Resumen estadístico febrero 2023

Resumen ejecutivo mes de Febrero 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 Febrero 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 484 encuestas,** de las cuales 55% fueron presenciales y 45% 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 Febrero de modo presencial.

Del total de las encuestas efectuadas (266) se desprende que el (88%) fueron realizadas en la oficina de informes ubicado en la terminal de ómnibus San Francisco de Asís, mientras que el (12%) fueron realizadas en el hall del Palacio Municipal.

Asimismo, en relación a la *residencia habitual* se destaca que el (57,9%) de los visitantes fueron residentes nacionales, (32,7%) fueron residentes de la ciudad de Bahía Blanca, y por último un (9,4%) se trataron de visitantes internacionales procedentes de Chile, Colombia, Estados Unidos, Francia, Italia, Paraguay, República Dominicana, Sudáfrica, Venezuela, Alemania , Bolivia, Brasil y Canadá respectivamente. Se observa también que los turistas nacionales provienen principalmente de la Provincia de Buenos Aires (31,5%), Neuquen (11,7%), Cordoba (11%), Ciudad Autónoma de Buenos Aires (10,4%), Rio Negro (8,4%), Santa Fe (7,8%), Tucuman (3,9%), Mendoza (3,2%), seguidos de las provincias de Chubut y La Pampa (2,6%), luego las provincias de Tierra del Fuego, Santa Cruz y San Juan (1,3%) y por ultimo las provincias de Catamarca, Entre Rios, Jujuy, Salta y San Luis (0,6%) respectivamente.

En su mayoría las personas viajan solas (59%) y en menor medida en grupos de dos (25,9%), tres personas (10,2%), cuatro personas (1,5%), cinco personas (3%) y siete personas (0,4%), respectivamente.

En relación al *motivo principal por el cual los visitantes se desplazan*, se observa que los nacionales refieren a escala (59,7%), vacaciones (44,8%), visita a familiares y amigos (18,8%), trámites (8,4%), compras (6,5%), actividades culturales (5,2%), por trabajo (4,5%), por motivos de salud (3,9%), otras consultas (3,2%) y por último

por motivo de educacion (1,9%). En cambio, los motivos principales por los cuales los visitantes internacionales se acercan a la ciudad son por vacaciones (60%), seguido de escala (44%), actividades culturales (16%), seguido de visita a familiares y amigos (12%), trabajo (8%) y finalmente por motivo educacion (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 (61,7%), seguido de la Región Patagonia (11,7%), seguido de la región Buenos Aires (9,1%), luego la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (7,1%), las regiones Centro y Norte (3,9%), y por último las regiones Litoral y Cuyo (1,3%). Mientras que en el caso de los visitantes internacionales, se distribuyeron equitativamente entre los turistas que se dirigieron hacia las regiones Patagonia,Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Sudoeste bonaerense (28%), mientras que el resto de los visitantes se desplazan hacia la región Buenos Aires (12%) y por último el resto de los visitantes se dirige hacia la región Norte (4%) respectivamente.

La *estadía promedio de la muestra es de 3,48 noches, en tanto en* los visitantes nacionales es de 3,60 noches y de los internacionales son 3,05 noches. Los datos procesados referidos al tipo *de alojamiento* elegido por los visitantes nacionales reflejan que el (55,8%) no planean alojarse, y de quienes sí deciden hacerlo optan por hoteles 1, 2, 3 estrellas (12,3%), Casa de familiar/ amigo (11,7%), Departamento por alquiler (10,4%),, Hostel (6,5%), Apart Hotel (2,6%) y por último, Hotel 4 estrellas (0,7%). En tanto, los visitantes internacionales, la mayoría optó por alojarse en hoteles 1,2,3 estrellas (44%), luego se encuentran aquellos que optaron por no alojarse (24%), seguido por (12%) Departamento por alquiler y Hostel, y finalmente aquellos que optaron por alojarse en Casa de familiar/ amigo y en Hotel 4 estrellas (4%) respectivamente.

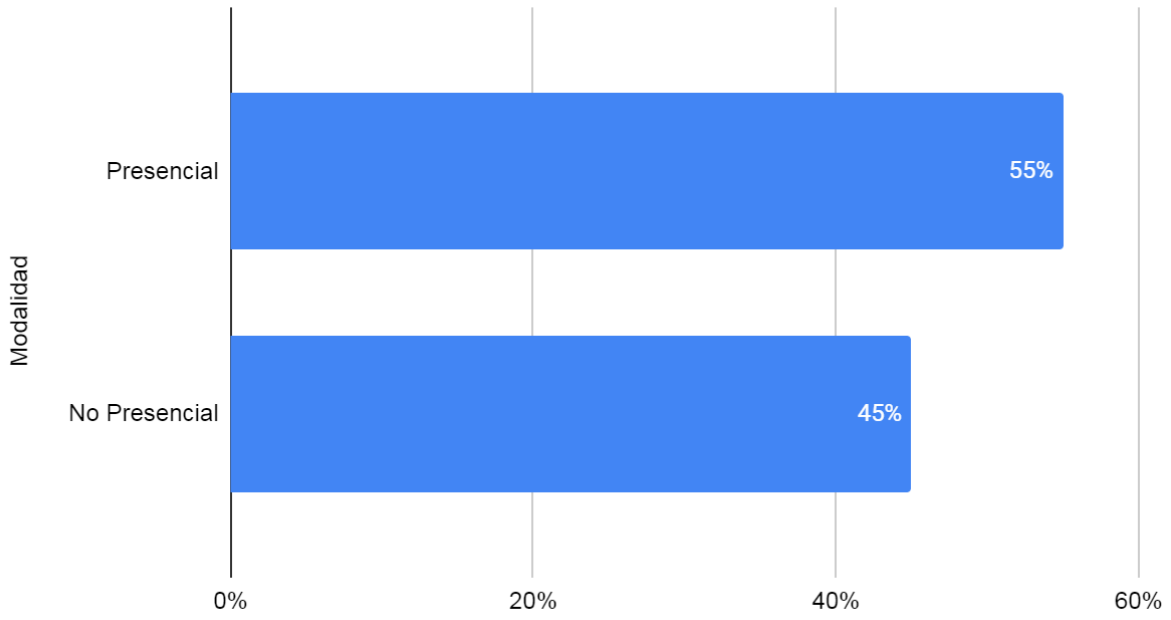
En referencia al *gasto estimado* de los visitantes nacionales, el análisis de los datos refleja que el (71,4%) refiere realizar un gasto menor a $30.000, mientras que el (17,6%) realizó un gasto entre $30.000 y $50.000, y por último el (11%) opta por realizar un gasto superior a $50.000. En cambio, en el caso de los visitantes internacionales la mayoría de los visitantes realizó un gasto estimado de menos de $30.000 (60%), seguido de aquellos que realizaron un gasto estimado entre $30.000 a 50.000$ (32%) y finalmente aquellos que realizaron un gasto estimado de más de $50.000 (8%) respectivamente.

En relación al medio de transporte utilizado para arribar al destino en el caso de los visitantes nacionales se destaca que el (81,8%) utiliza el ómnibus, luego el (13,6%) se desplazó en auto particular, seguido de los visitantes que se desplazaron en combi (3,2%), y finalmente se ubican aquellos que llegaron por medio de avión (1,4%), respectivamente**.** Mientras que en el caso de los visitantes internacionales, la mayoría se desplazó por medio de omnibus (84%), luego se ubican aquellos

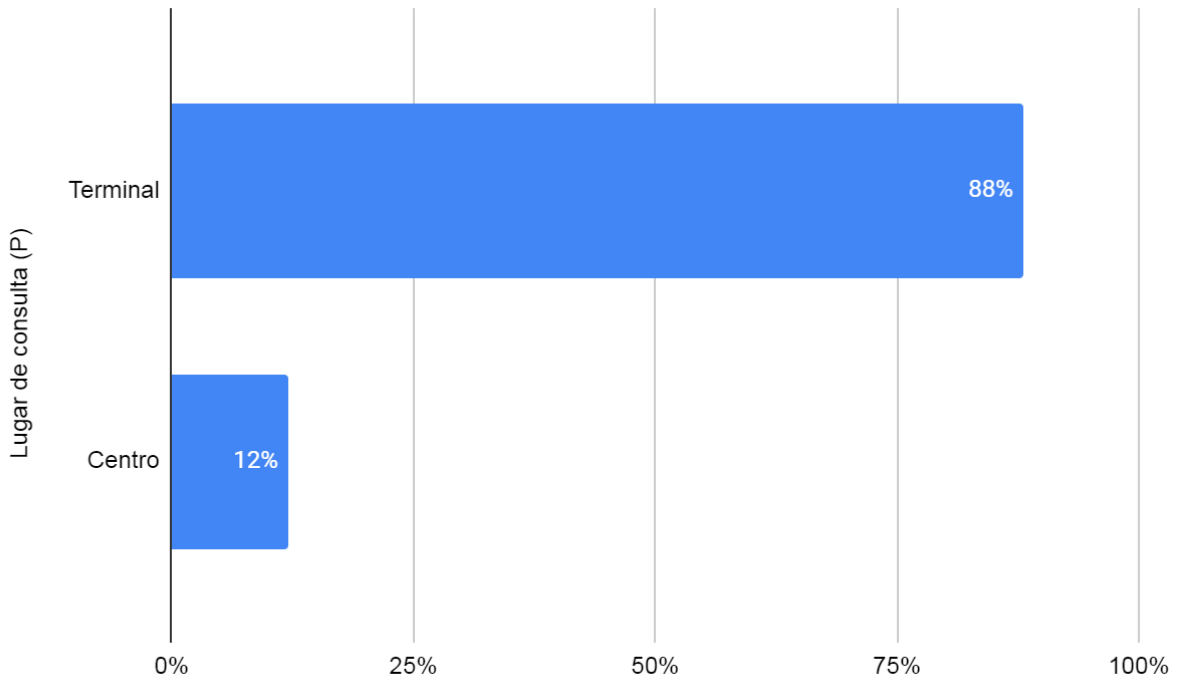
visitantes que se desplazaron por medio de auto particular (12%) y finalmente aquellos que se movilizaron en avión (4%).

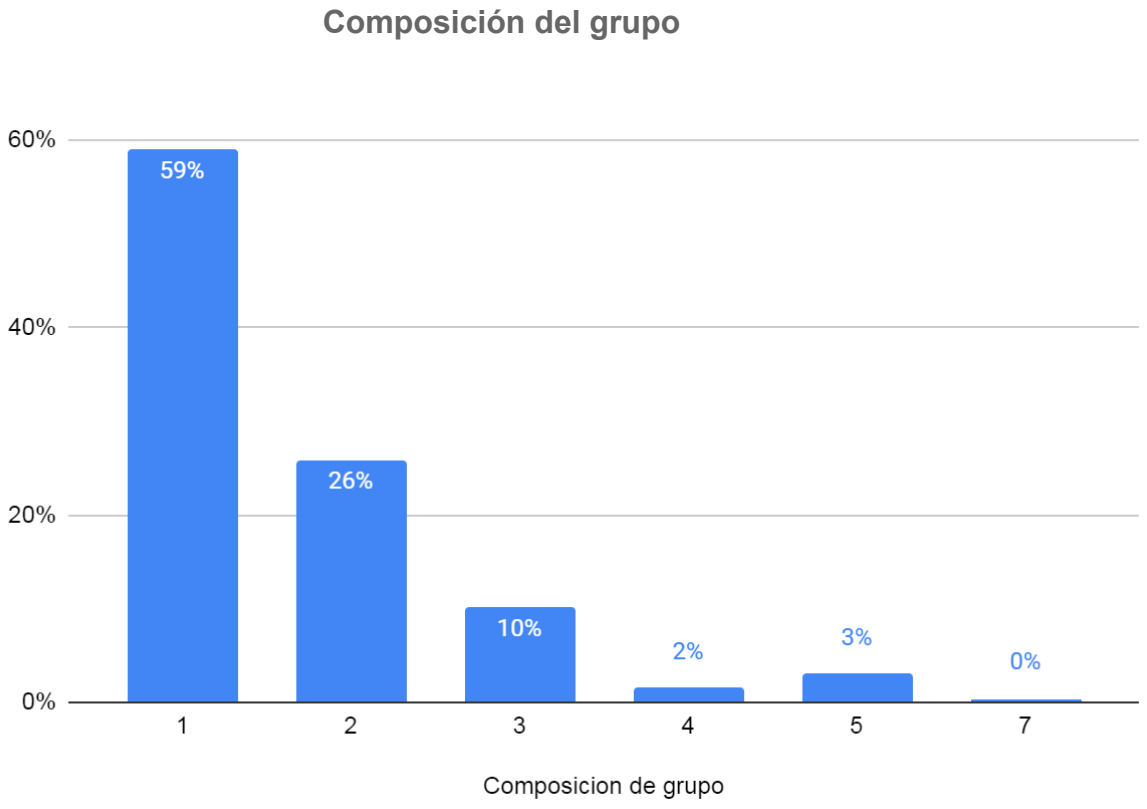
Por último, la *información solicitada en los centros de información turística de modo presencial* fue principalmente sobre el plano de Bahía Blanca (53,1%), seguido de información en general (47.5%), información sobre transporte a la región (40,8%), información sobre atractivos (34,6%), información sobre transporte urbano (27,4%), información sobre actividades (24,6%),otras consultas (16,2%), información sobre transporte hacia otras localidades de Argentina (15,1%), Actividades programadas por la Dirección de Turismo (12,8%), información sobre gastronomía (9,5%), y por último información sobre alojamiento (8,4%).

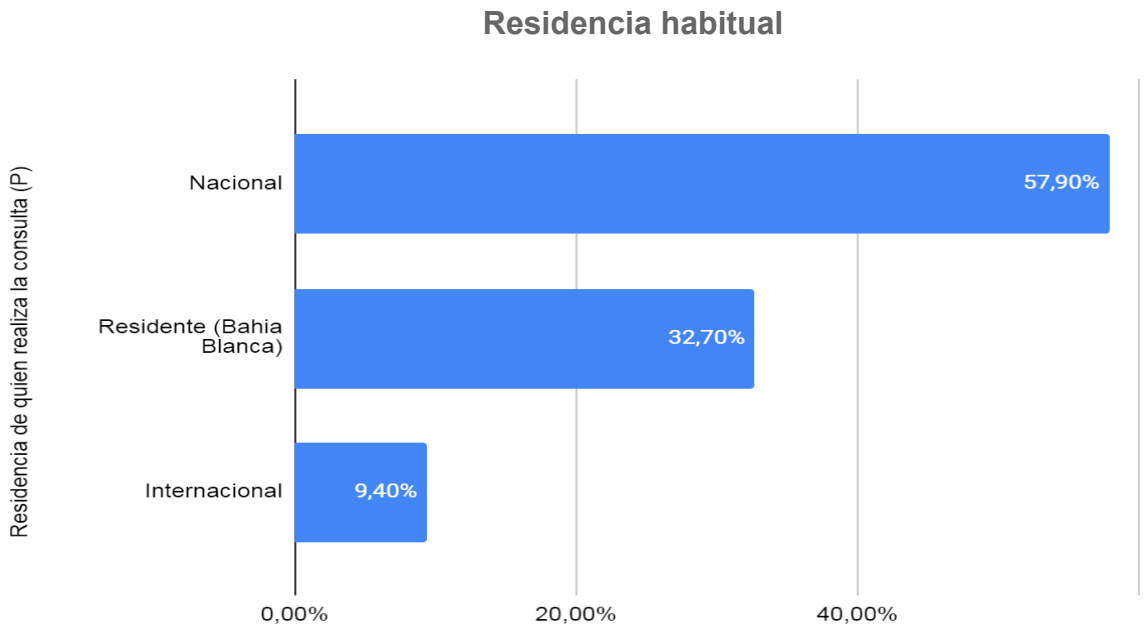
Informe gráfico



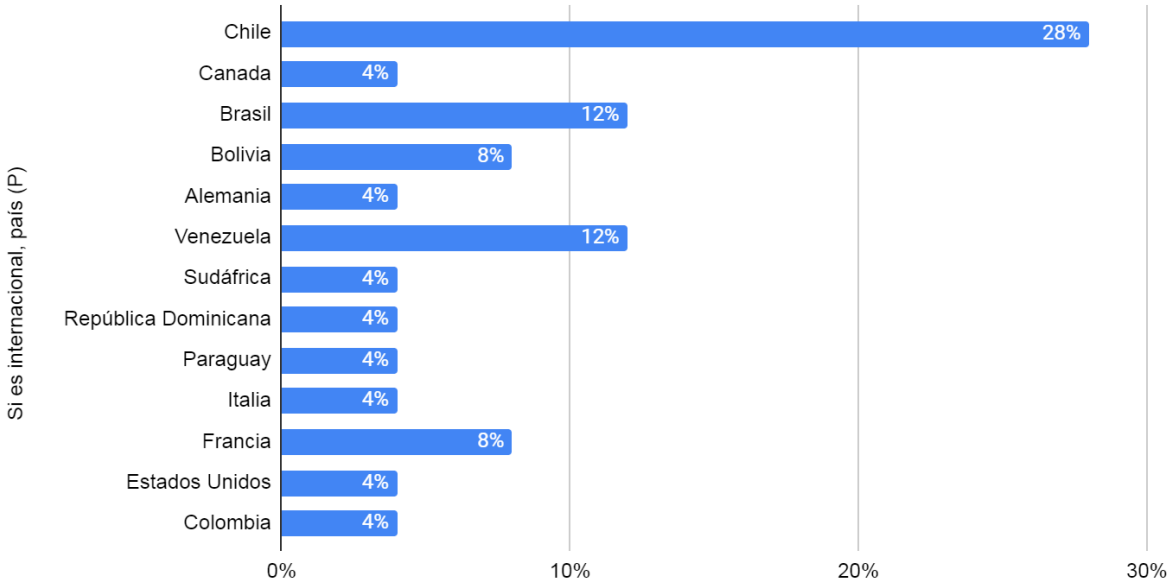
Lugar de consulta



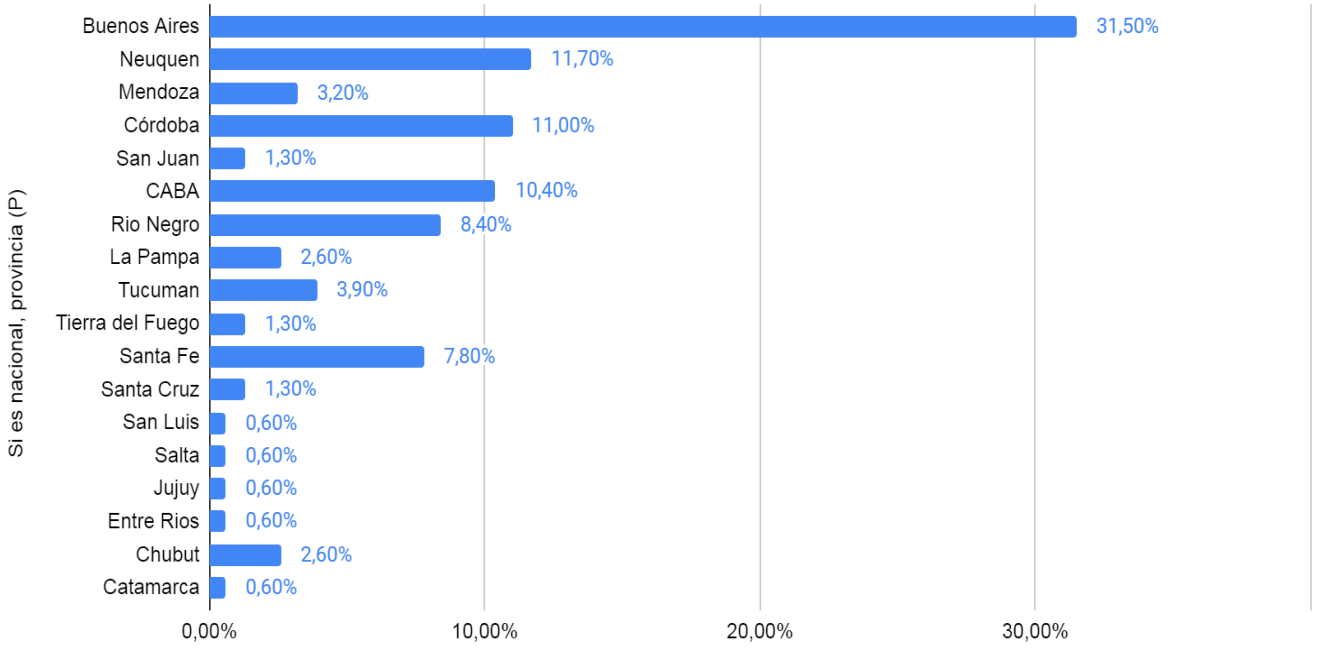

Composición del grupo
60%
40%
20%
0%
59%
26%
10%
2%
3%
0%
1
2
3
4
5
7
Composicion de grupo


Residencia habitual
Residencia de quien realiza la consulta (P)
Nacional
Residente (Bahia Blanca)
Internacional
57,90%
32,70%
9,40%
0,00%
20,00%
40,00%

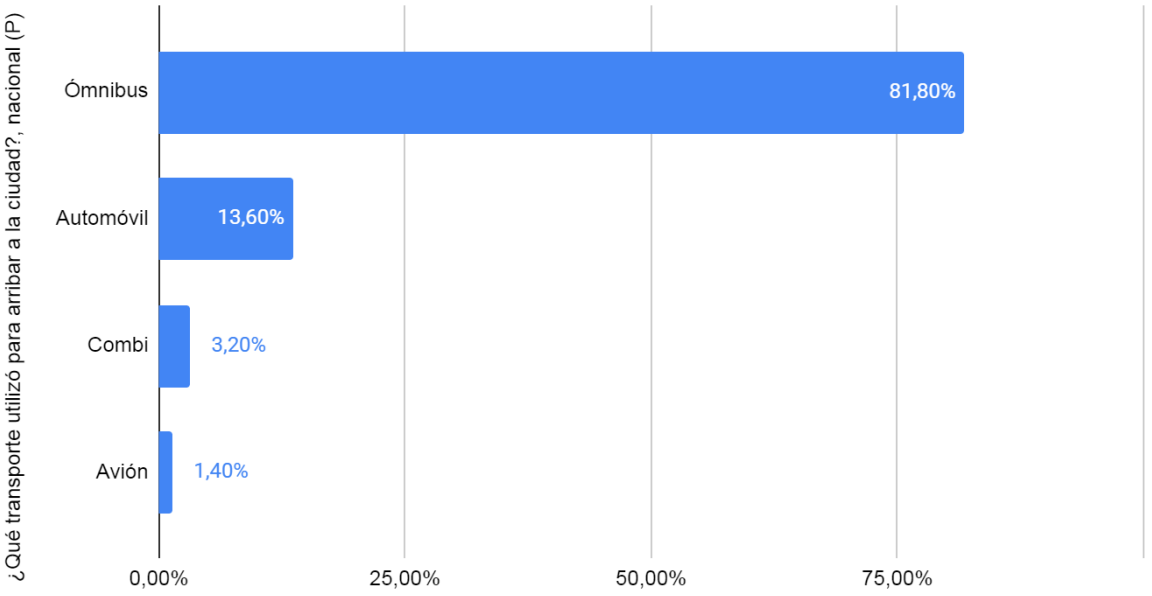
País de residencia de visitantes Internacionales



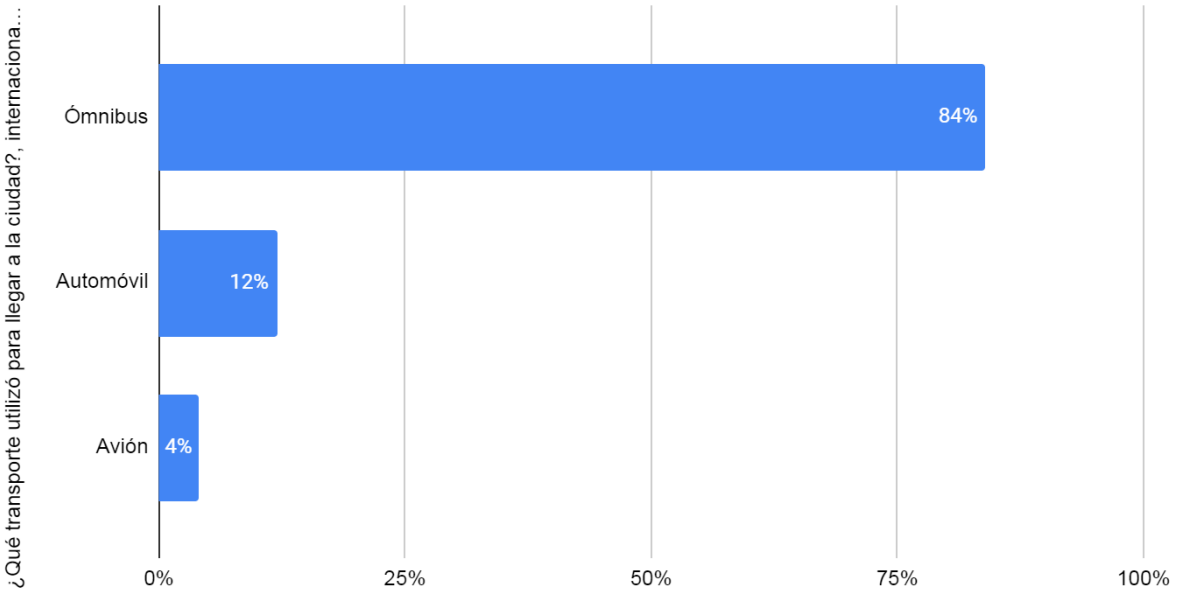
Provincia emisora de visitantes Nacionales



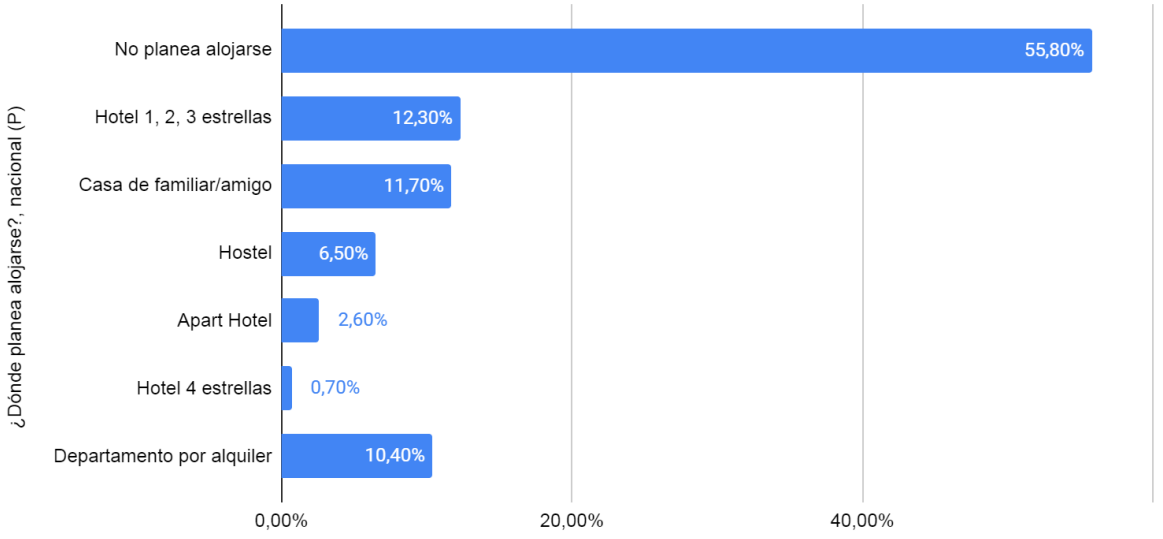
Transporte que se utilizó el visitante para arribar a la ciudad



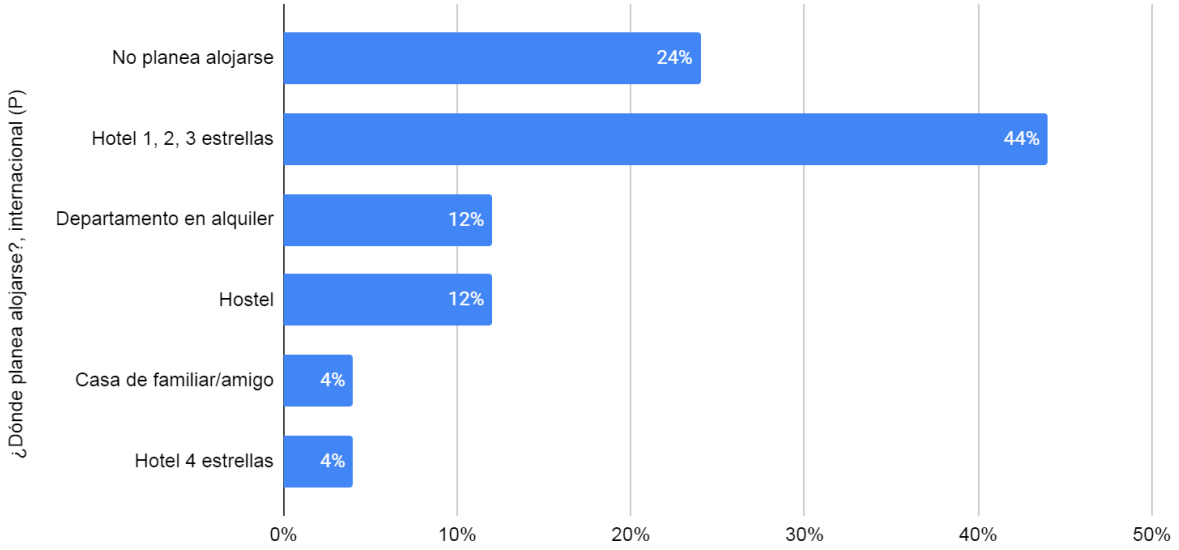
Transporte utilizado por visitantes internacionales (P)



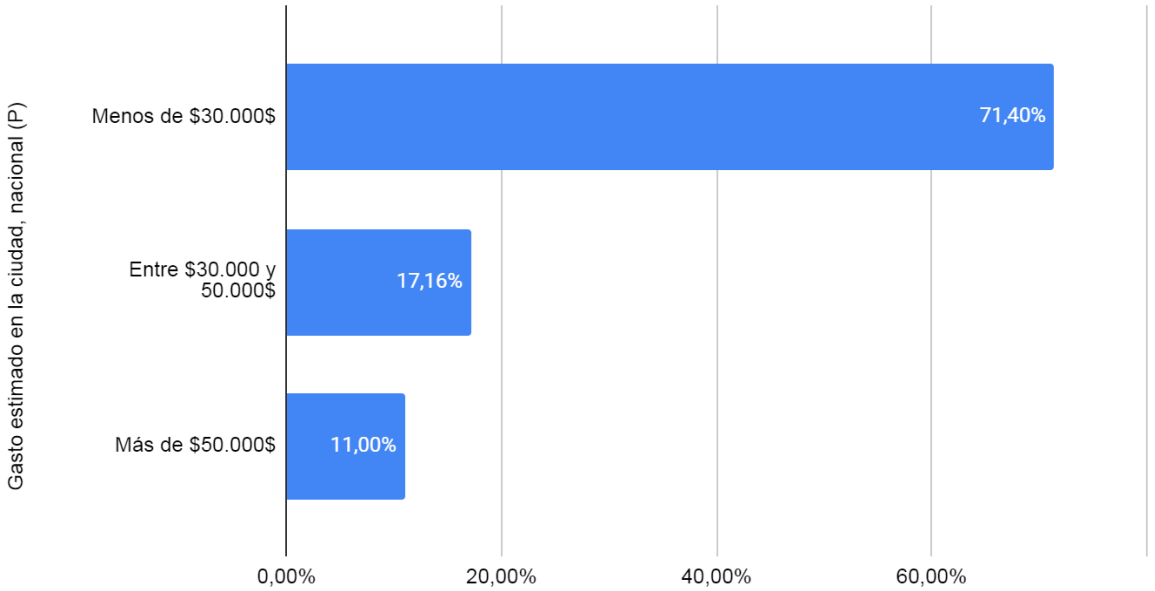
Tipo de alojamiento de los visitantes nacionales



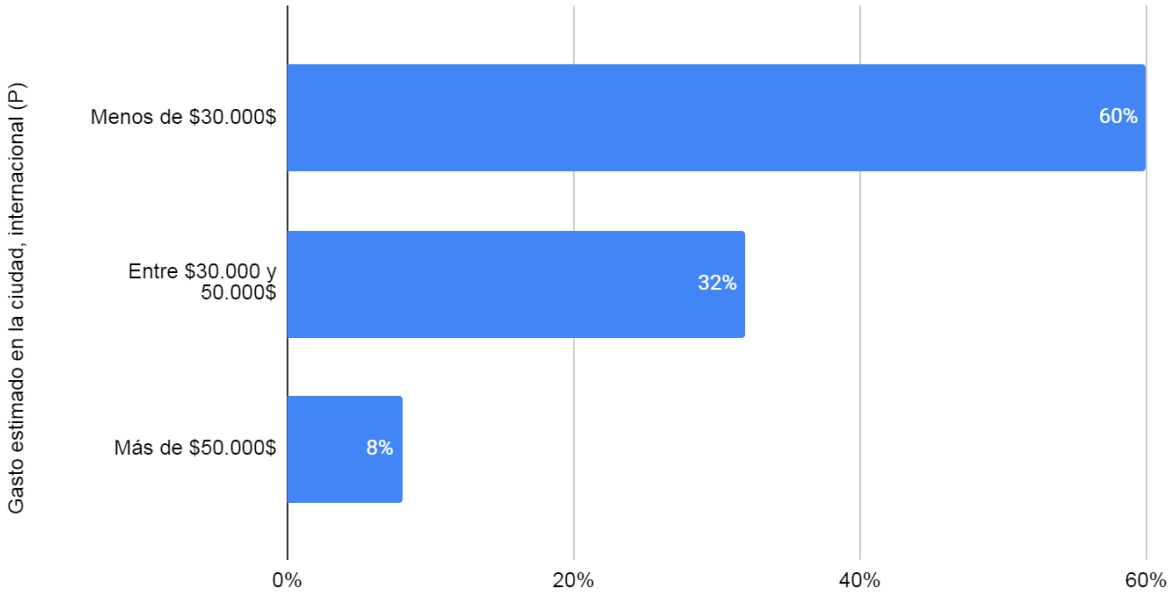
Tipo de alojamiento Visitantes Internacionales (P)



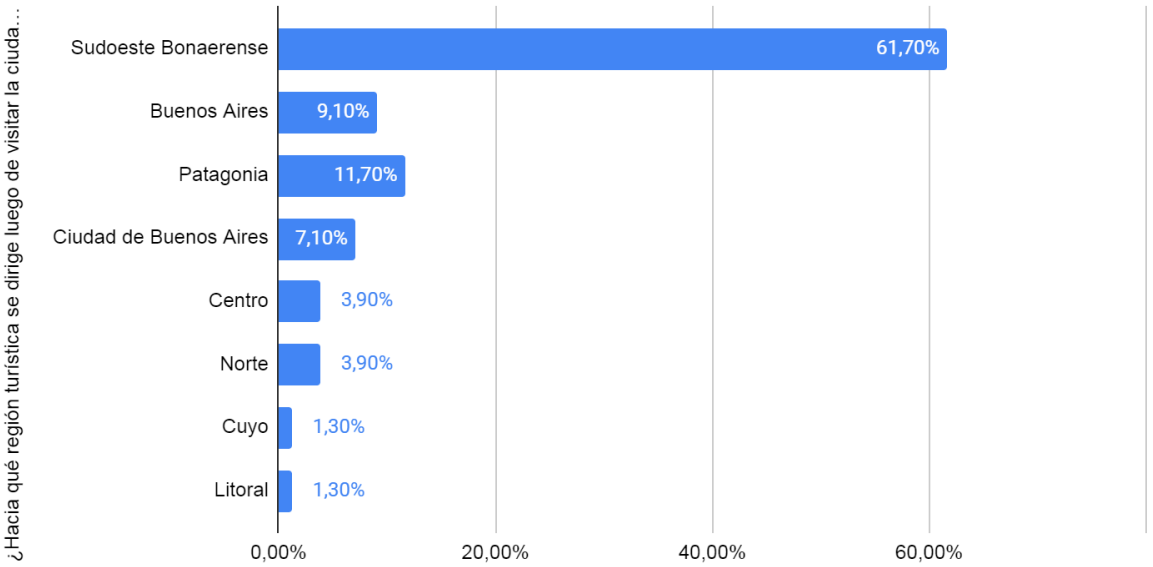
Gasto promedio Visitantes Nacionales



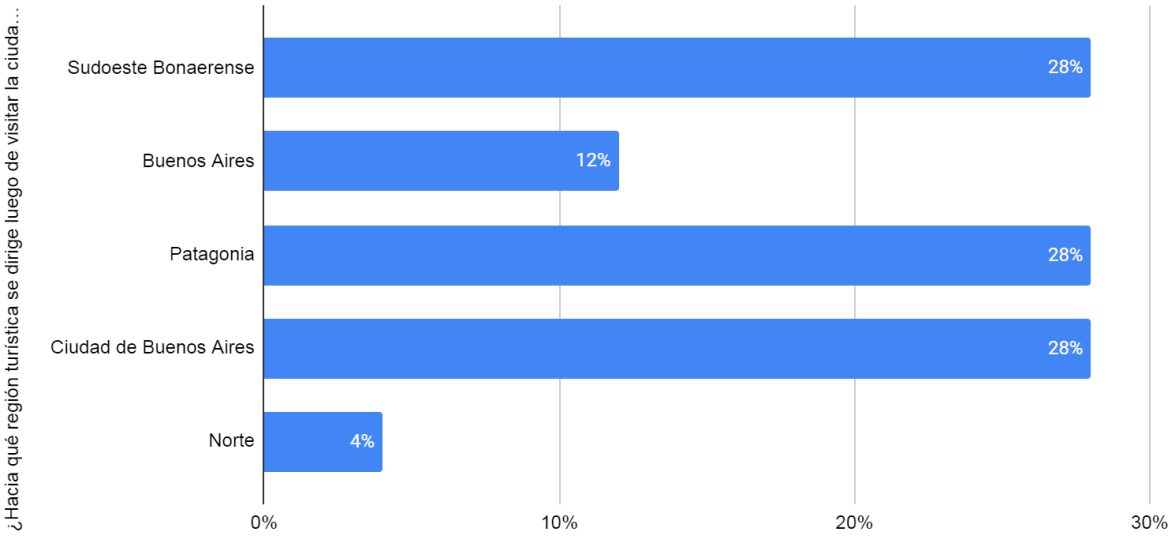
Gasto estimado de los visitantes internacionales (P)



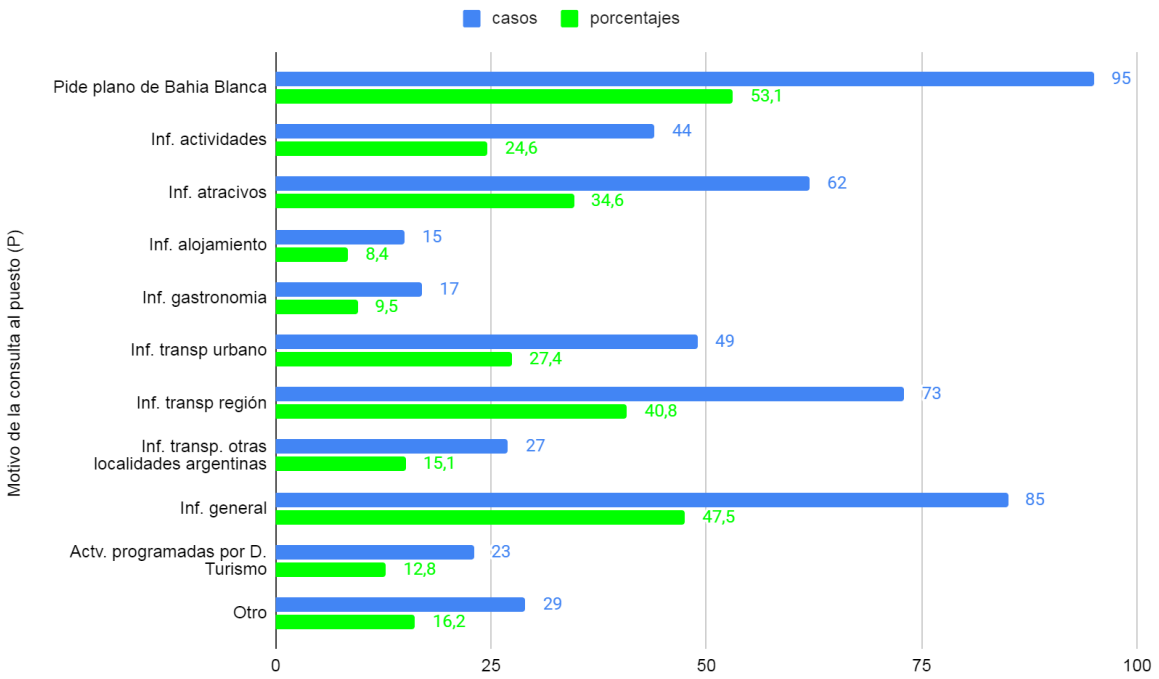
Región de destino final del viaje de visitantes nacionales



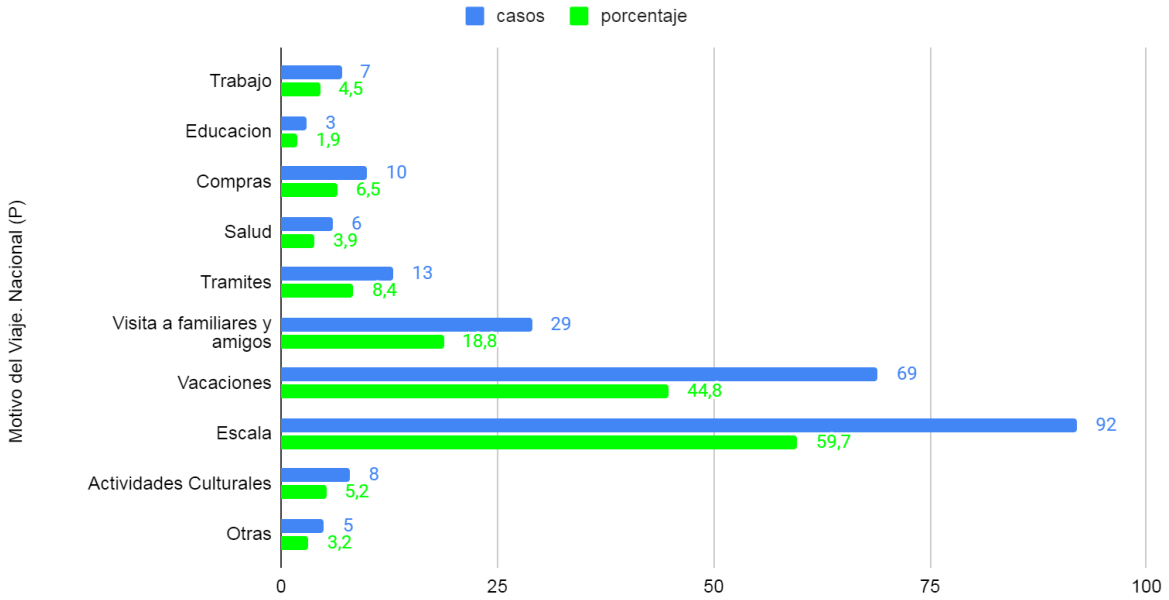
Región de destino final del viaje de visitantes internacionales



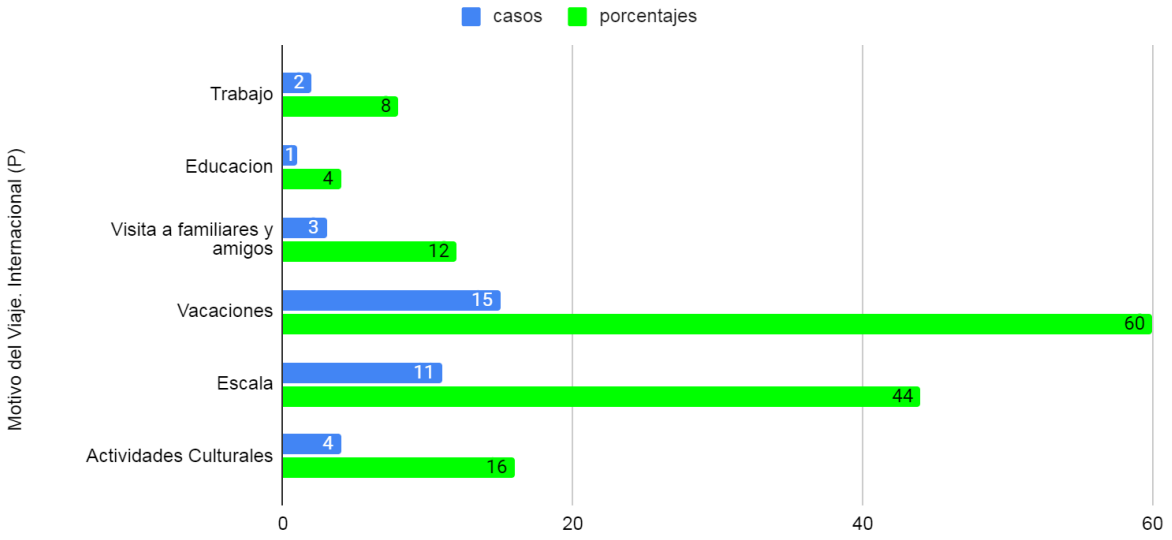
Motivo de la consulta la puesto de los visitantes nacionales (P)



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 Febrero.

En total se efectuaron (218) encuestas siendo realizadas en su mayoría en el puesto de información turística ubicado en el Hall del Palacio Municipal (65,6%) y en menor medida en el puesto de información turística de la Terminal de Ómnibus (34,4%)

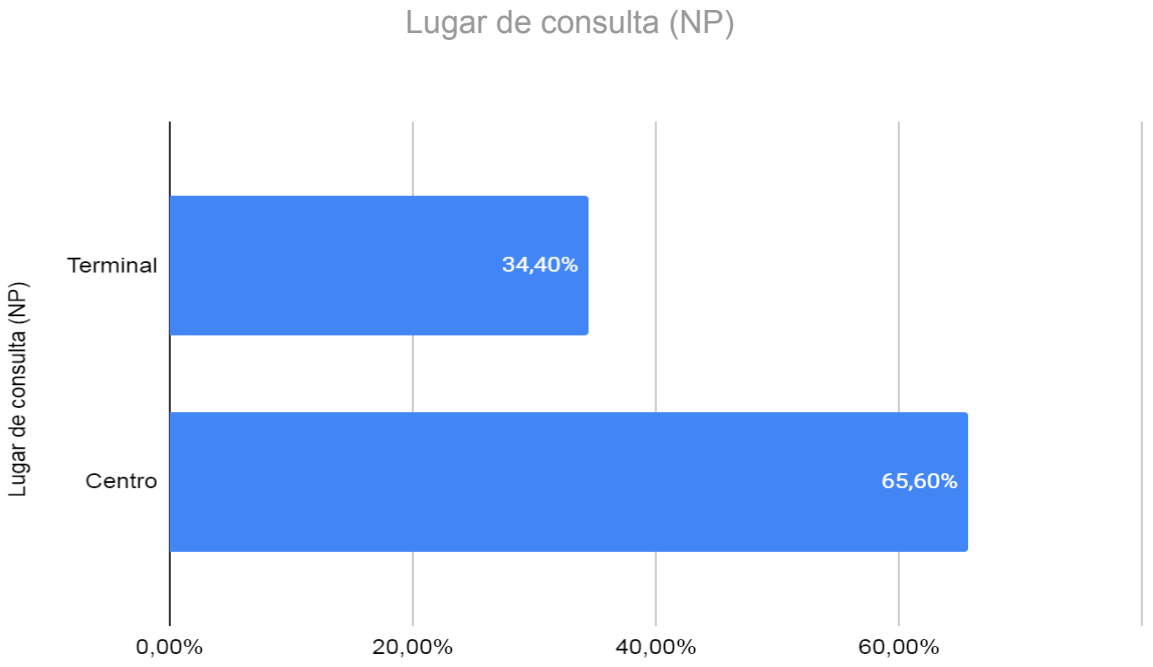
El análisis del *medio utilizado para hacer la consulta* evidencia que (57,8%) de los encuestados realizó las consultas a través de whatsapp, seguido de aquellas consultas que se realizaron a través de un medio telefónico (34,4%), luego aquellos que realizaron consultas a través de las redes sociales (5%) y finalmente (2,8%) de las consultas restantes se realizaron a través de email.

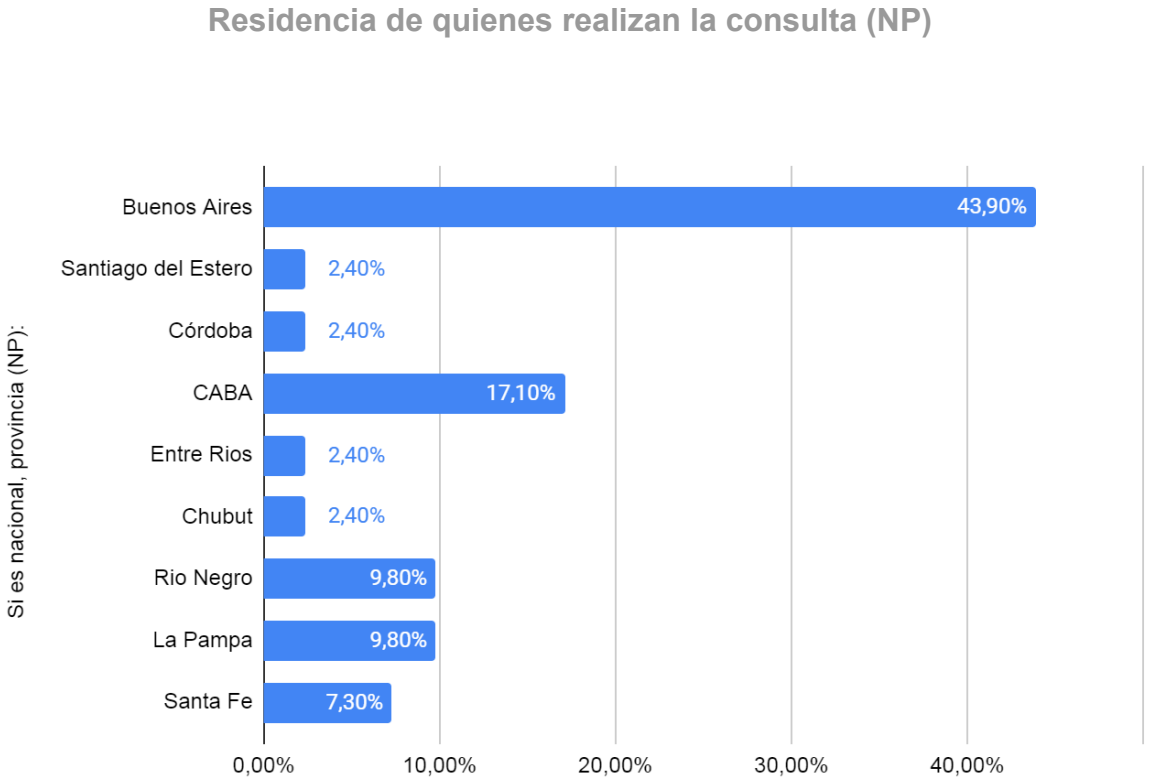
Del total de las encuestas se desprende que (73,4%) de las consultas fueron realizadas por residentes locales, (18,8%) de los encuestados fueron efectuadas por residentes nacionales, (6%) no se obtuvieron datos y finalmente el porcentaje de los encuestados restantes (1,8%) fueron efectuadas por residentes internacionales procedentes de Holanda, Estados Unidos, República Checa y Brasil.

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 (43,9%), seguido de aquellos pertenecientes a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (17,2%) luego aquellos residentes de las provincia de La Pampa y Rio Negro (9,8%), Santa Fe (7,3%), y finalmente aquellos y aquellos pertenecientes a las provincias de Santiago del Estero, Salta, Entre Rios, Cordoba y Chubut (2,4%)

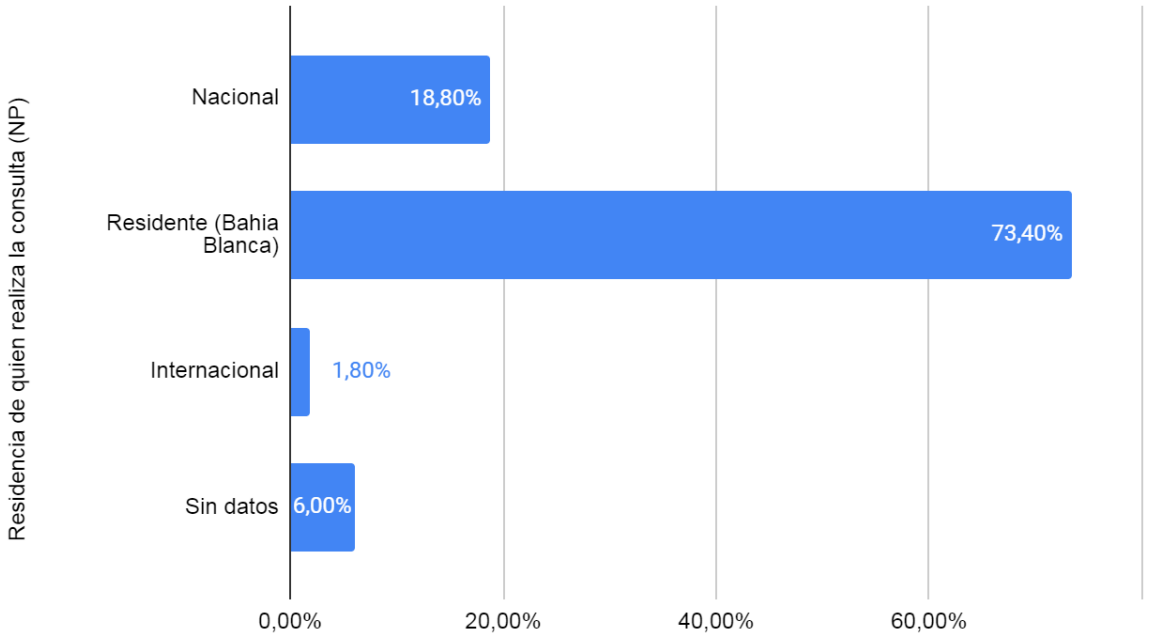
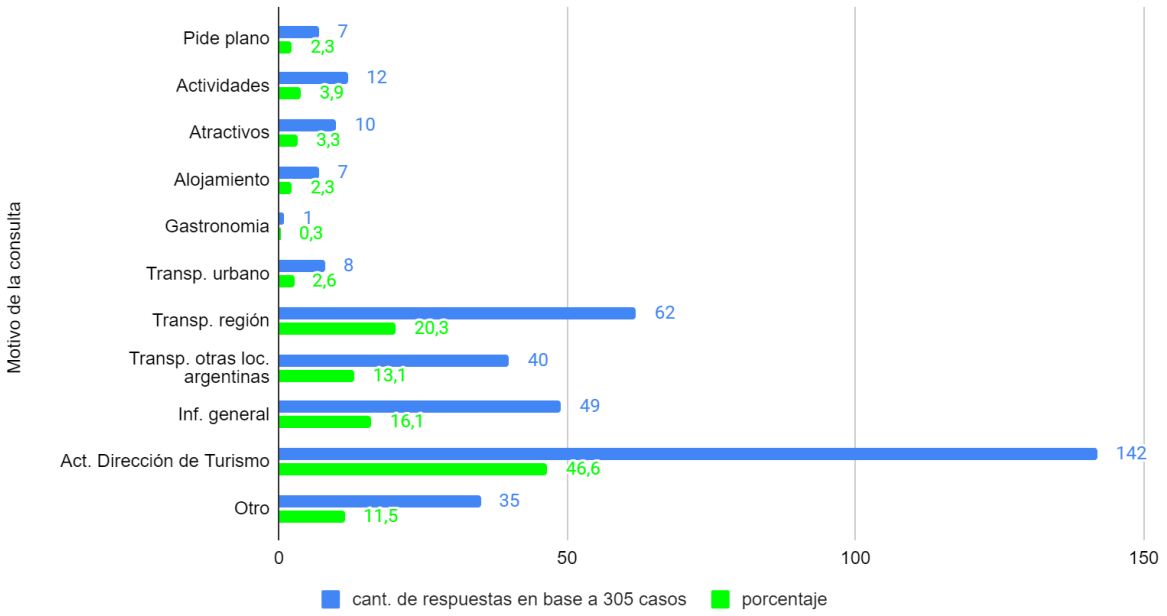
Por último, teniendo en cuenta el *motivo principal de la consulta,* se analizaron 305 casos, incluyendo a las consultas no presenciales y de residentes en su conjunto. En su análisis se destacan aquellos que solicitaron información sobre las actividades programadas por la Dirección de Turismo (46,6%), seguido de aquellos que solicitaron información sobre transporte a la región (20,3%), luego aquellos que solicitaron información en general (16,1%), luego aquellos que solicitaron información sobre transporte hacia otras localidades de Argentina (13,1%), otras consultas (11,5%), información sobre actividades (3,9%), información sobre atractivos (3,3%), informacion sobre transporte urbano (2,6%), información acerca del plano de Bahía Blanca y sobre alojamiento (2,3%) y por último información sobre gastronomía (0,3%)

Informe Gráfico





Residencia habitual (NP)



Motivo de la consulta (NP y R)