Resumen estadístico octubre 2023

Resumen ejecutivo mes de octubre 2023

El estudio presentado refiere a los resultados de las encuestas realizadas en las oficinas de información turística localizadas en la Peatonal Drago y en la Terminal de Ómnibus San Francisco de Asís, a los efectos de conocer el perfil de la demanda durante el mes de octubre 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 302 encuestas,** de las cuales 52,6% fueron presenciales y 47,4% 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 octubre de modo presencial.

Del total de las encuestas efectuadas (159) se desprende que el (66%) fueron realizadas en la oficina de informes ubicado en la terminal de ómnibus San Francisco de Asís, mientras que (34%) fueron realizadas en el puesto de la Peatonal Drago y Av. Colón.

Asimismo, en relación a la *residencia habitual* se destaca que el (54,1%) de los visitantes fueron residentes de la Ciudad de Bahía Blanca, (41,5%) fueron residentes nacionales, y por último un (4,4%) se trataron de visitantes internacionales procedentes de Chile, Brasil y Francia. Se observa también que los turistas nacionales provienen principalmente de la Provincia de Buenos Aires (28,8%), CABA (16,7%), Chubut (13,6%), Río Negro (12,1%), Neuquén (10,6%), La Pampa (4,5%), Córdoba y Salta (3,1%) y finalmente Entre Rios, Mendoza, Santa Cruz, Santa Fe y Tucumán (1,5%) respectivamente.

En su mayoría las personas viajan solas (71,7%) y en menor medida en grupos de dos (24%), tres personas (2,5%), y finalmente en grupos de cuatro, cinco y seis personas (0,6%).

En relación al *motivo principal por el cual los visitantes se desplazan*, se observa que en el caso de los visitantes nacionales refieren a trámites (33,3%), escala (27,3%), vacaciones (13,6%), trabajo (10,6%), visita a familiares y amigos (7,6%), salud (6,1%), compras (4,5%), congresos (3%) y otros (1,5%). En cambio, los motivos principales por los cuales los visitantes internacionales se acercan a la ciudad son por vacaciones, trabajo y escala.

La variable referida a la *región turística de destino final del viaje* muestra por un lado que los visitantes nacionales se dirigen principalmente a la Región Patagonia (40,9%), Sudoeste Bonaerense (28,8%), Buenos Aires (15,2%), CABA (10,6%), Región Norte (3%) y finalmente Región Centro (1,5%); mientras que los visitantes internacionales se dirigen principalmente a CABA, Sudoeste Bonaerense, Región Patagonia y Buenos Aires.

La *estadía promedio* de la muestra es de 3,09 noches, en tanto en los visitantes nacionales es de 2,87 noches y de los internacionales son 4,29 noches.

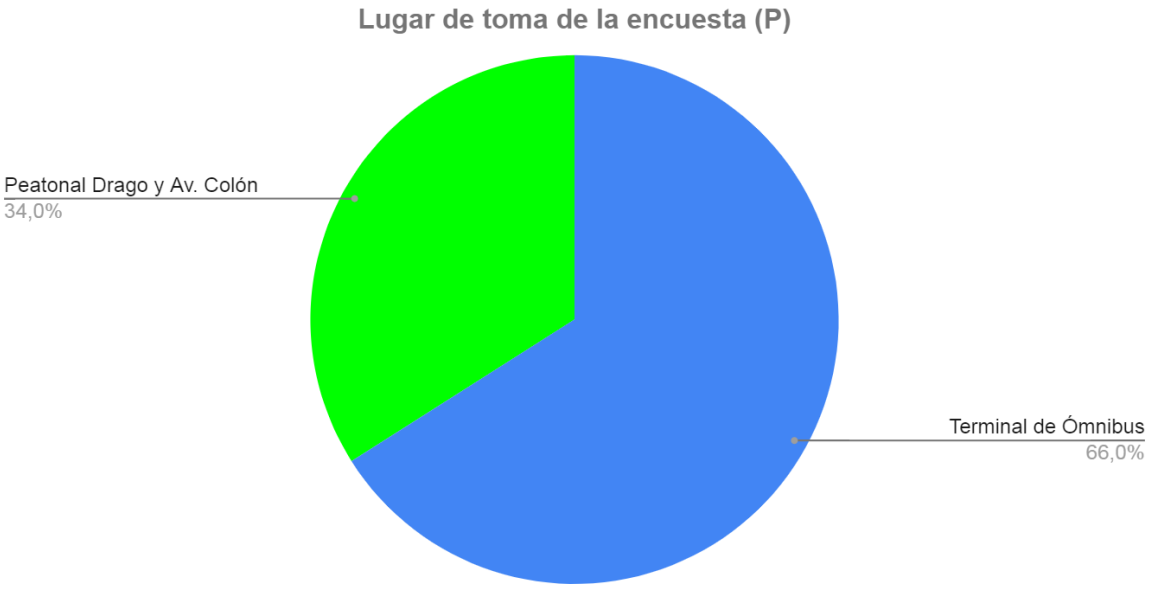
Los datos procesados referidos al *tipo de alojamiento* elegido por los visitantes nacionales reflejan que el (42,4%) no planea alojarse, y de quienes sí deciden hacerlo optaron por Hotel 1, 2 y 3 estrellas (24,2%), hostel (9,1%), departamento en alquiler (7,6%), casa de familiares/amigos y Hotel 4 estrellas (6,1%), Apart Hotel (3%) y otro (1,5%). En este sentido, la totalidad de los visitantes internacionales optaron por alojarse, y lo hicieron mayormente en Hotel de 1, 2 y 3 estrellas (71,4%) y en menor medida en casa de familiares/amigos y Hotel 4 estrellas (14,3%) respectivamente.

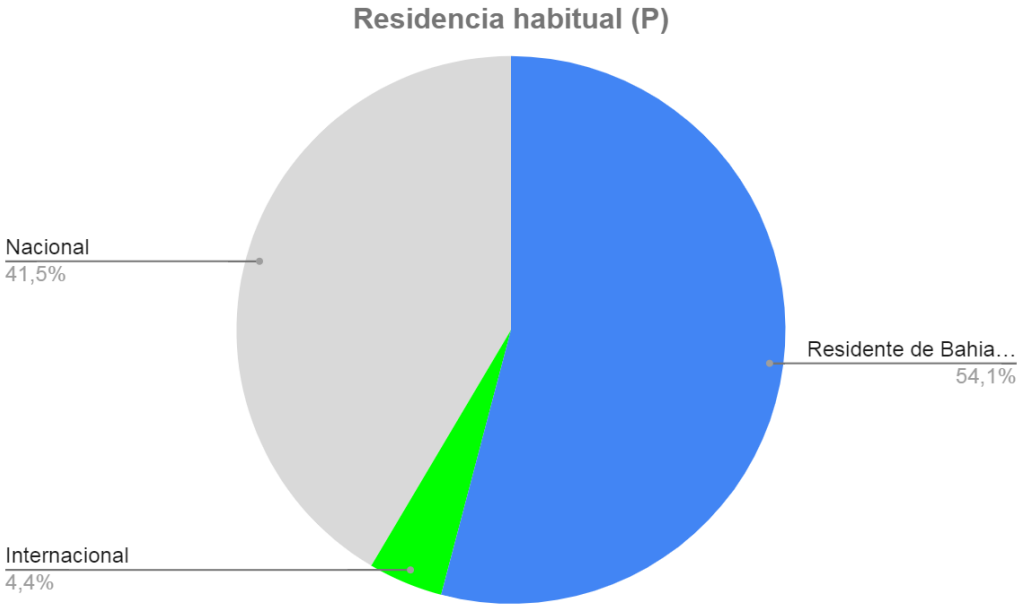
En referencia al *gasto estimado* de los visitantes nacionales, el análisis de los datos refleja que el (48,5%) realizó un gasto menor a $30.000, mayor a $50.000 (27,3%) y entre $30.000 y $50.000 (24,2%). En cambio, en el caso de los visitantes internacionales, refieren un gasto mayor de $50.000 el (85,7%) y menor a $30.000 (14,3%).

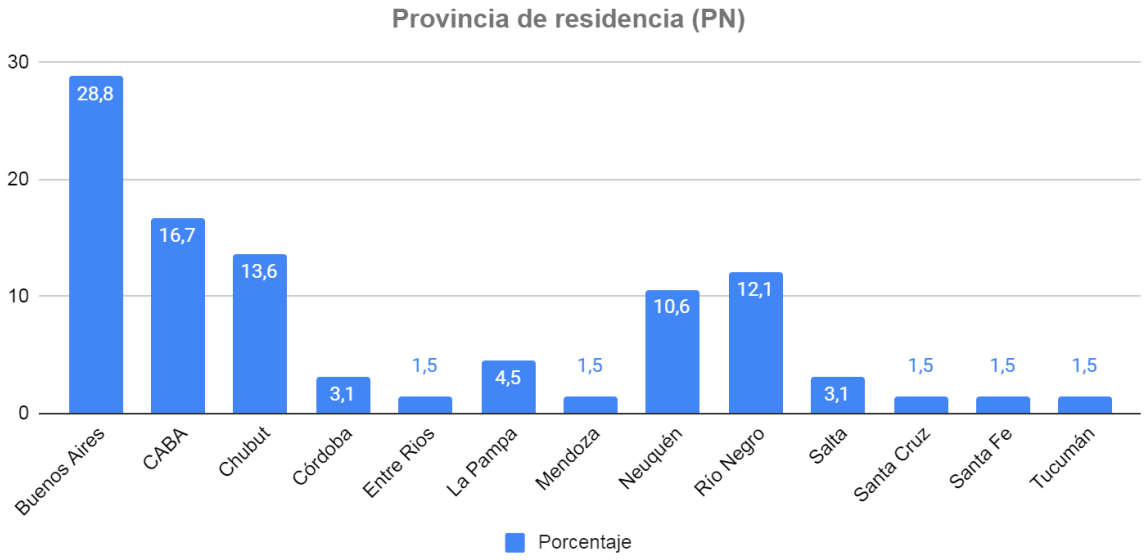
En relación al *medio de transporte* utilizado para arribar al destino en el caso de los visitantes nacionales se destaca que el (63,6%) utilizó el ómnibus, luego el (30,3%) se desplazó en auto particular, en avión (4,6%) y finalmente otro (1,5%). Mientras que en el caso de los visitantes internacionales, se desplazaron por medio de ómnibus (42,8%), avión y automóvil (28,6%).

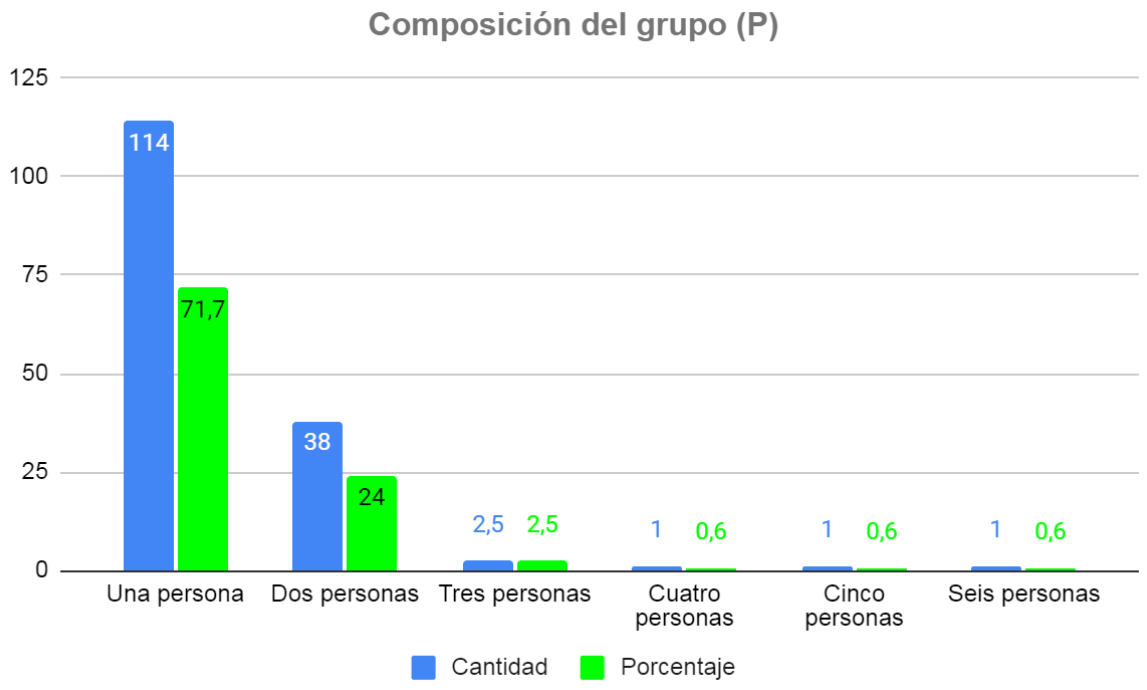
Por último, la *información solicitada* en los centros de información turística de modo presencial fue principalmente la solicitud del plano de Bahía Blanca (71,2%), información sobre atractivos (34,2%), sobre transporte urbano (27,4%), transporte a la región (19,2%), información en general y otros (13,7%), actividades y alojamiento (11%), y finalmente gastronomía, actividades programadas por la Dirección de Turismo e información sobre transporte a otras localidades del país (4,1%).

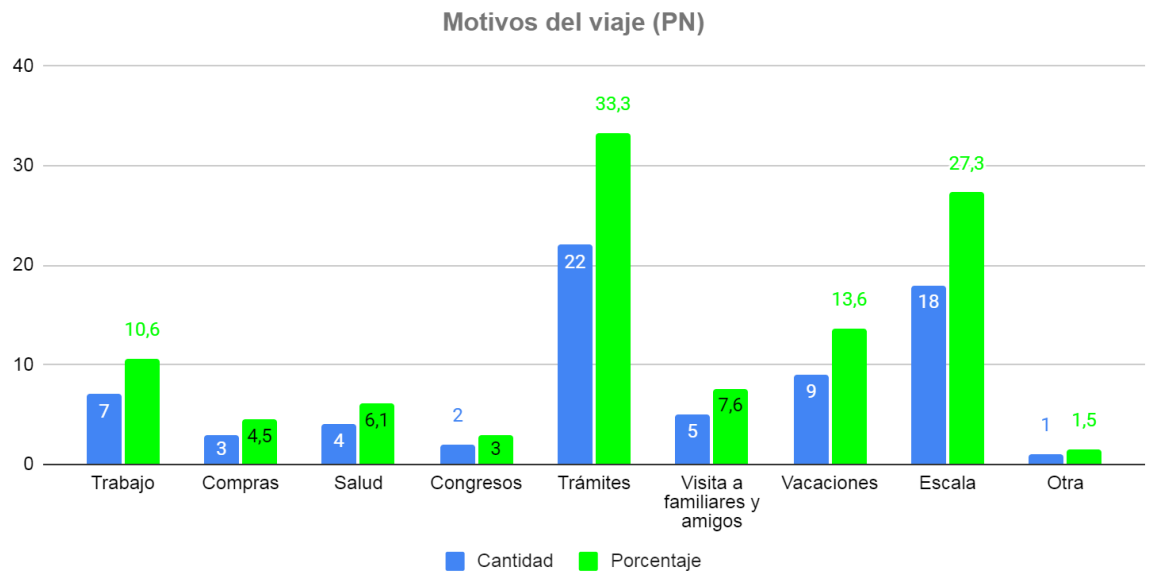
Informe gráfico

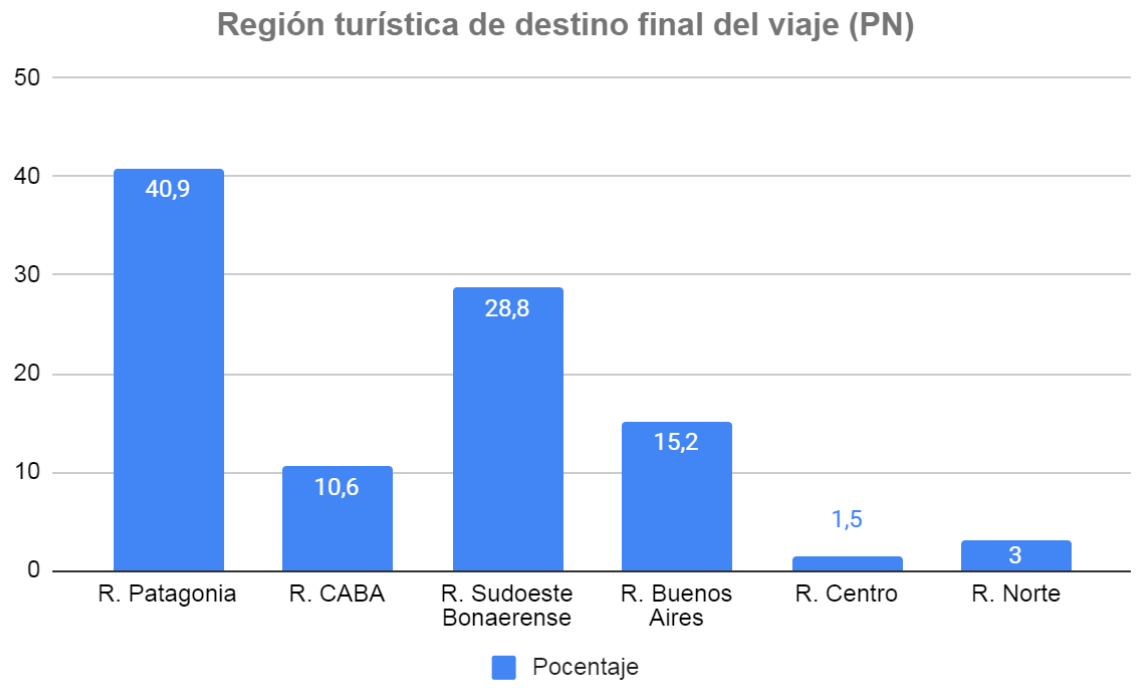


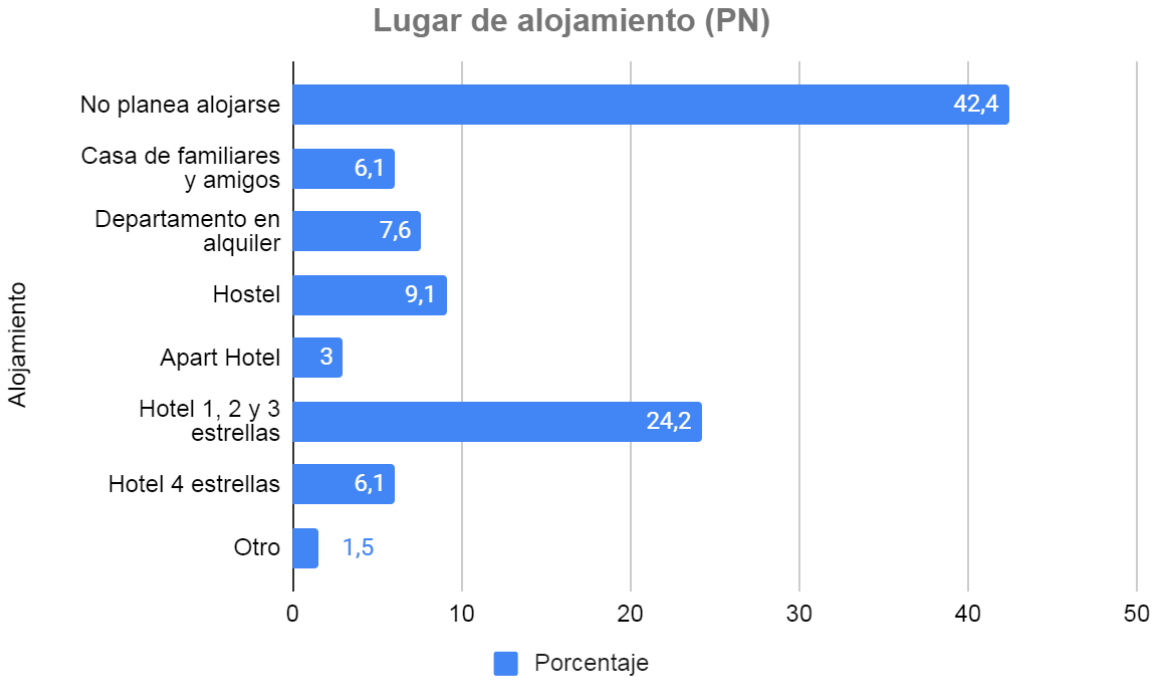

Residencia habitual (P)
Nacional
41,5%
Residente de Bahia...
54,1%
Internacional
4,4%

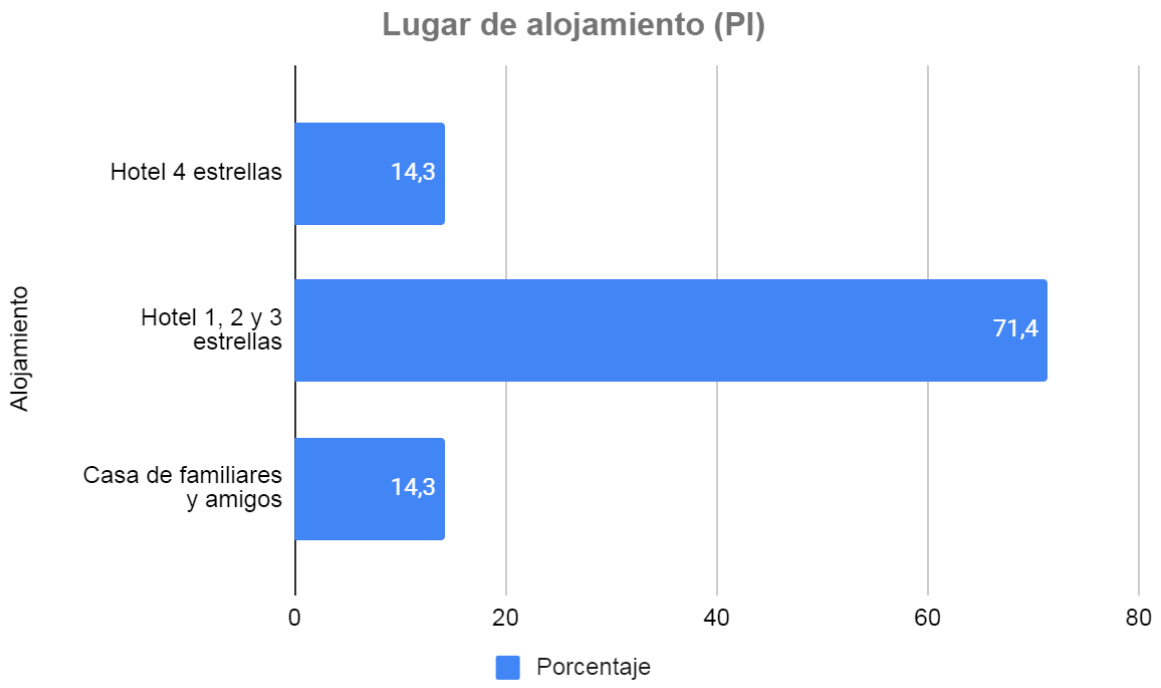

Provincia de residencia (PN)
30
20
10
0
28,8
16,7
13,6
3,1
1,5
4,5
1,5
10,6
12,1
3,1
1,5
1,5
1,5
Buenos Aires
CABA
Chubut
Córdoba
Entre Rios
La Pampa
Mendoza
Neuquén
Río Negro
Salta
Santa Cruz
Santa Fe
Tucumán
Porcentaje

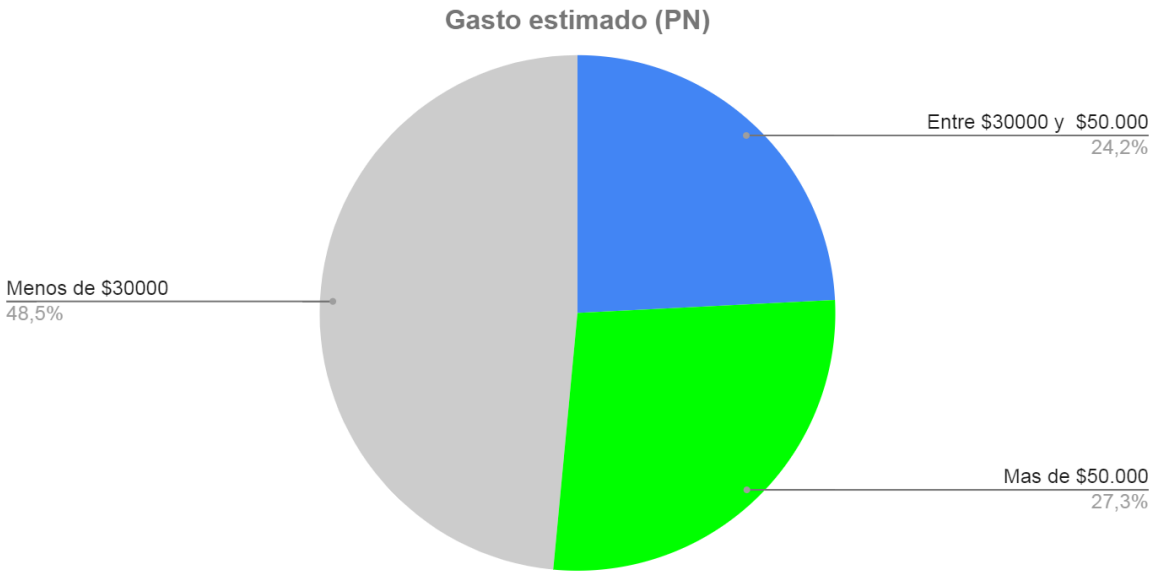

Composición del grupo (P)
125
100
75
50
25
0
114
71,7
38
24
2,5
2,5
1
0,6
1
0,6
1
0,6
Una persona
Dos personas
Tres personas
Cuatro personas
Cinco personas
Seis personas
Cantidad
Porcentaje

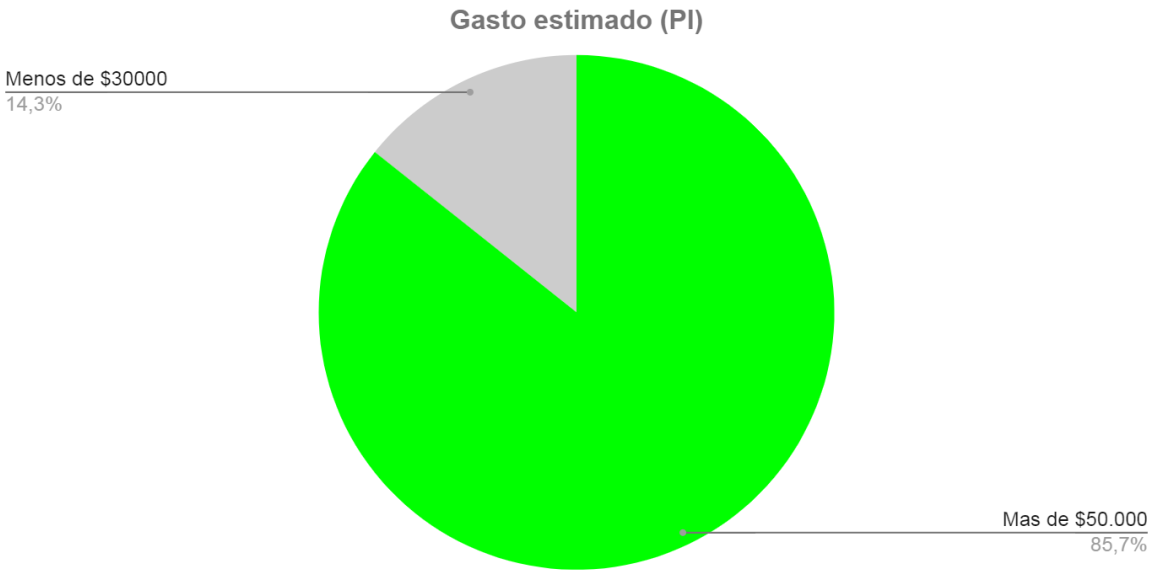

Motivos del viaje (PN)
40
30
20
10
0
7
10,6
3
4,5
4
6,1
2
3
22
33,3
5
7,6
9
13,6
18
27,3
1
1,5
Trabajo
Compras
Salud
Congresos
Trámites
Visita a familiares y amigos
Vacaciones
Escala
Otra
Cantidad
Porcentaje

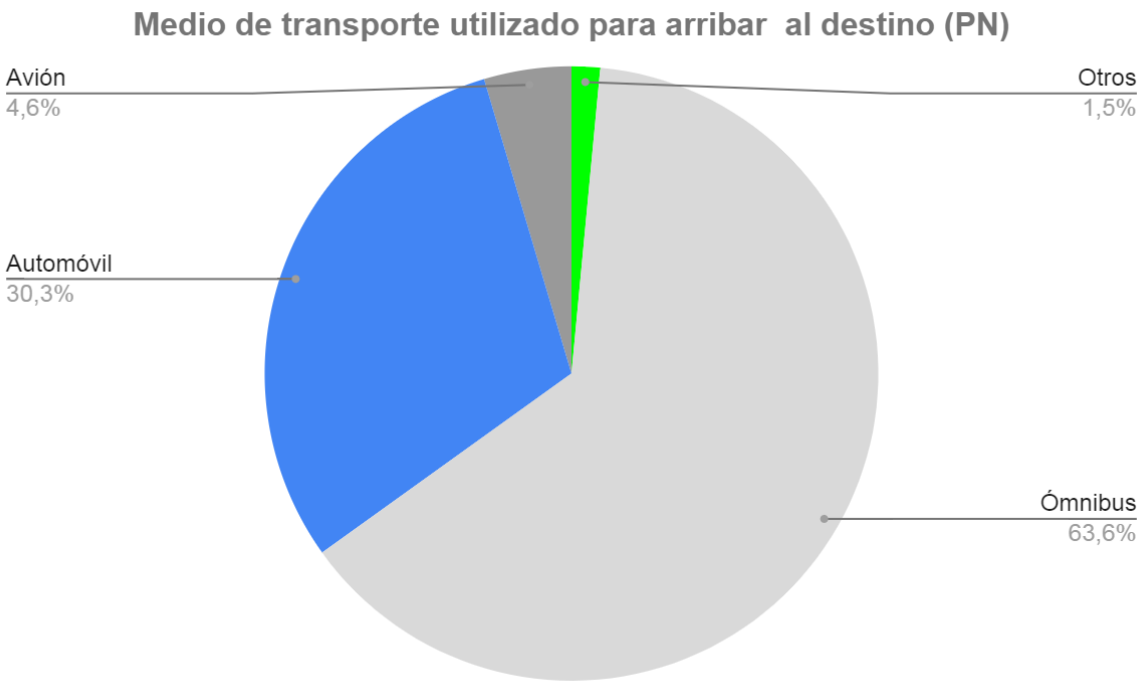

Región turística de destino final del viaje (PN)
50
40
30
20
10
0
40,9
10,6
28,8
15,2
1,5
3
R. Patagonia
R. CABA
R. Sudoeste Bonaerense
R. Buenos Aires
R. Centro
R. Norte
Pocentaje

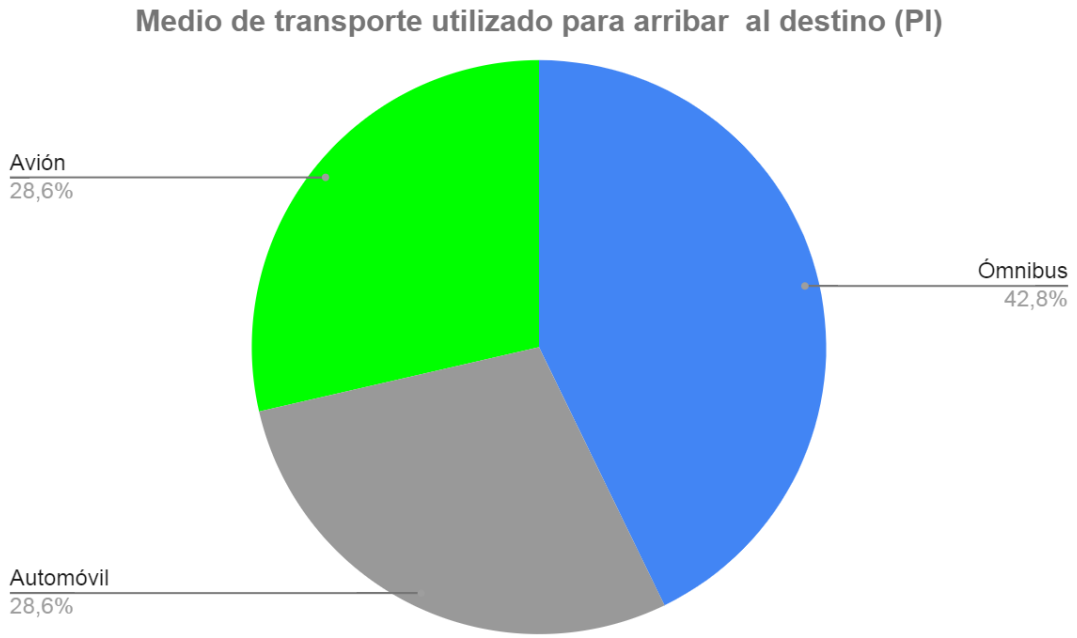

Lugar de alojamiento (PN)
Alojamiento
No planea alojarse
Casa de familiares y amigos
Departamento en alquiler
Hostel
Apart Hotel
Hotel 1, 2 y 3 estrellas
Hotel 4 estrellas
Otro
42,4
6,1
7,6
9,1
3
24,2
6,1
1,5
0
10
20
30
40
50
Porcentaje

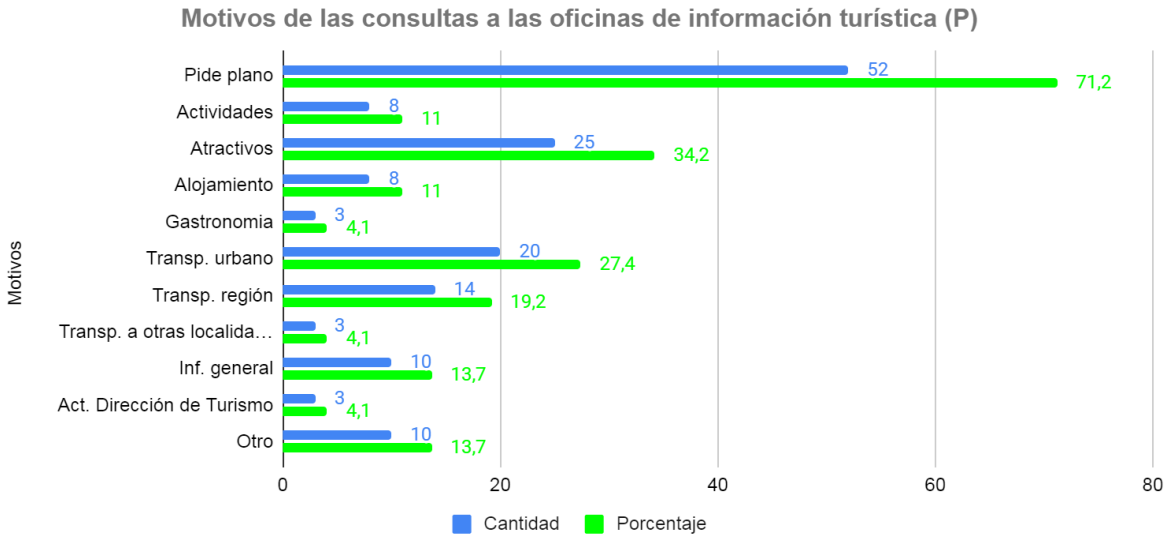

Lugar de alojamiento (PI)
Alojamiento
Hotel 4 estrellas
14,3
Hotel 1, 2 y 3 estrellas
71,4
Casa de familiares y amigos
14,3
0
20
40
60
80
Porcentaje


Gasto estimado (PN)
Entre $30000 y $50.000
24,2%
Menos de $30000
48,5%
Mas de $50.000
27,3%


Gasto estimado (PI)
Menos de $30000
14,3%
Mas de $50.000
85,7%


Medio de transporte utilizado para arribar al destino (PN)
Avión
4,6%
Otros
1,5%
Automóvil
30,3%
Ómnibus
63,6%


Medio de transporte utilizado para arribar al destino (PI)
Avión
28,6%
Ómnibus
42,8%
Automóvil
28,6%


Motivos de las consultas a las oficinas de información turística (P)
Motivos
Pide plano 52 71,2
Actividades 8 11
Atractivos 25 34,2
Alojamiento 8 11
Gastronomia 3 4,1
Transp. urbano 20 27,4
Transp. región 14 19,2
Transp. a otras localida… 3 4,1
Inf. general 10 13,7
Act. Dirección de Turismo 3 4,1
Otro 10 13,7
0
20
40
60
80
Cantidad
Porcentaje

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 localizadas en la Terminal de Ómnibus y Peatonal Drago durante el mes de octubre.

En total se efectuaron (143) encuestas siendo realizadas en su mayoría en la oficina de información turística ubicada en Peatonal Drago y Av. Colón (62,2%) y en menor medida en el puesto de información turística de la Terminal de Ómnibus (37,8%).

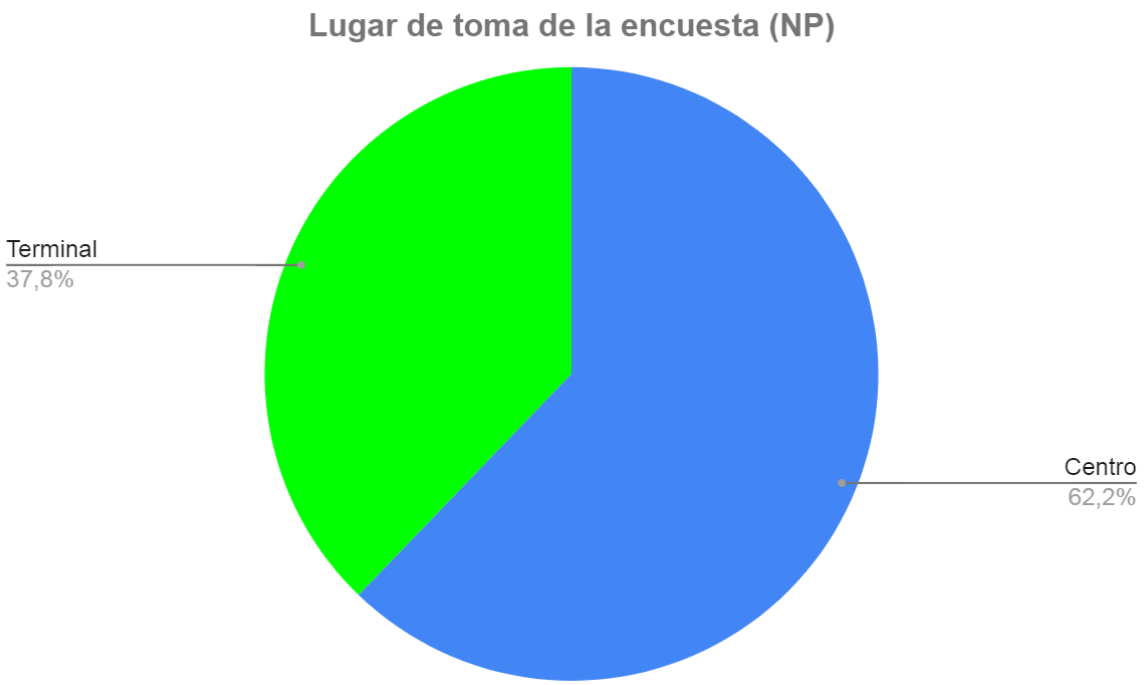
El análisis del medio utilizado para realizar la consulta evidencia que (57,3%) de los encuestados realizó las consultas a través de whatsapp, seguido de aquellas que se realizaron a través de medio telefónico (38,5%), redes sociales (3,5%) y correo electrónico (0,7%).

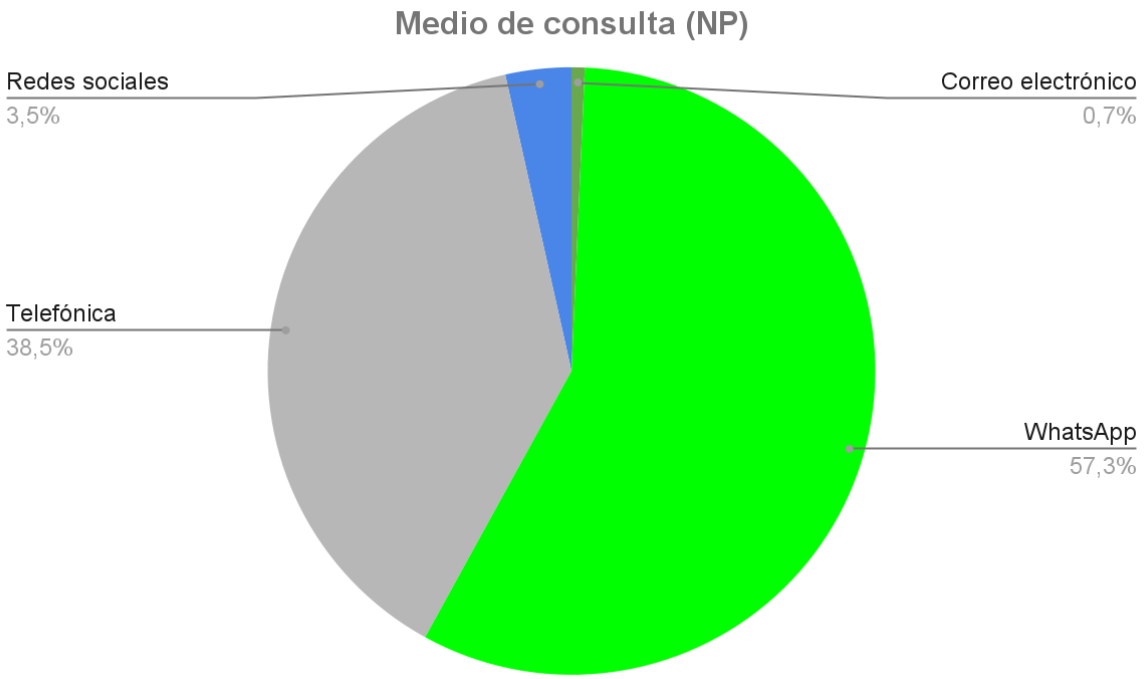
Del total de las encuestas se desprende que (83,9%) de las consultas fueron realizadas por residentes de la ciudad, en tanto el (13,3%) corresponde a nacionales y sin datos representan el (2,8%).

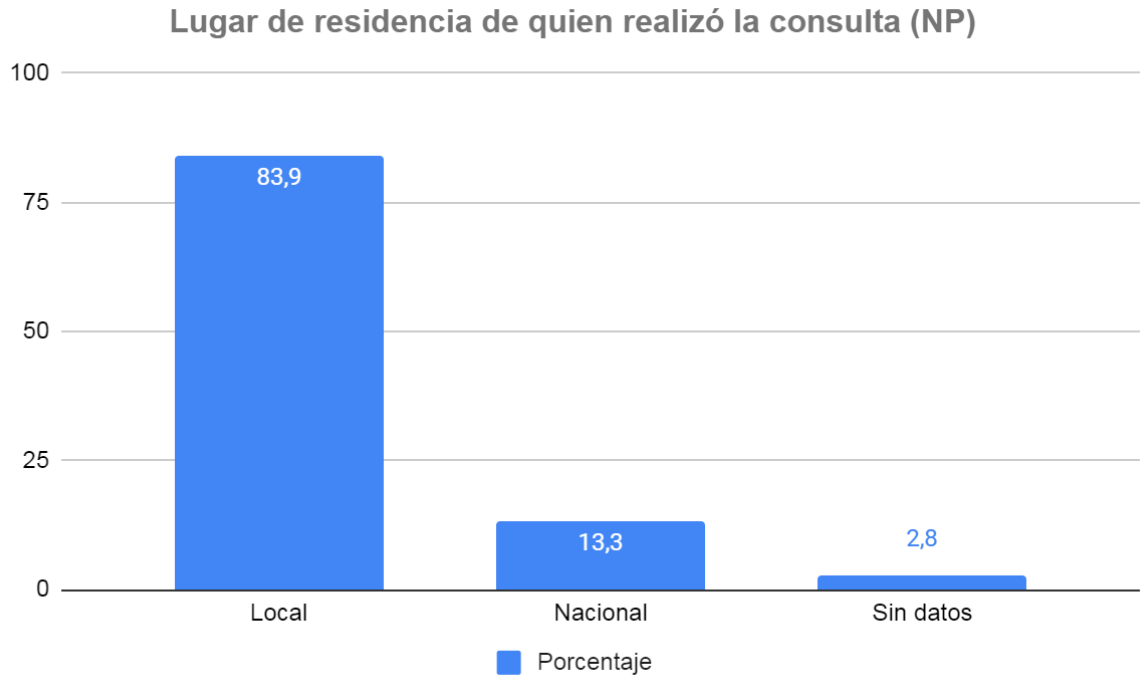
En relación a la provincia de *residencia habitual*, se destaca que la mayoría de las consultas realizadas por nacionales fueron de residentes de la provincia de Buenos Aires (42%), seguido de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Neuquén y Rio Negro (10,5%), y las provincias de Chaco, Córdoba, Mendoza, Tucumán y Tierra del Fuego (5,3%) respectivamente.

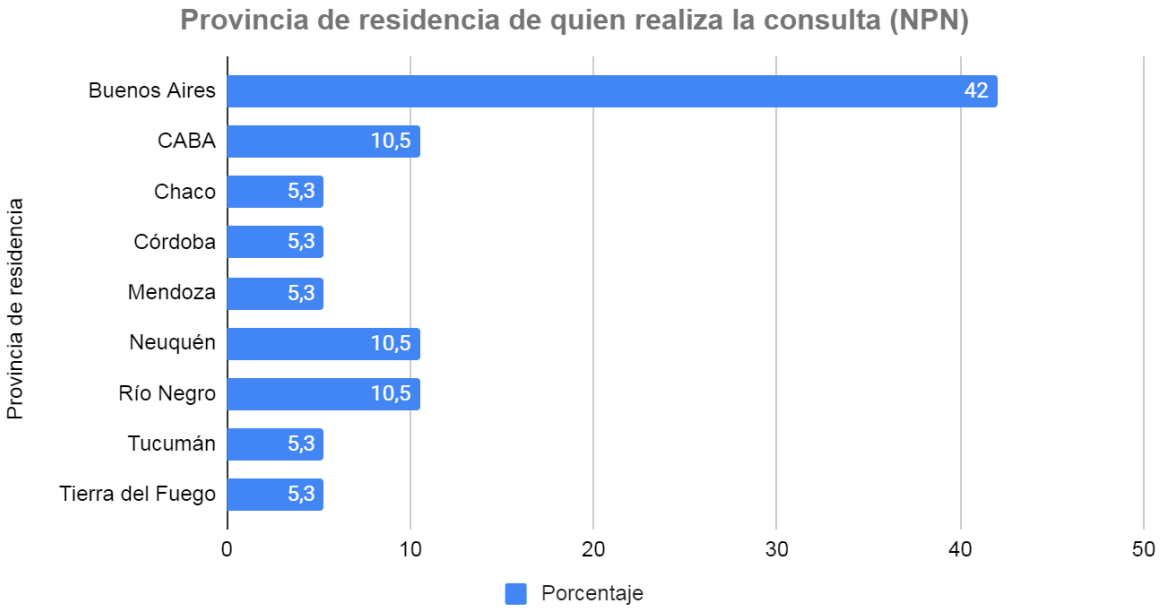
Por último, teniendo en cuenta el *motivo principal de la consulta* se analizaron (229) casos, incluyendo a las consultas no presenciales y de residentes en su conjunto. En su análisis se destacan aquellos que solicitaron información sobre las actividades programadas por la Dirección de Turismo (37,1%), seguido de aquellos que solicitaron información en general (31%), sobre transporte a otras localidades argentinas (19,2%) y transporte a la región (10,9%), sobre actividades y otro tipo de información (7%), solicitud de plano (3,1%), transporte urbano (2,2%) y atractivos (0,9%).

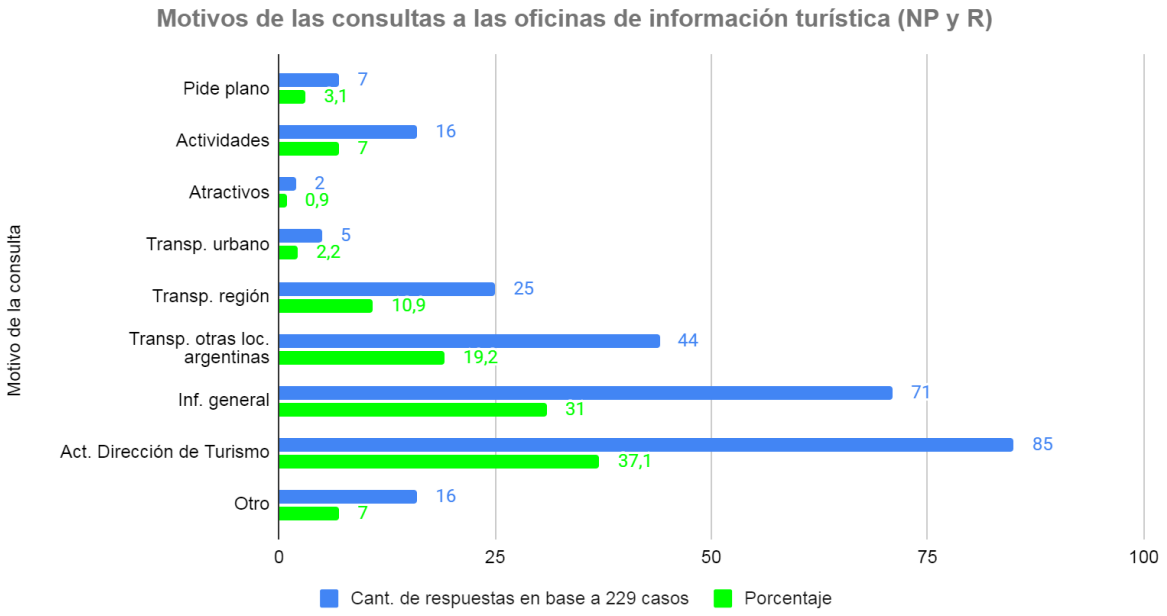
Informe Gráfico






Lugar de residencia de quien realizó la consulta (NP)
100
75
50
25
0
83,9
13,3
2,8
Local
Nacional
Sin datos
Porcentaje


Provincia de residencia de quien realiza la consulta (NPN)
Provincia de residencia
Buenos Aires
CABA
Chaco
Córdoba
Mendoza
Neuquén
Río Negro
Tucumán
Tierra del Fuego
42
10,5
5,3
5,3
5,3
10,5
10,5
5,3
5,3
0
10
20
30
40
50
Porcentaje


Motivos de las consultas a las oficinas de información turística (NP y R)
Motivo de la consulta
Pide plano
Actividades
Atractivos
Transp. urbano
Transp. región
Transp. otras loc. argentinas
Inf. general
Act. Dirección de Turismo
Otro
7
3,1
16
7
2
0,9
5
2,2
25
10,9
44
19,2
71
31
85
37,1
16
7
0
25
50
75
100
Cant. de respuestas en base a 229 casos
Porcentaje