



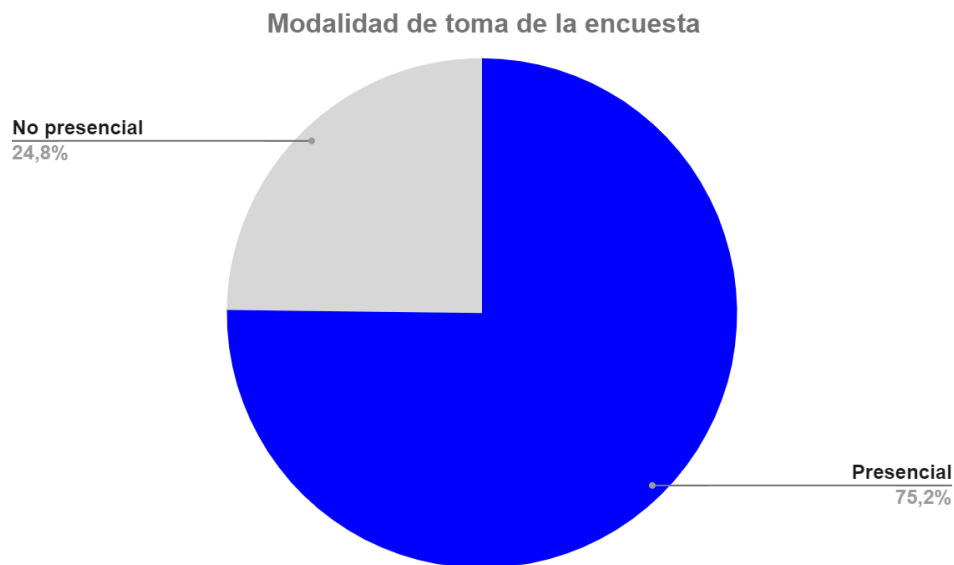
# Resumen estadístico JUNIO 2024

## Resumen ejecutivo mes de junio 2024

El estudio presentado refiere a los resultados de las encuestas realizadas en las oficinas de información turística, localizadas en la Peatonal Drago y Terminal de Ómnibus San Francisco de Asís a los efectos de conocer el perfil de la demanda, compuesta por visitantes y residentes de la localidad que asisten a dichas oficinas durante el mes de junio del año 2024.

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 230 encuestas**, de las cuales 75,2% fueron presenciales y 24,8% 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 junio de modo presencial.

Del total de las encuestas efectuadas (173) se desprende que el (83,2%) fueron realizadas en la oficina de informes ubicado en la terminal de ómnibus San Francisco de Asís, mientras que (16,8%) fueron realizadas en el puesto de la Peatonal Drago y Av. Colón.

Asimismo, en relación a la *residencia habitual* se destaca que el (88,4%) de los visitantes fueron residentes de la Ciudad de Bahía Blanca, seguido de residentes

## PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

nacionales (10,4%) y por último, un (1,2%) se trató de visitantes internacionales procedentes de Francia. Se observa también que los turistas nacionales provienen principalmente de la Provincia de Buenos Aires (33,3%), Río Negro (22,2%), CABA (16,6%), Chubut (11,1%), finalmente La Pampa, Neuquén y Mendoza (5,6%).

En su mayoría, las consultas recibidas de forma presencial en los puestos de informes turísticos son realizadas por una persona (76,9%) y en menor medida en grupos de dos personas (20,2%), tres personas (1,7%) y finalmente por grupos de cuatro y cinco o más 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 escala y trámites (27,8%), visita a familiares o amigos y vacaciones (16,7%), salud (11,1%) y finalmente por trabajo, educación, compras y congresos (5,6%) respectivamente. En cambio, los motivos principales por los cuales los visitantes internacionales se acercan a la ciudad son por vacaciones (50%), y educación (50%).

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 (38,9%), seguido de la Región Buenos Aires (27,8%), Sudoeste Bonaerense (22,2%) y CABA (11,1%); mientras que los visitantes internacionales se dirigen en su totalidad a CABA.

En cuanto a la variable relacionada al *alojamiento en la ciudad*, se observa que en el caso de los visitantes nacionales el (50%) optó por alojarse, mientras que el otro (50%) de ellos optaron por no pernoctar en Bahía Blanca. De los que sí se alojaron, podemos observar que (77,8%) lo hizo en establecimientos hoteleros, seguido de alojamientos para-hoteleros y en casa de familia o amigos (11,1%). En este sentido, la totalidad de los visitantes internacionales optaron por alojarse en la ciudad y lo realizaron proporcionalmente en establecimientos para-hoteleros y otros.

La *estadía promedio* de la muestra es de 10,4 noches, en tanto en los visitantes nacionales es de 2,5 noches y de los internacionales son 46 noches.

En referencia al *gasto estimado* de los visitantes nacionales, el análisis de los datos refleja que el (44,4%) realizó un gasto de menos de \$70.000, seguido de aquellos que realizaron un gasto de entre \$70.000 y \$150.000 (38,9%) y finalmente el (16,7%) restante realizó un gasto de más de \$150.000. En cambio, en el caso de los visitantes internacionales, estos refieren proporcionalmente un gasto entre \$70.000 y \$150.000 (50%) y mayor a \$150.000 (50%).

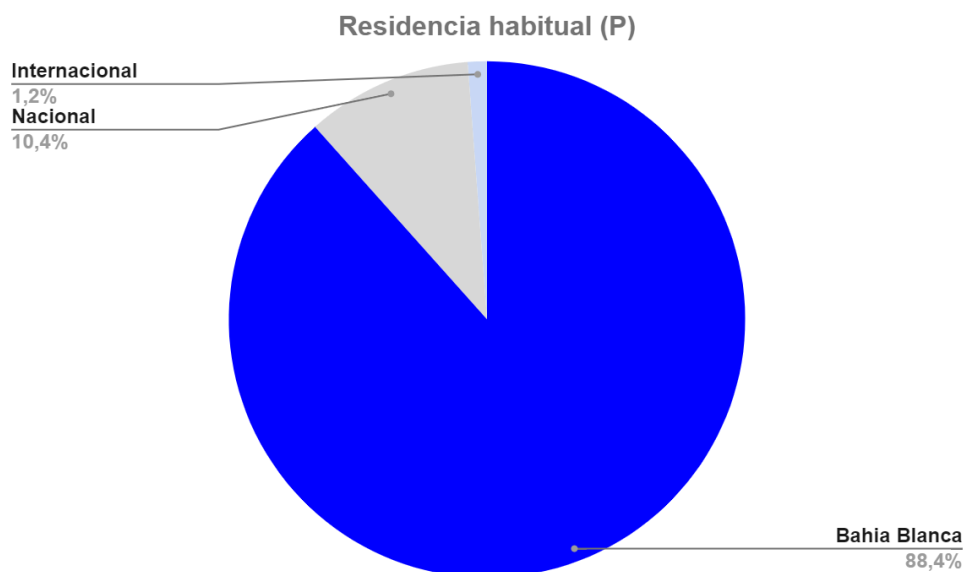
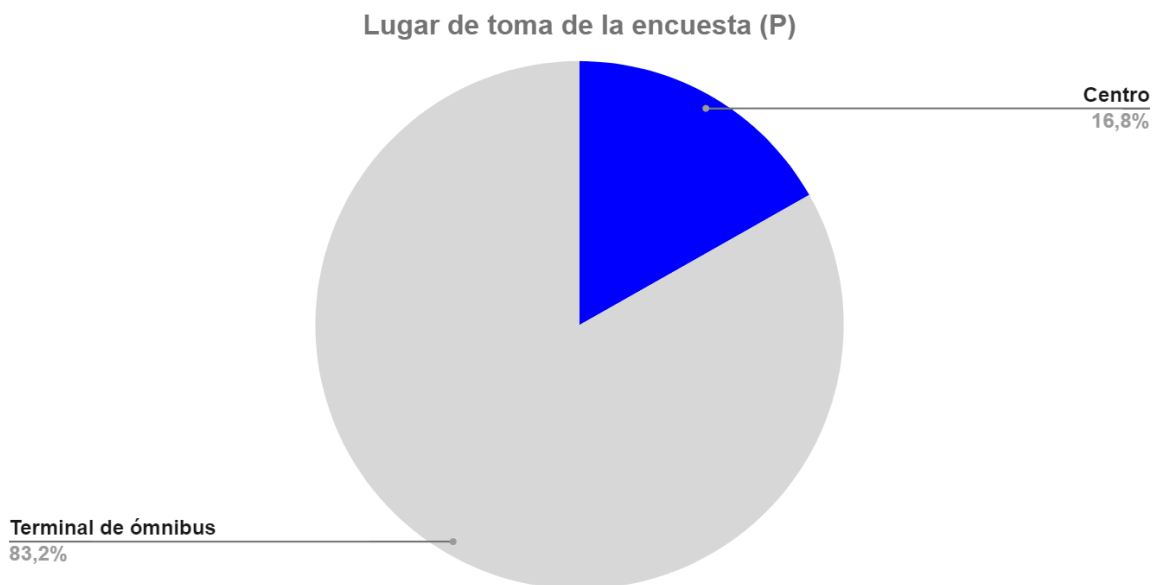
En relación al *medio de transporte* utilizado para arribar al destino en el caso de los visitantes nacionales se destaca que el (66,7%) utilizó el ómnibus y luego el (33,3%)

## PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

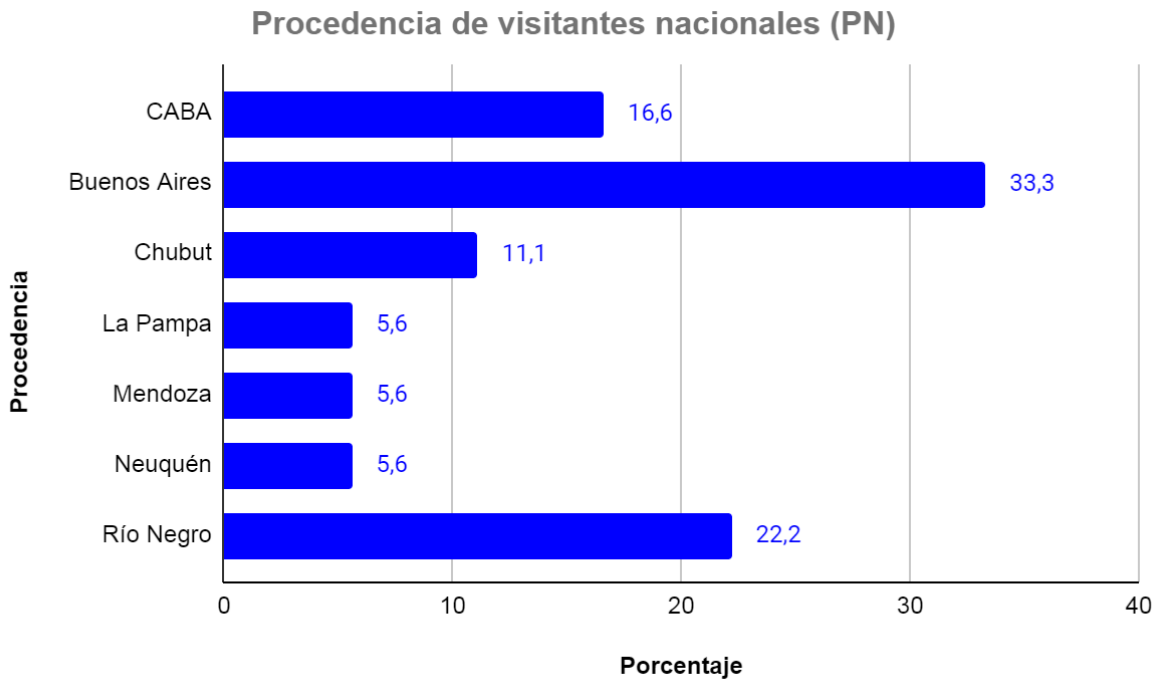
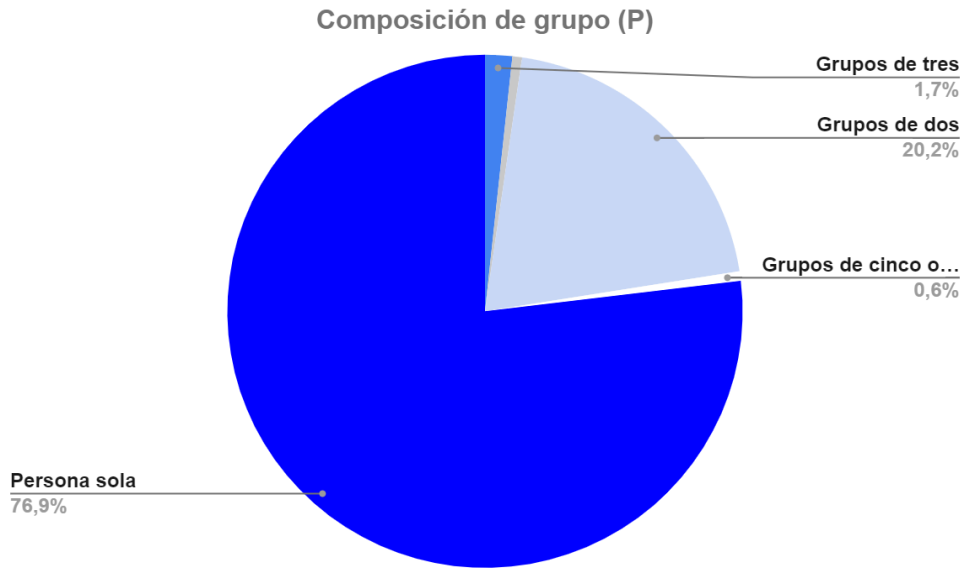
se desplazó en auto particular. Mientras que los visitantes internacionales, se desplazaron por medio de automóvil (50%) y en avión (50%).

Por último, la *información solicitada* en los centros de información turística de modo presencial fue principalmente la solicitud de información en general (43,9%), otros motivos (23,1%), información sobre transporte a otras localidades de Argentina (12,7%), la solicitud del plano de Bahía Blanca (9,2%), transporte a la región (8,1%), actividades y atractivos (7,5%), transporte urbano (5,8%), actividades programadas por la Dirección de Turismo (4,6%) alojamiento (2,9%) y finalmente sobre gastronomía (0,6%).

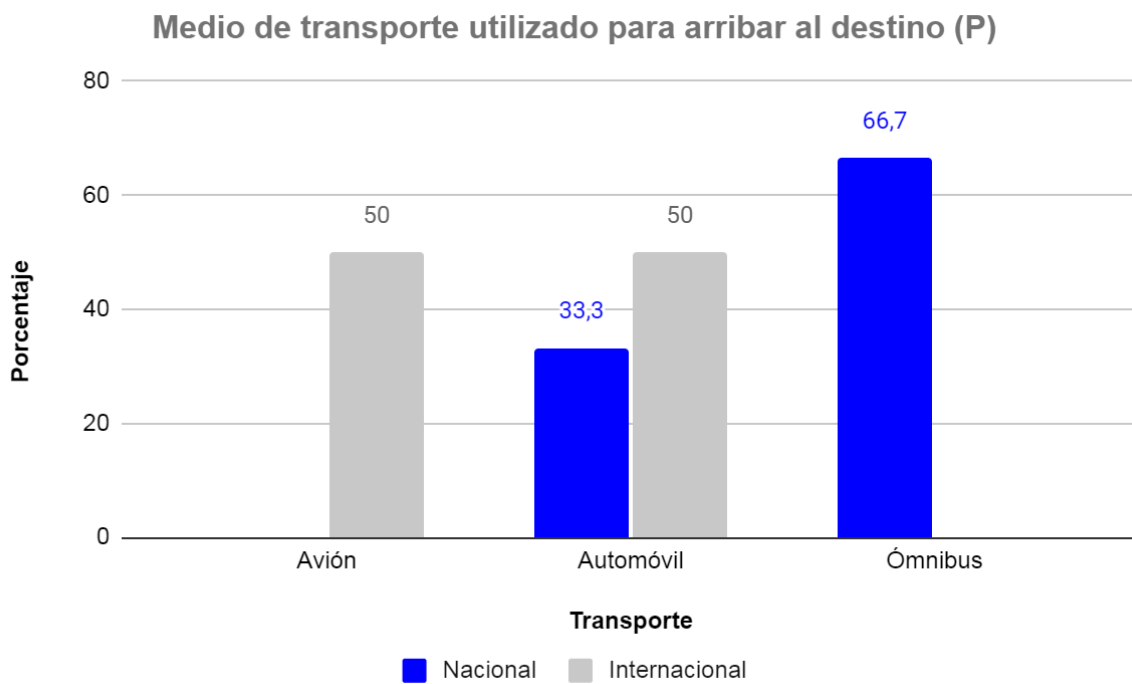
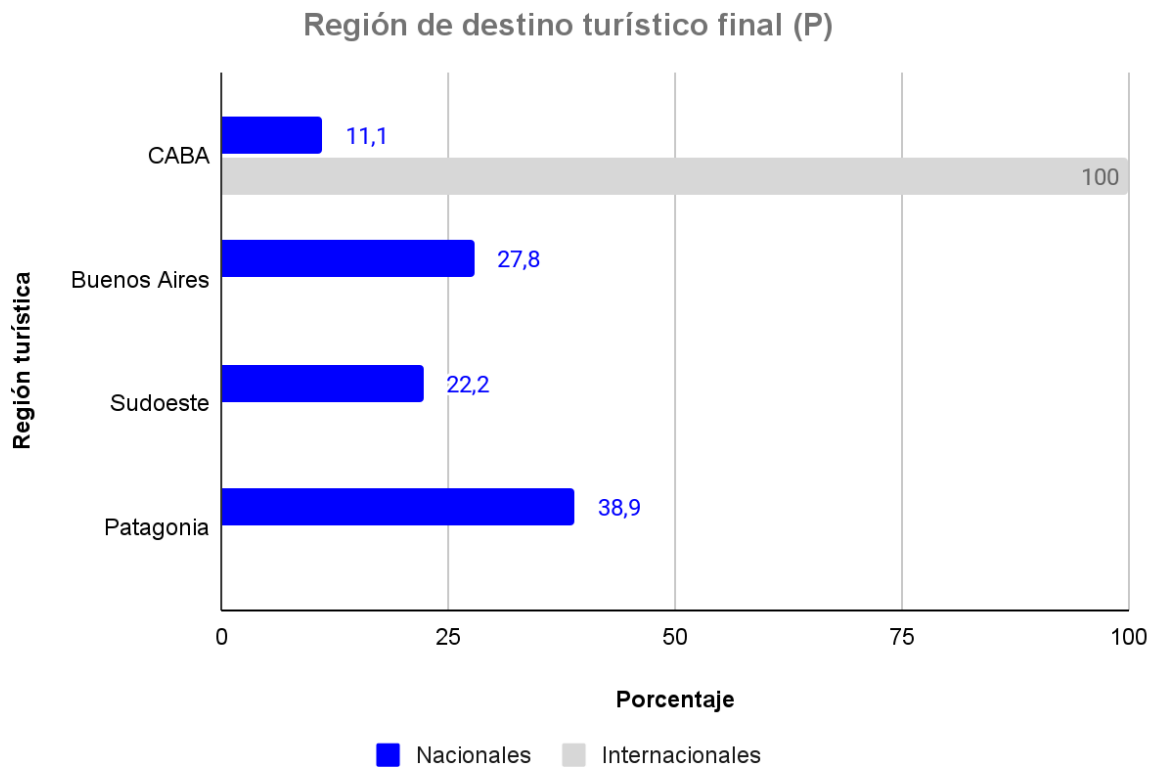
### Informe gráfico encuestas presenciales



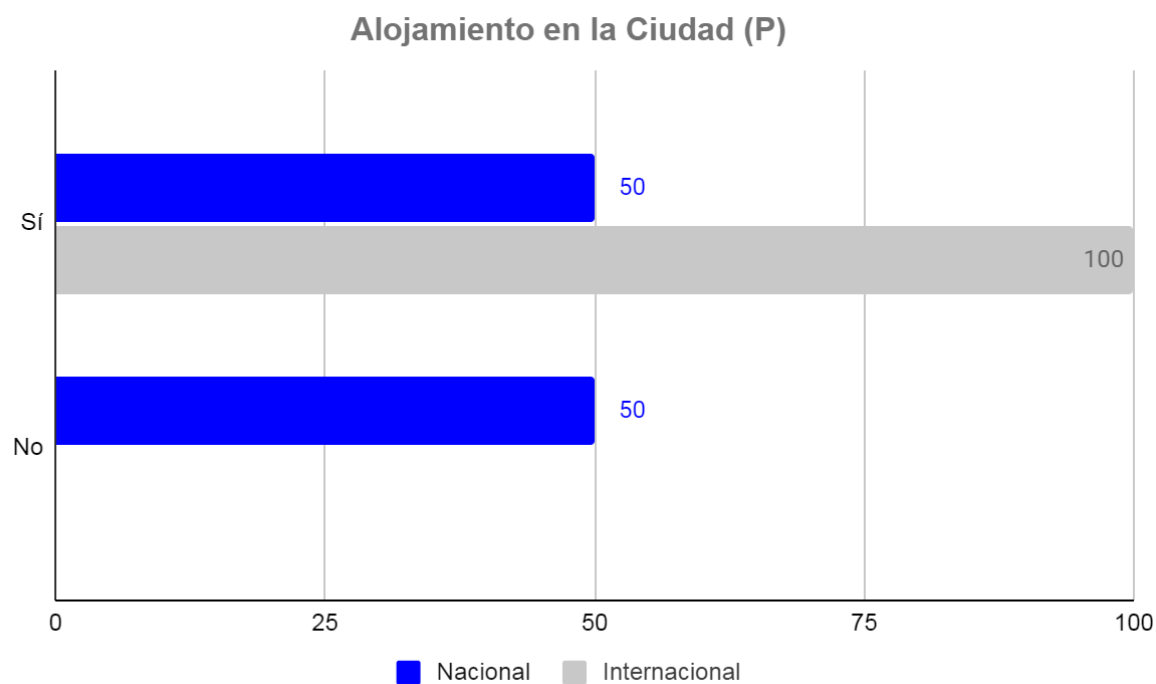
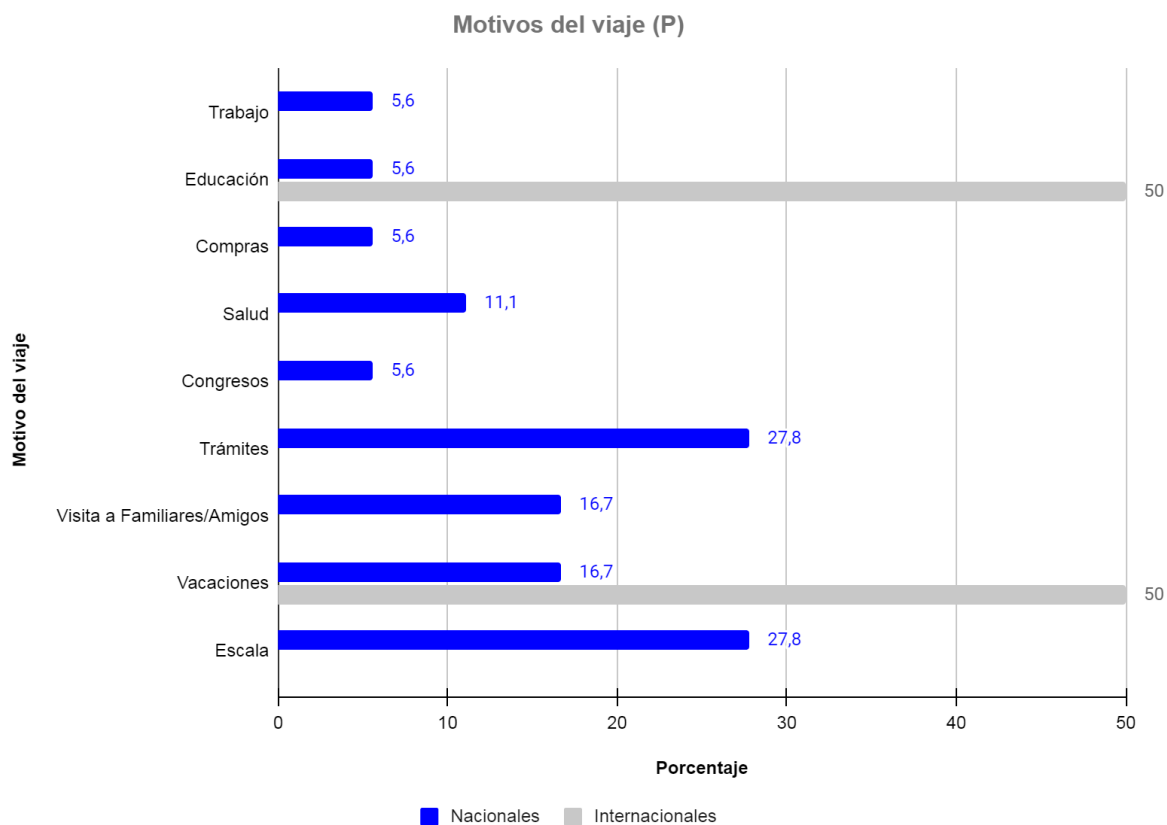
# PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA



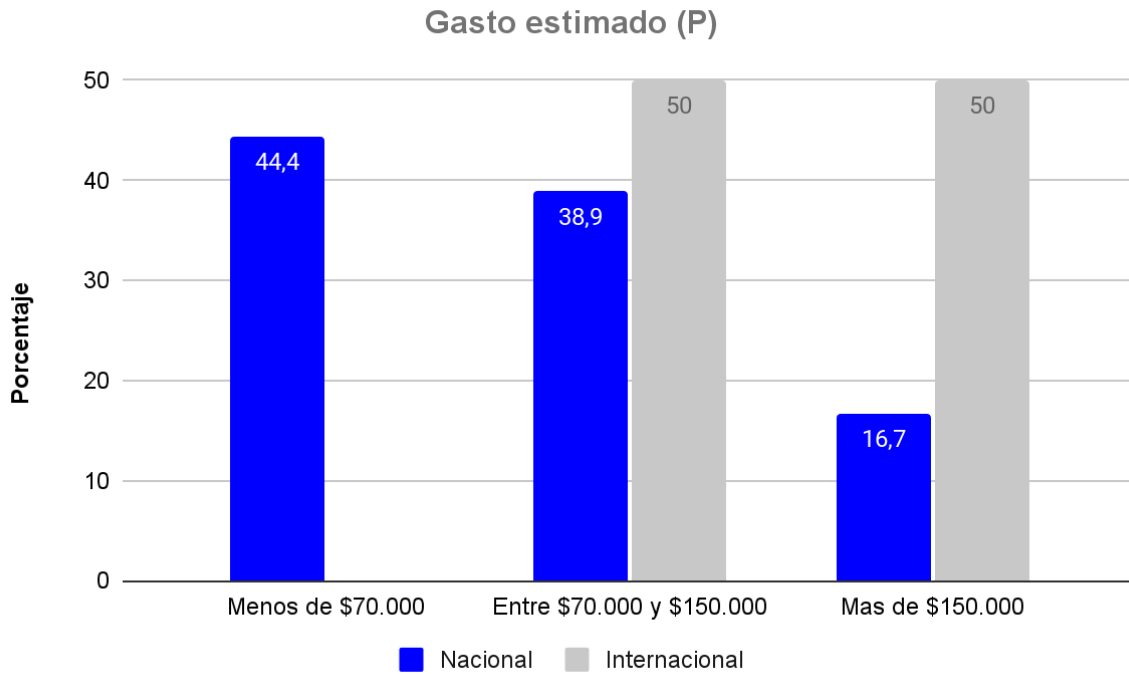
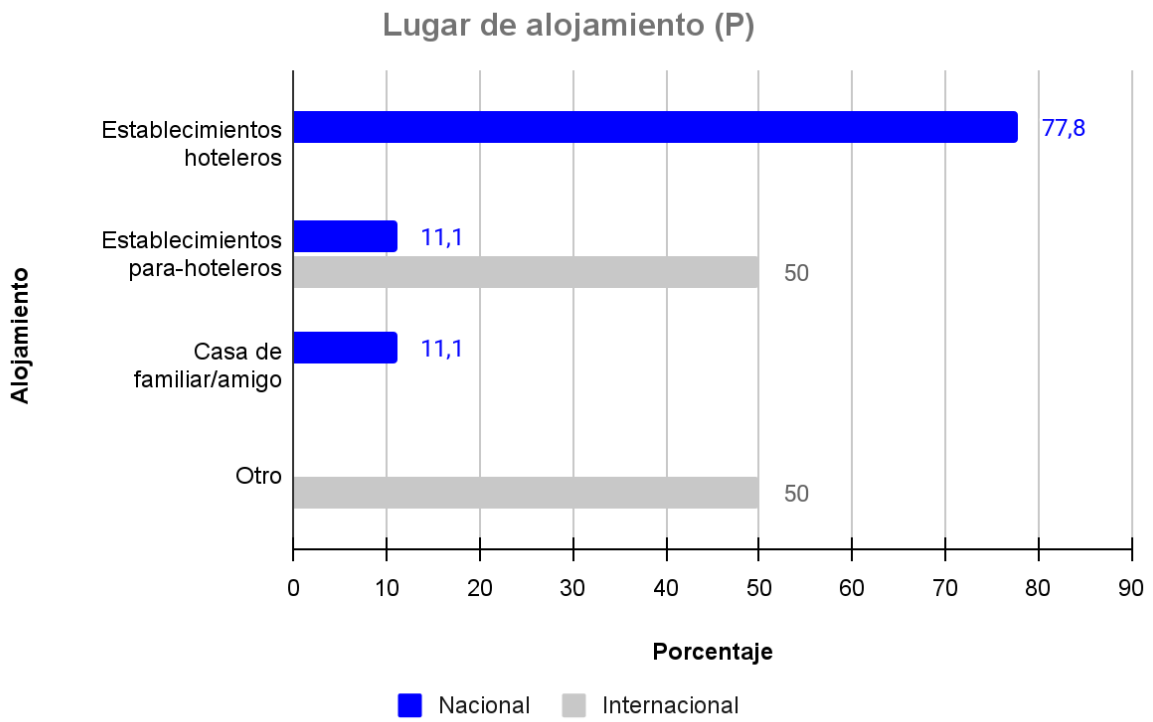
# PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA



## PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

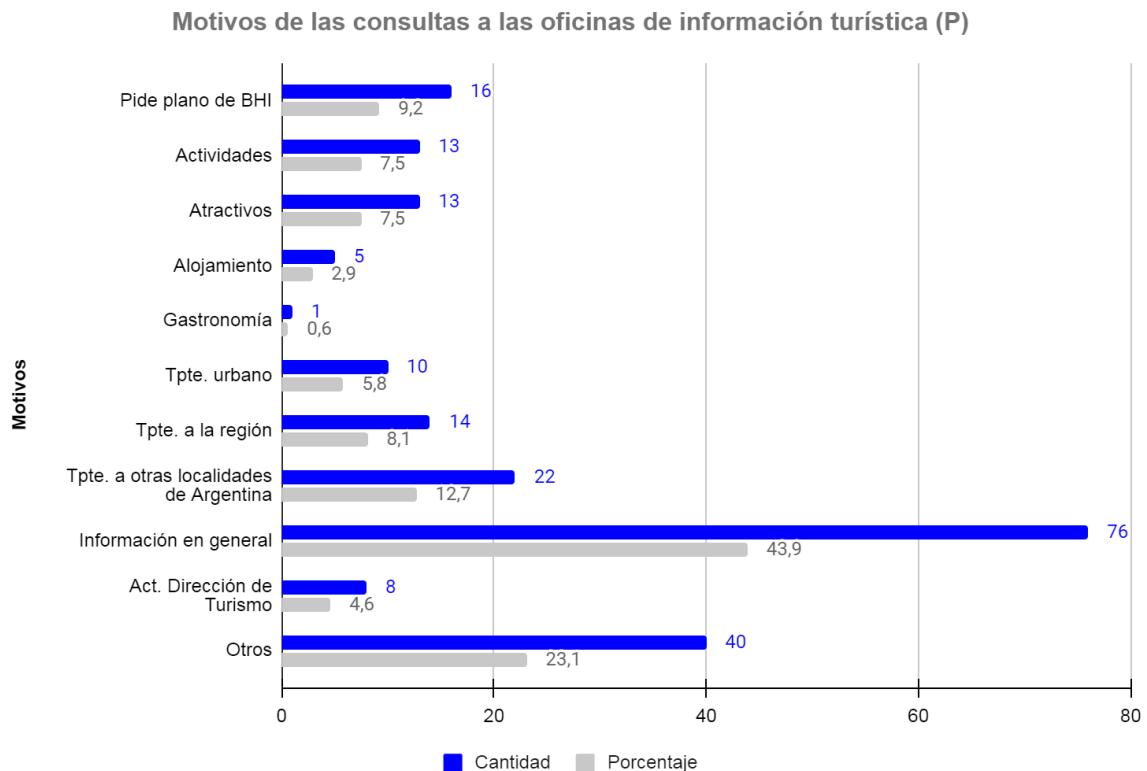


# PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA





## PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA



### 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 junio.

En total se efectuaron (57) encuestas siendo realizadas en su mayoría en la oficina de información turística ubicada en Peatonal Drago y Av. Colón (57,9%) y en menor medida en el puesto de información turística de la Terminal de Ómnibus (42,1%).

El análisis del *medio utilizado para realizar la consulta* evidencia que (56,1%) de los encuestados realizó las consultas a través de Whatsapp, seguido de medio telefónico (40,4%) y correo electrónico (3,5%).

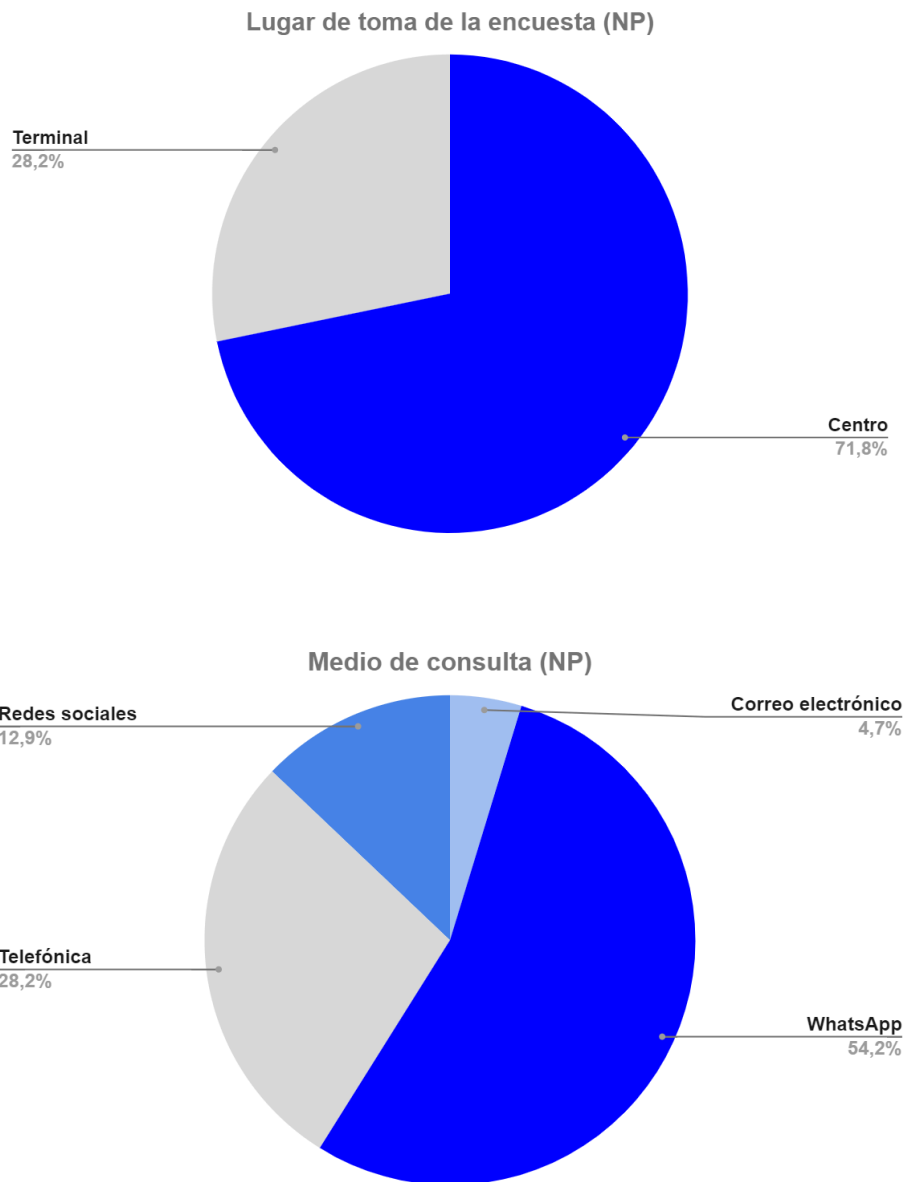
Del total de las encuestas se desprende que (89,5%) de las consultas fueron realizadas por residentes de la ciudad, nacionales (7%) y sin datos (3,5%).

En relación a la provincia de residencia habitual, se destaca que las consultas realizadas por nacionales fueron de residentes de la provincia de Buenos Aires (75%) y de La Pampa (25%).

## PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

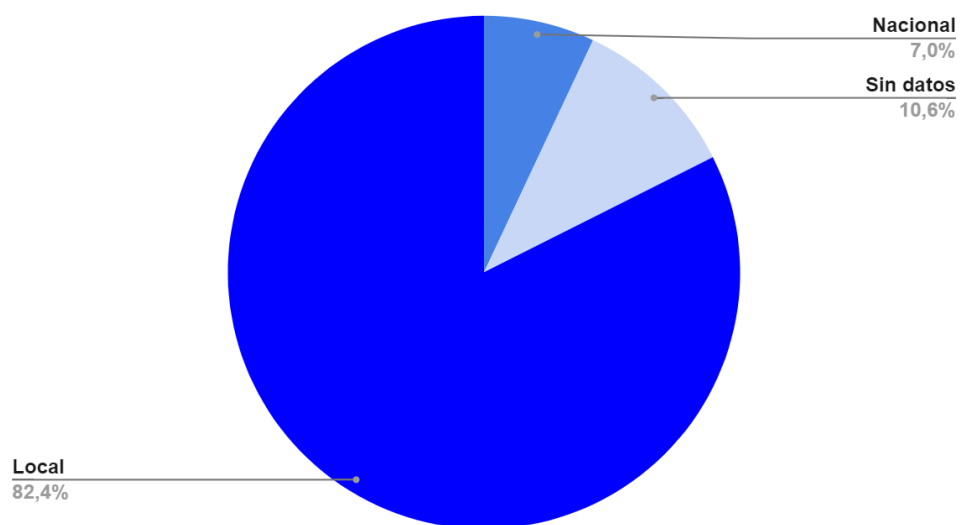
Por último, teniendo en cuenta el *motivo principal de consulta* se destacan aquellos que solicitaron información sobre las actividades programadas por la Dirección de Turismo (56,1%), seguido de aquellos que solicitaron información sobre transporte a otras localidades argentinas e información en general (24,6%), otros motivos (5,3%), alojamiento y transporte a la región (3,5%) y finalmente otras actividades (1,8%).

### Informe gráfico encuestas no presenciales

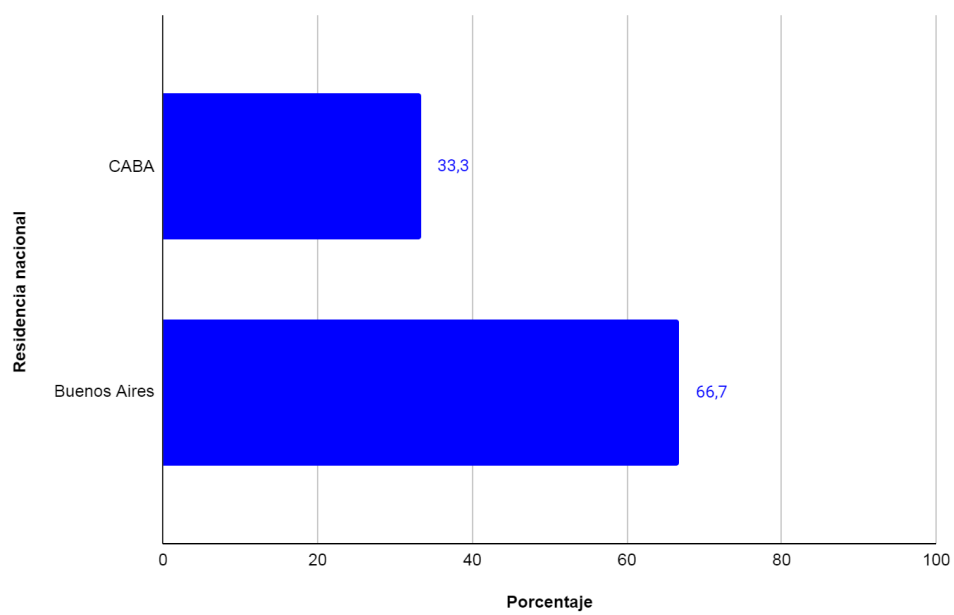


## PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

### Lugar de residencia de quien realizó la consulta (NP)



### Provincia de residencia de quien realiza la consulta (NPN)



## PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

### Motivos de las consultas a las oficinas de información turística (NP)

