mientras que en el caso de los visitantes internacionales, se distribuyeron equitativamente entre los turistas que se dirigieron hacia las regiones Patagonia y Ciudad Autónoma de Buenos Aires (27,3%) mientras que el resto de los visitantes se desplazan hacia la región del Sudoeste bonaerense (22,8%), la región Buenos Aires (13,6%) y por último el resto de los visitantes se dirigen hacia las regiones Cuyo y Norte (4,5%) respectivamente.

La *estadía promedio de la muestra es de 3,07 noches, en tanto en* los visitantes nacionales es de 3,05 noches y de los internacionales son 3,14 noches. Los datos procesados referidos al tipo *de alojamiento* elegido por los visitantes nacionales reflejan que el (51,4%) no planean alojarse, y de quienes sí deciden hacerlo optan por hoteles 1, 2, 3 estrellas (19,6%), Casa de familiar/ amigo (10,3%), Departamento por alquiler (9,3%), Hotel 4 estrellas (3,8%) y por último Apart Hotel y Hostel (2,8%). En tanto, los visitantes internacionales, la mayoría optó por no alojarse (36,5%), en cambio aquellos que si decidieron hacerlo optaron por alojarse en hoteles 1,2,3 estrellas (22,7%), luego se encuentran aquellos que se alojaron en Casa de familiar/ amigo (18,2%), Departamento por alquiler (13,6%) y finalmente se ubican aquellos que se alojaron en Hostel y en Hotel 4 estrellas (4,5%) respectivamente.

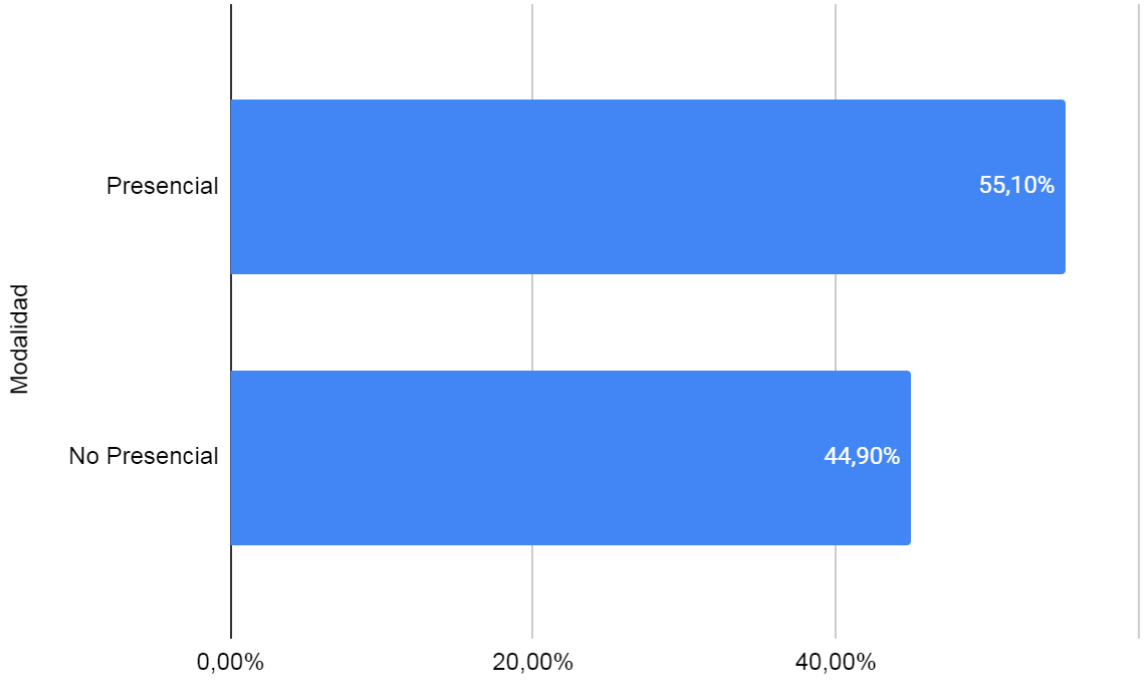
En referencia al *gasto estimado* de los visitantes nacionales, el análisis de los datos refleja que el (72%) refiere realizar un gasto menor a $30.000, mientras que el (15%) realizó un gasto entre $30.000 y $50.000, y por último el (13%) opta por realizar un gasto superior a $50.000. En cambio, en el caso de los visitantes internacionales la mayoría de los visitantes realizó un gasto estimado de menos de $30.000 (63,6%), seguido de aquellos que realizaron un gasto estimado entre $30.000 a 50.000$ (22,7%) y finalmente aquellos que realizaron un gasto estimado de más de $50.000 (13,7%) respectivamente.

En relación al medio de transporte utilizado para arribar al destino en el caso de los visitantes nacionales se destaca que el (72,9%) utiliza el ómnibus, luego el (17,8%) se desplazó en auto particular, seguido de los visitantes que se desplazaron en avión (4,7%), tren (1,9%) y finalmente se ubican aquellos que llegaron por medio de

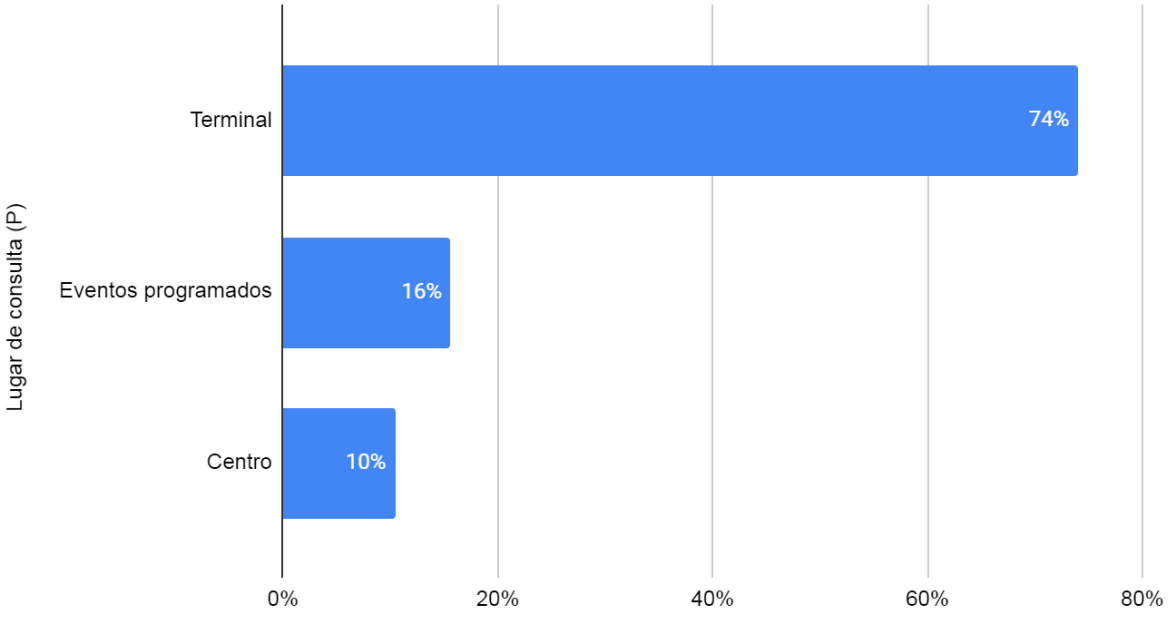
combi, otros medio de transporte y a dedo (0,9%), respectivamente**.** Mientras que en el caso de los visitantes internacionales, la mayoría se desplazó por medio de omnibus (63,6%) y el porcentaje restante se distribuyó equitativamente entre aquellos que se desplazaron por medio de avión y auto particular (18,2%).

Por último, la *información solicitada en los centros de información turística de modo presencial* fue principalmente sobre el plano de Bahía Blanca (62%), seguido de información en general (41.1%), información sobre atractivos (36,4%), información sobre transporte a la región (32,6%), información sobre actividades y informacion sobre transporte urbano (26,4%), actividades programadas por la Dirección de Turismo (20,2%), información sobre alojamiento (12,4%), otras consultas (10,1%), información sobre transporte hacia otras localidades de Argentina (8,5%) y por último información sobre gastronomía (7,8%).

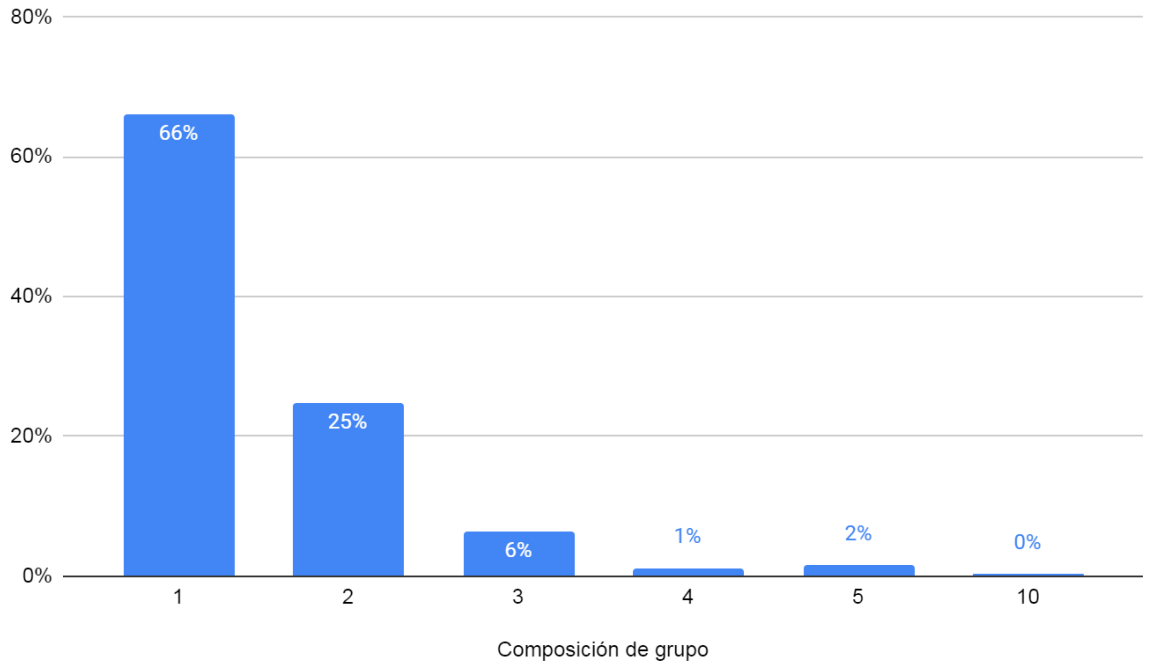
## Informe gráfico



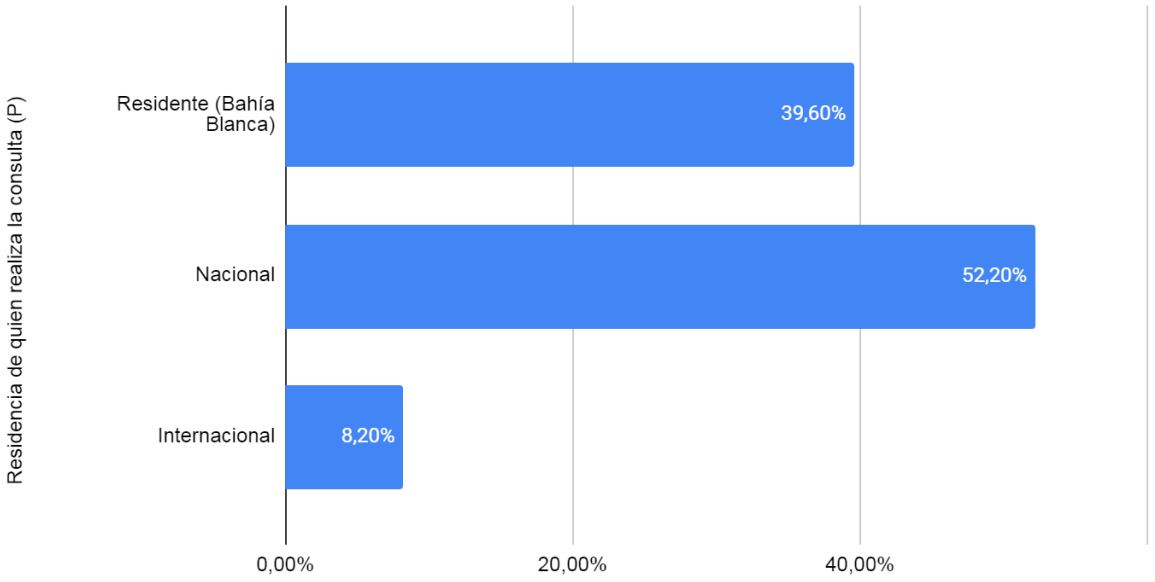

### Lugar de consulta



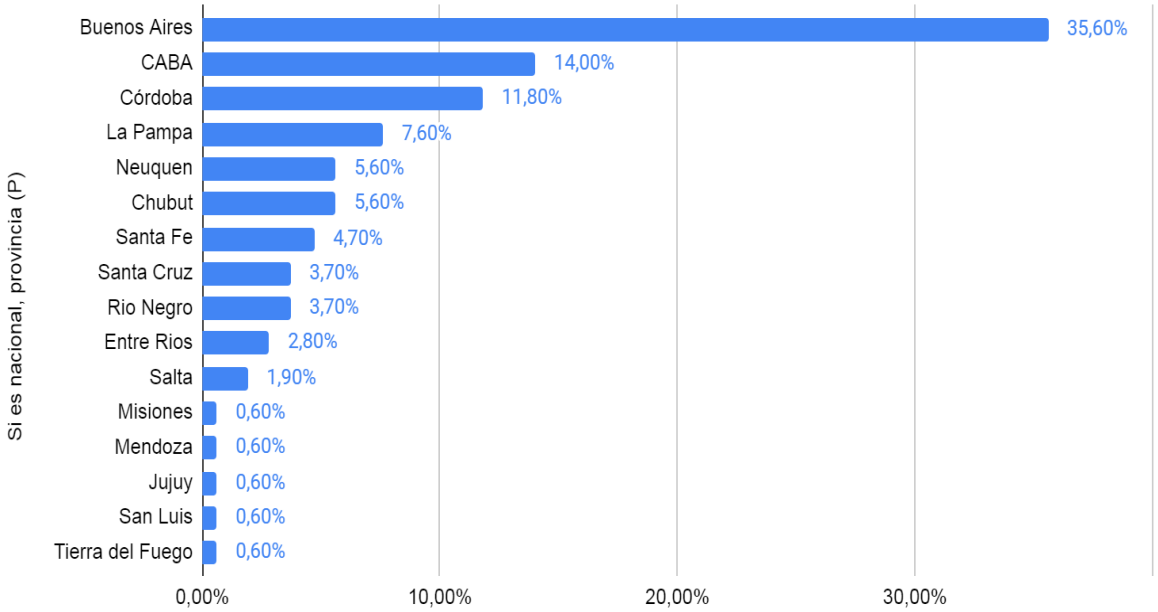
## Composición del grupo



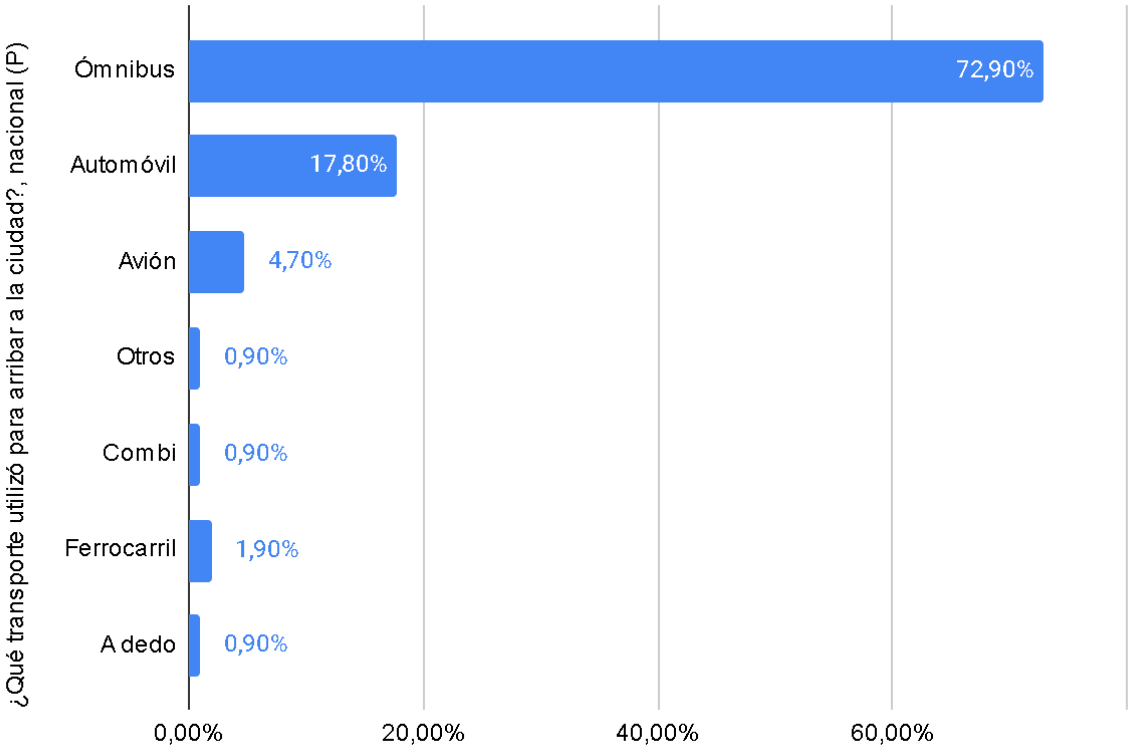

## Residencia habitual



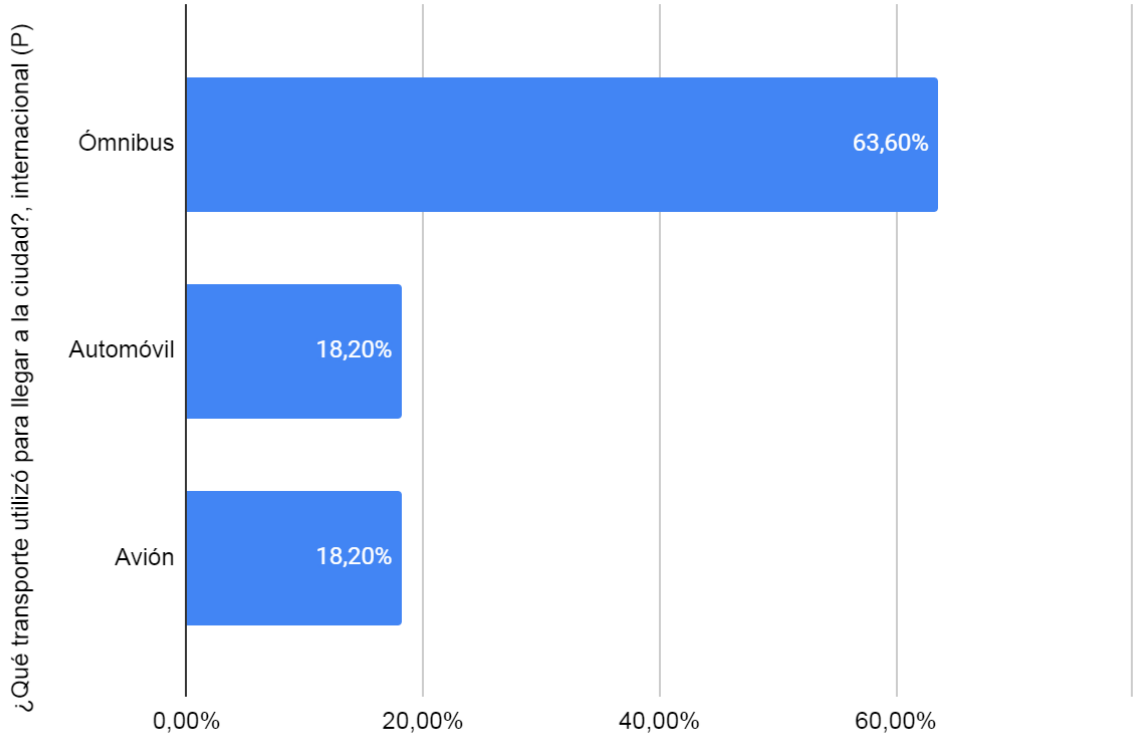
## Provincia emisora de visitantes Nacionales



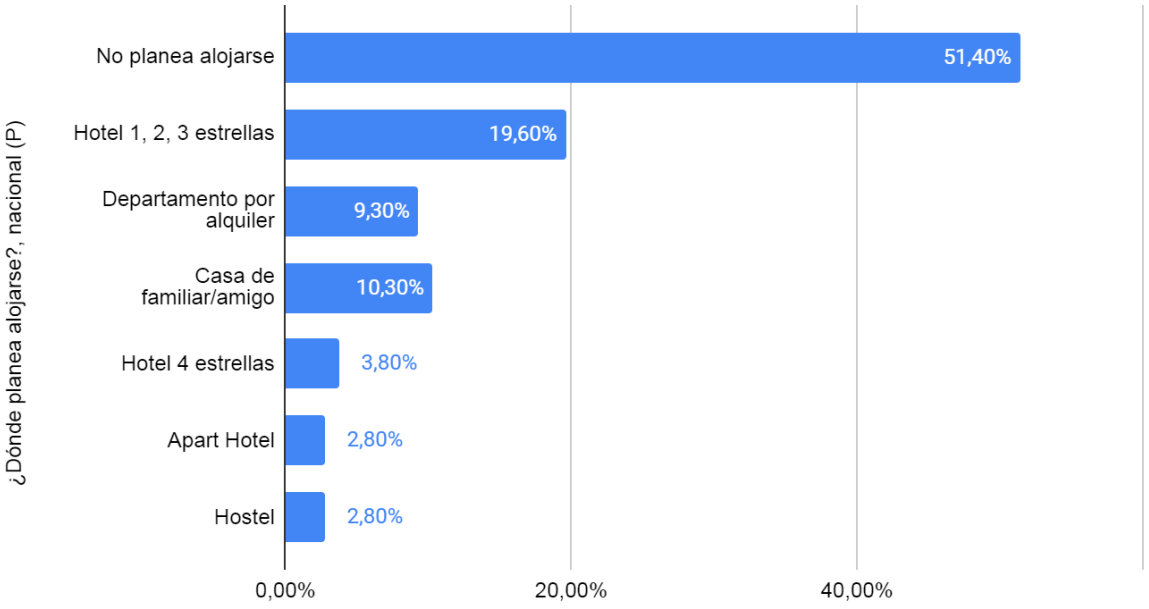

## Transporte que se utilizó el visitante para arribar a la ciudad



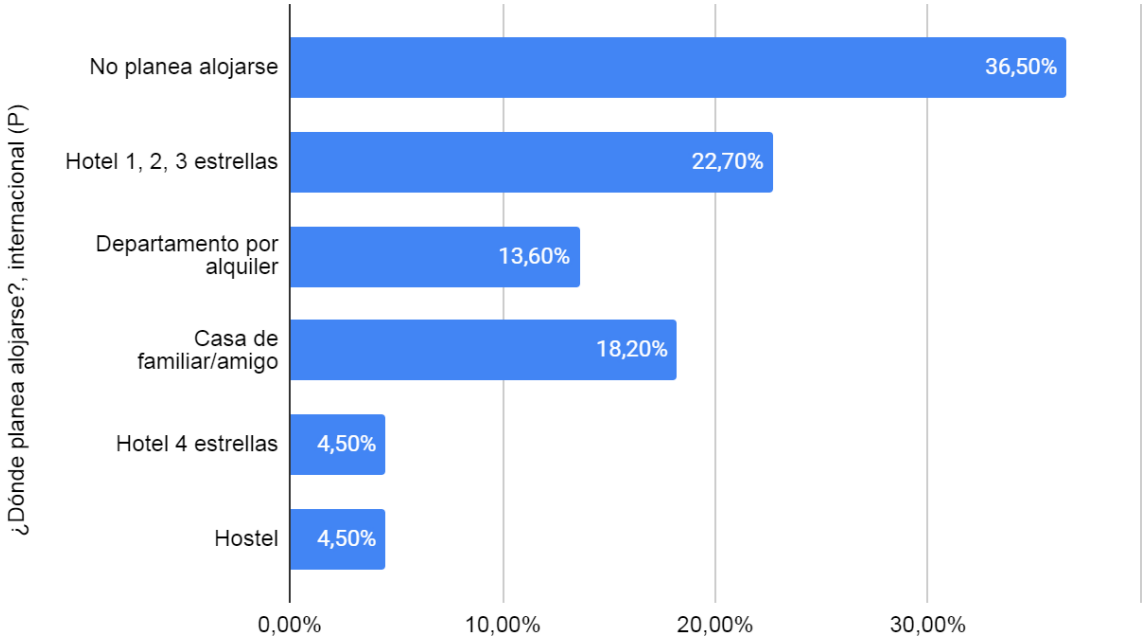

**Transporte utilizado por visitantes internacionales (P)**



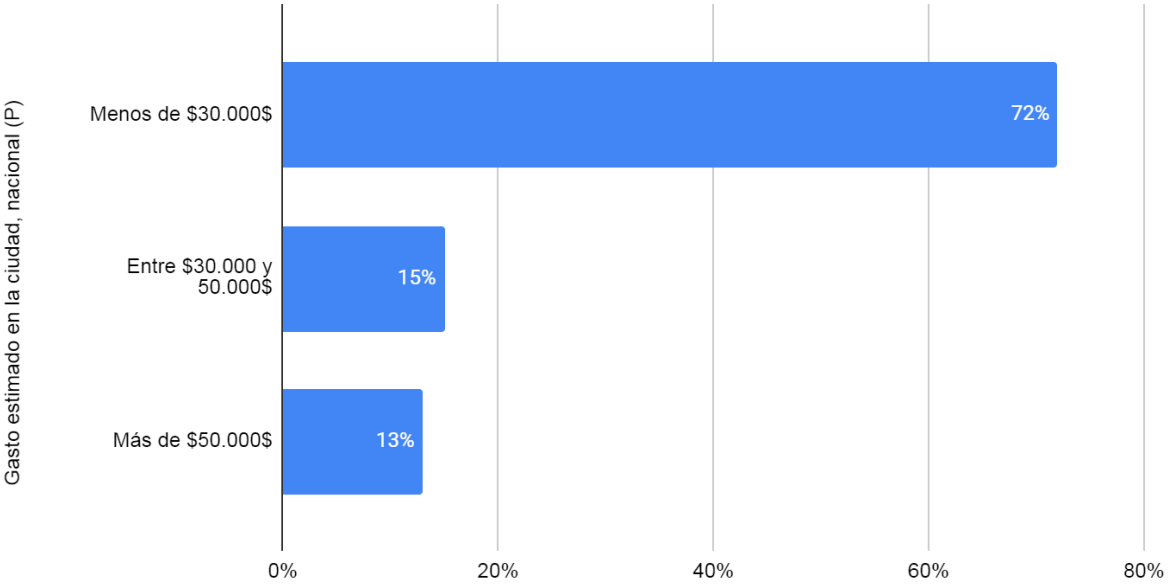

## Tipo de alojamiento de los visitantes nacionales



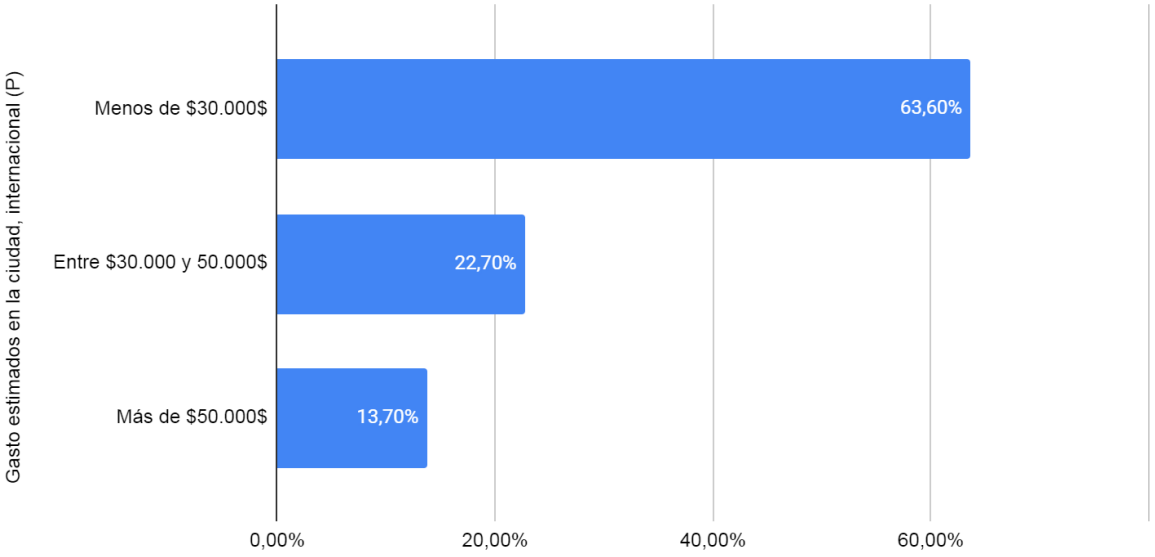
## Tipo de alojamiento Visitantes Internacionales (P)



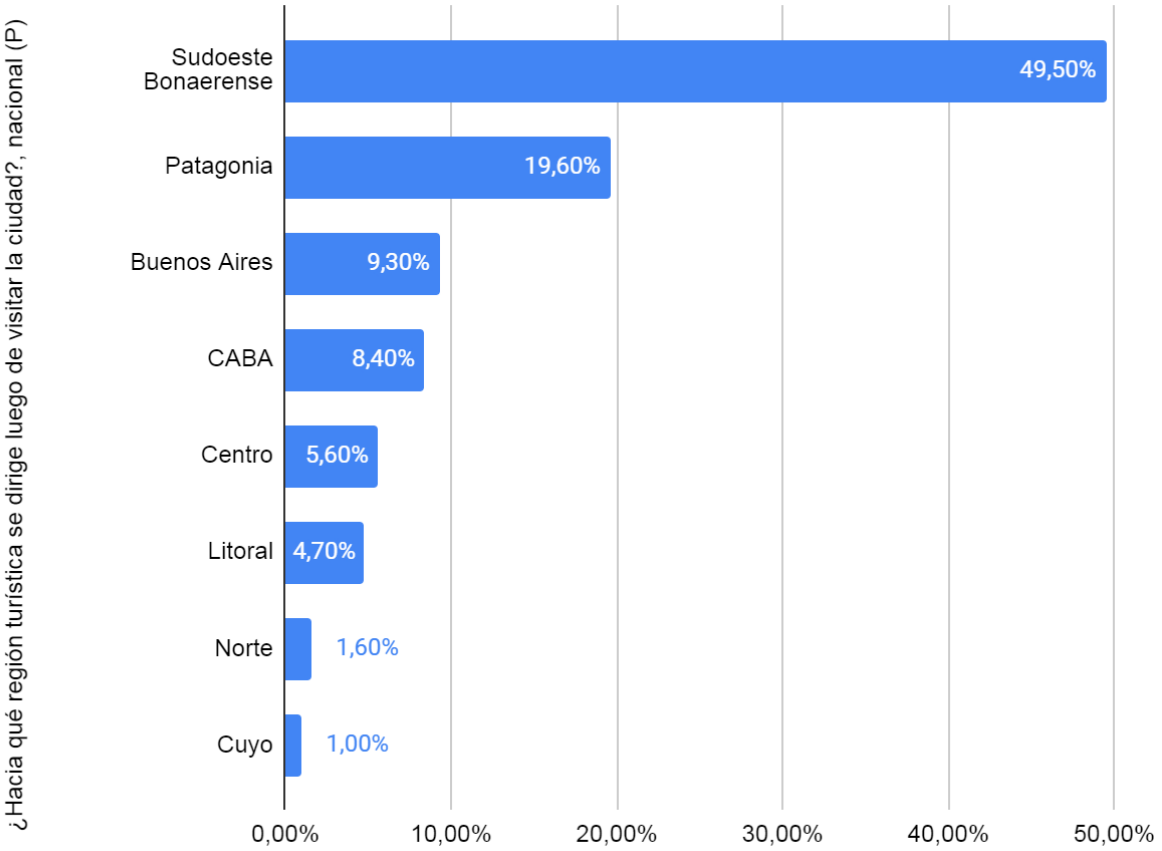

## Gasto promedio Visitantes Nacionales



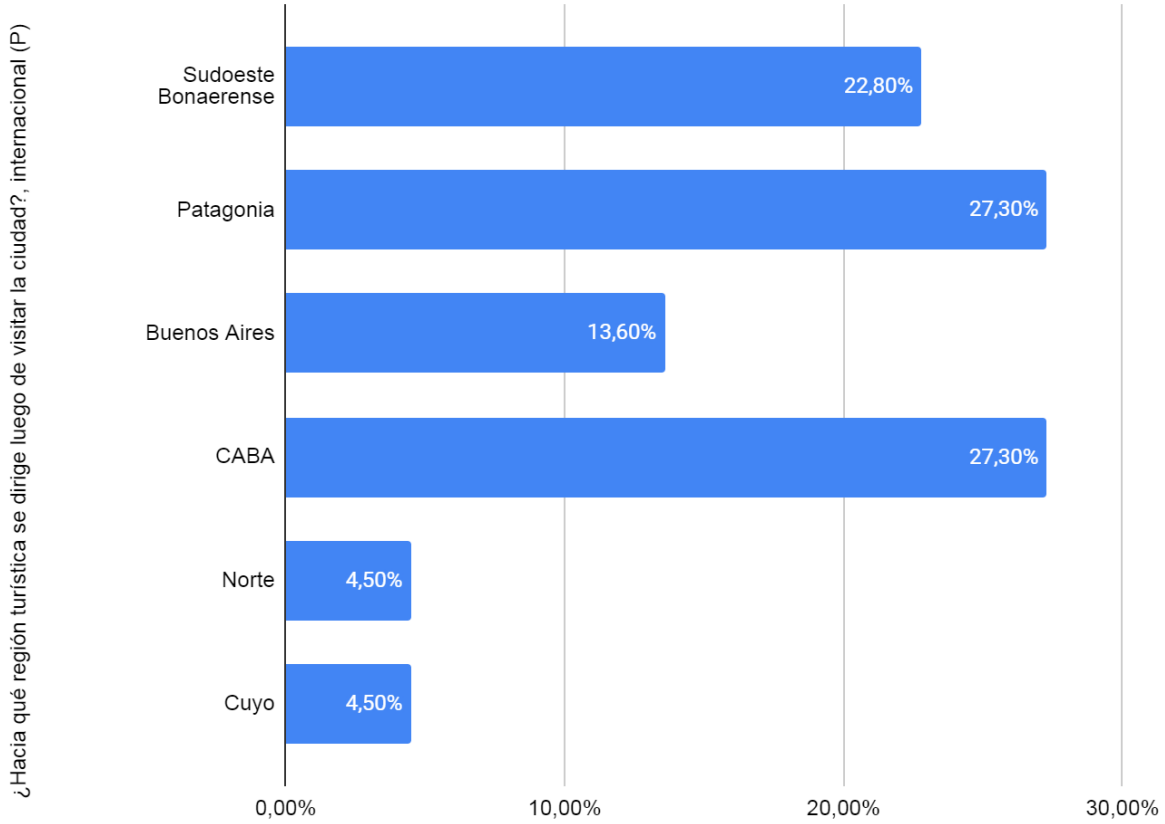
## Gasto estimado de los visitantes internacionales (P)



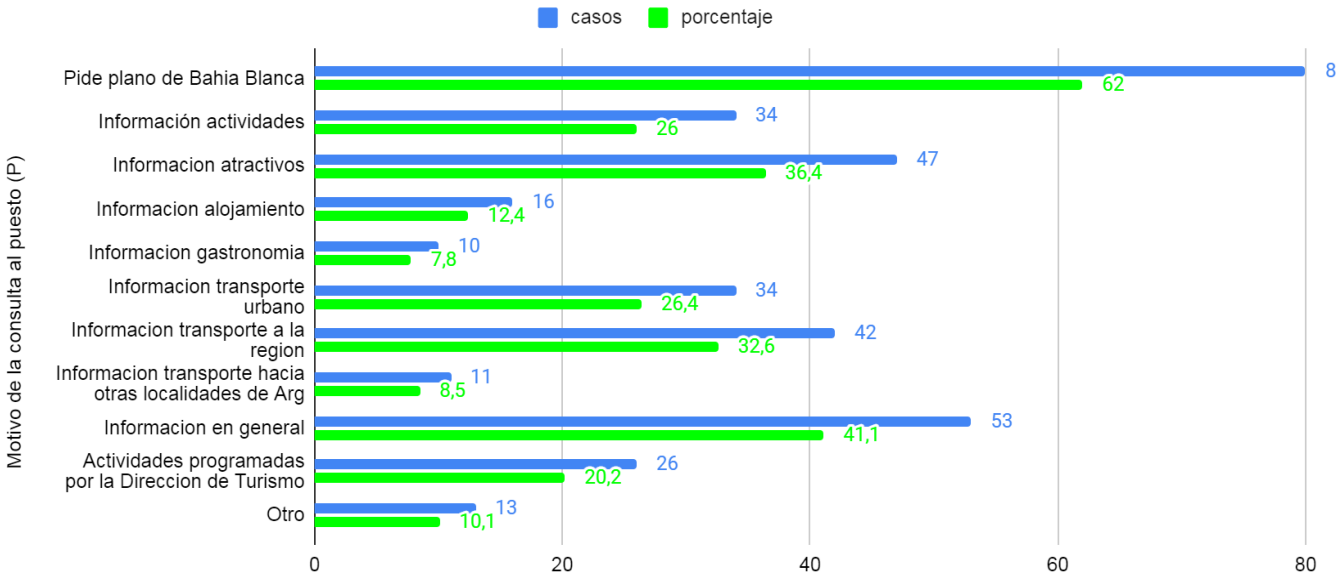

## Región de destino final del viaje de visitantes nacionales



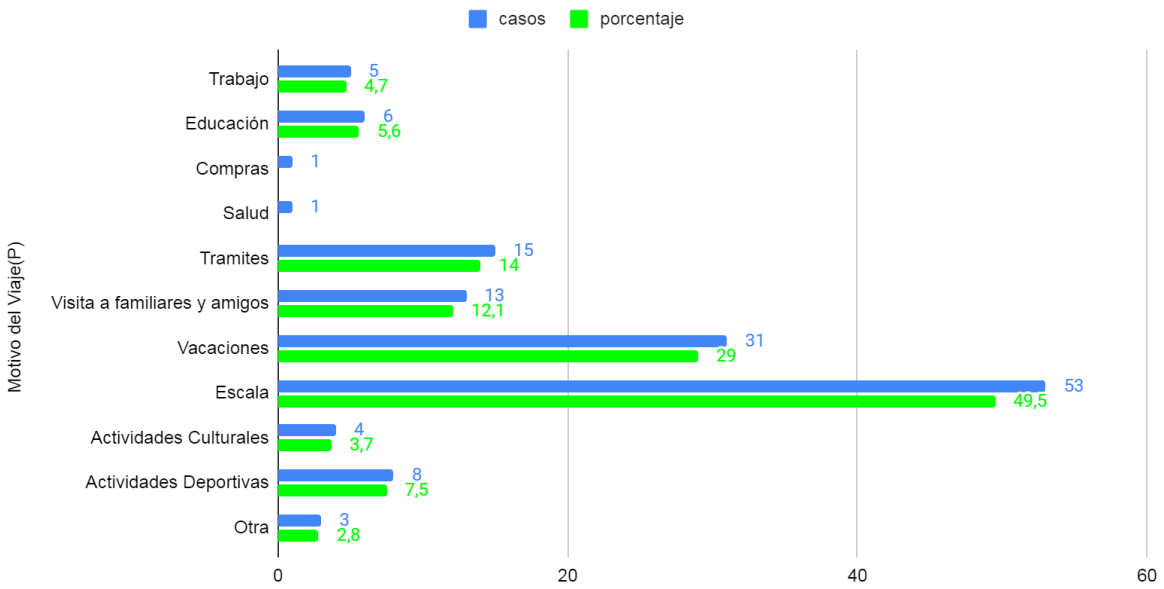

**Región de destino final del viaje de visitantes internacionales**



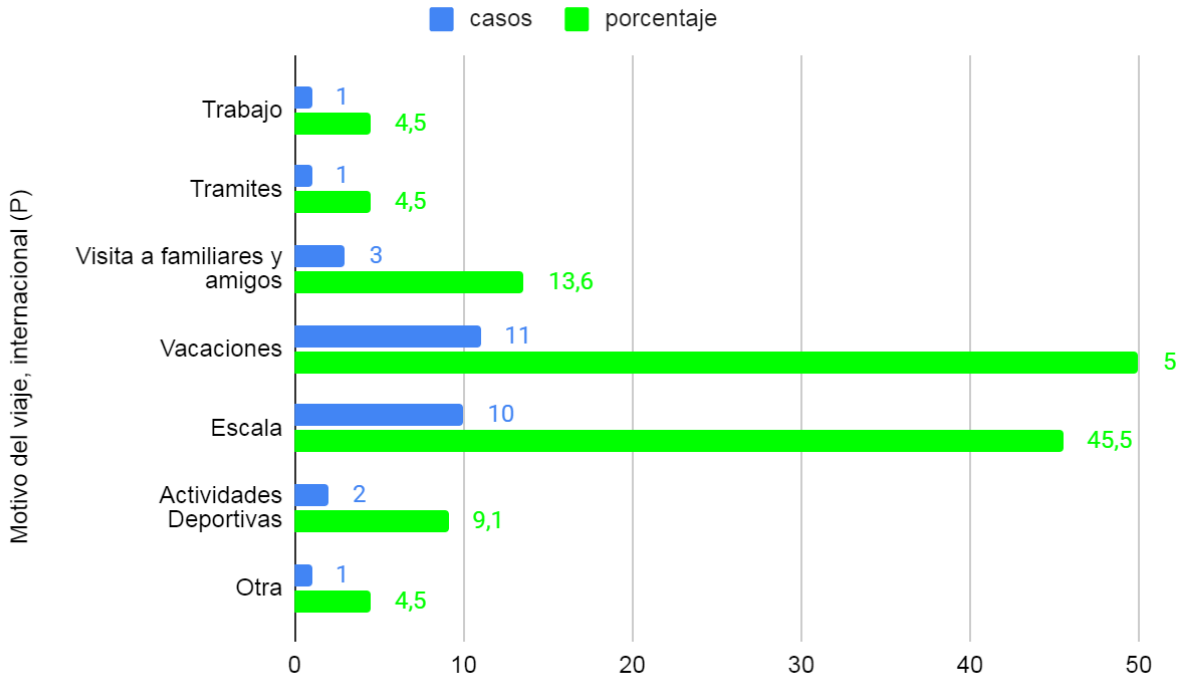

## Motivo de la consulta la puesto de los visitantes nacionales (P)



## Motivo del viaje de los visitantes nacionales (P)




## Motivo del viaje de los visitantes internacionales (P)




**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 los puestos de información turística de la Terminal de Ómnibus Drago 1900 y el Palacio Municipal en Alsina 65 durante el mes de Marzo.

En total se efectuaron (220) encuestas siendo realizadas en su mayoría en el puesto de información turística ubicado en el Hall del Palacio Municipal (60%) y en menor medida en el puesto de información turística de la Terminal de Ómnibus (40%)

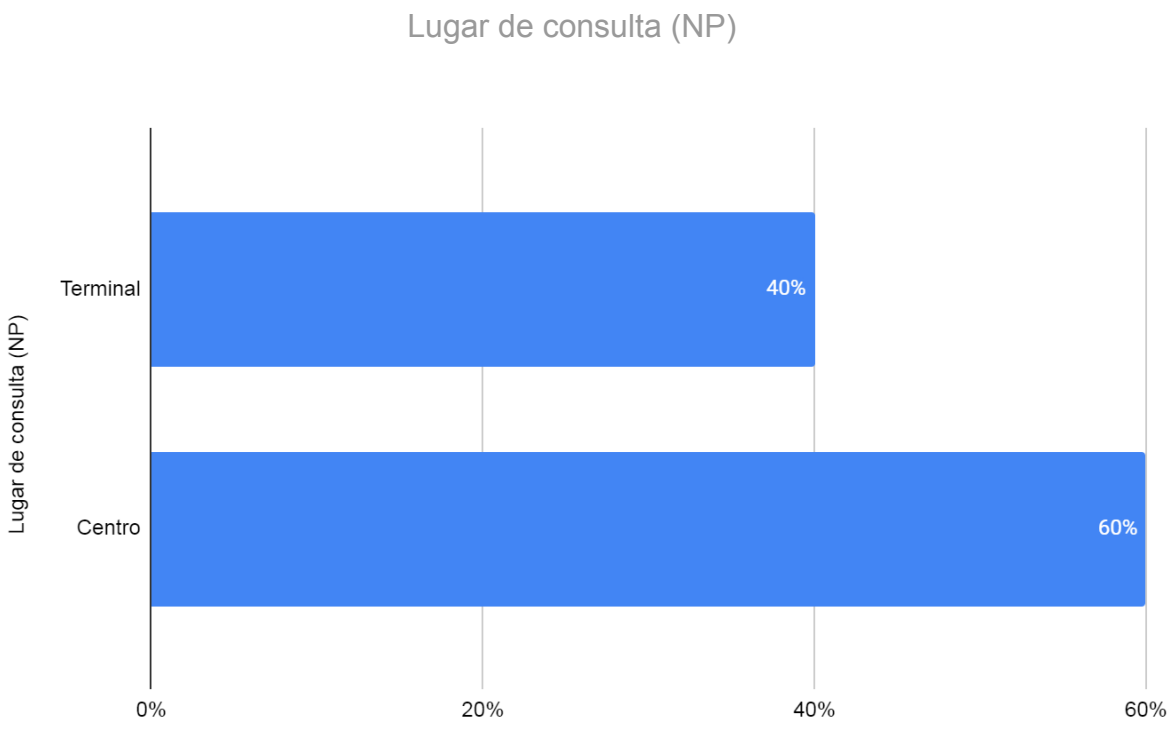
El análisis del *medio utilizado para hacer la consulta* evidencia que (53,6%) de los encuestados realizó las consultas a través de whatsapp, seguido de aquellas consultas que se realizaron a través de un medio telefónico (41,8%), luego aquellos que realizaron consultas a través de email (2,7%) y finalmente las consultas restantes se realizaron a través de las redes sociales (1,9%).

Del total de las encuestas se desprende que (77,3%) de las consultas fueron realizadas por residentes locales, (14%) por residentes nacionales, (7,3%) no se obtuvieron datos, y finalmente el porcentaje de los encuestados restantes (1,4%) fueron efectuadas por residentes internacionales procedentes de Brasil, Chile y Alemania.

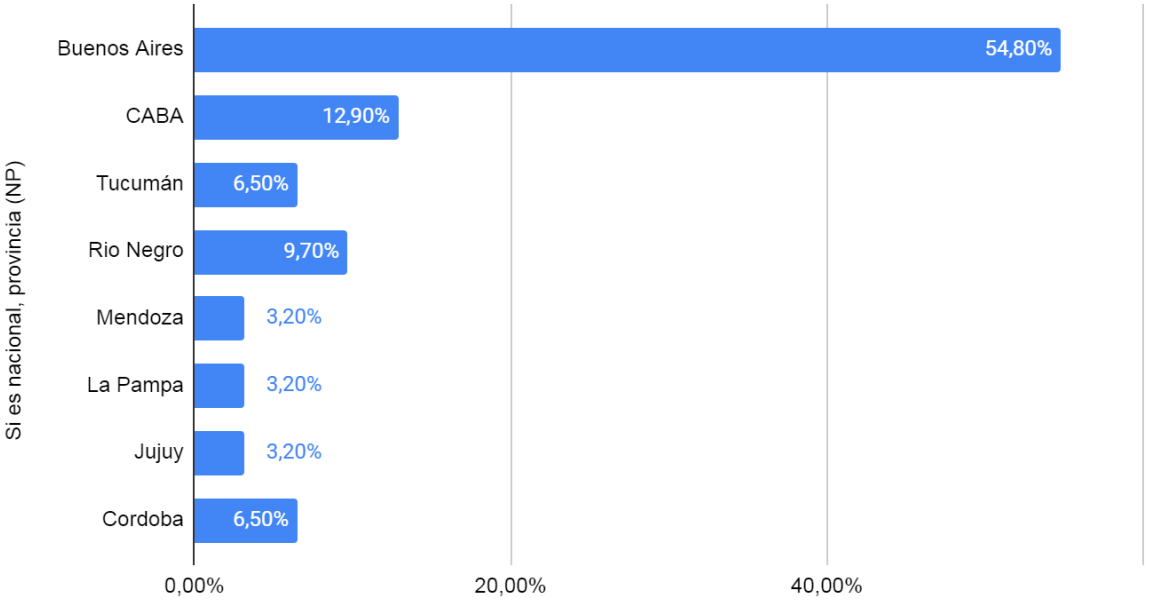
En relación al *lugar de residencia habitual*, se destaca que la mayoría de las consultas realizadas por nacionales fueron de residentes de la provincia de Buenos Aires (54,8%), seguido de aquellos pertenecientes a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (12,9%) luego aquellos residentes de la provincia Rio Negro (9,7%), Tucuman y Cordoba (6,5%), y finalmente aquellos y aquellos pertenecientes a las provincias de Jujuy. La Pampa y Mendoza (3,2%).

Por último, teniendo en cuenta el *motivo principal de la consulta* se destacan aquellos que solicitaron información sobre las actividades programadas por la Dirección de Turismo (42,7%), seguido de aquellos que solicitaron información en general (18,8%), luego aquellos que realizaron otras consultas (16,6%), luego aquellos que solicitaron información sobre transporte hacia otras localidades de Argentina (15,8%), información sobre transporte a la región (11,4%), información sobre actividades (10,2%), información sobre atractivos (6,6%), información sobre el plano de Bahía Blanca (5,5%), información sobre alojamiento (1,4%) y por último información sobre gastronomía y informacion sobre transporte urbano (1,1%)

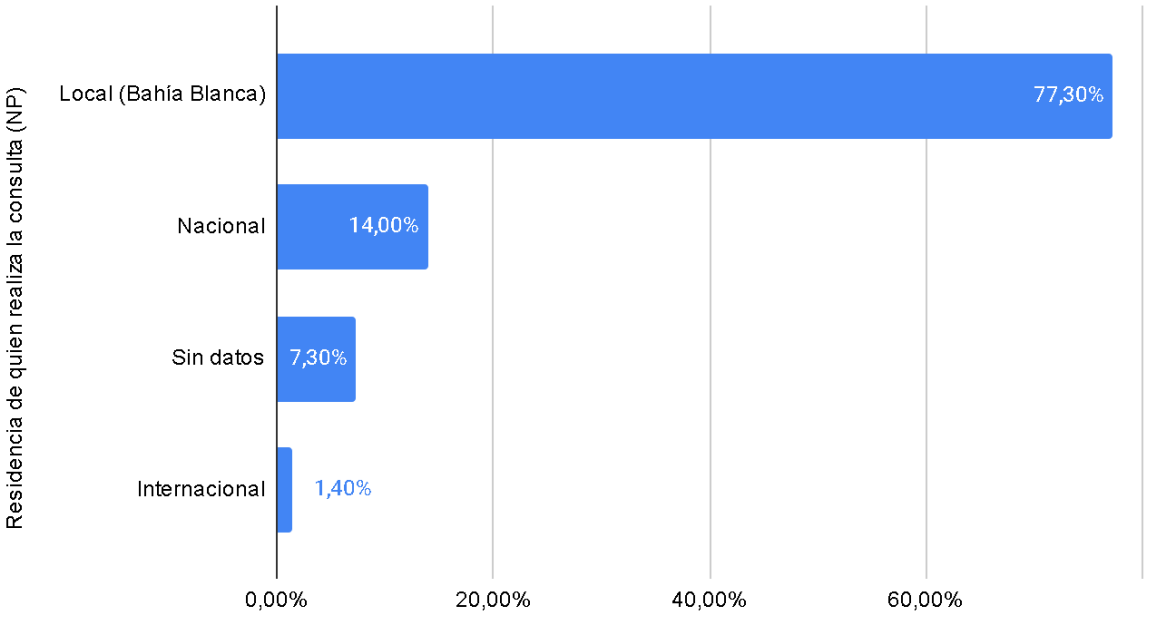
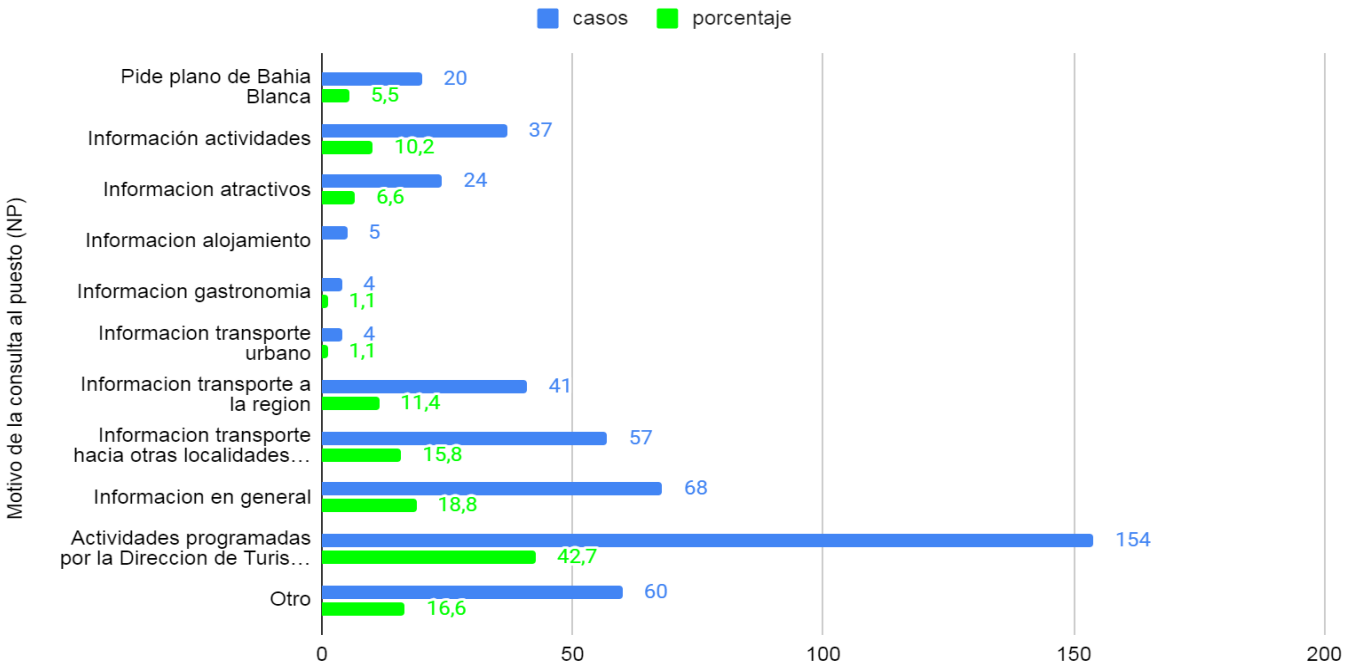
**Informe Gráfico**



## Residencia de quienes realizan la consulta (NP)




## Residencia habitual (NP)



## Motivo de la consulta (NP)