



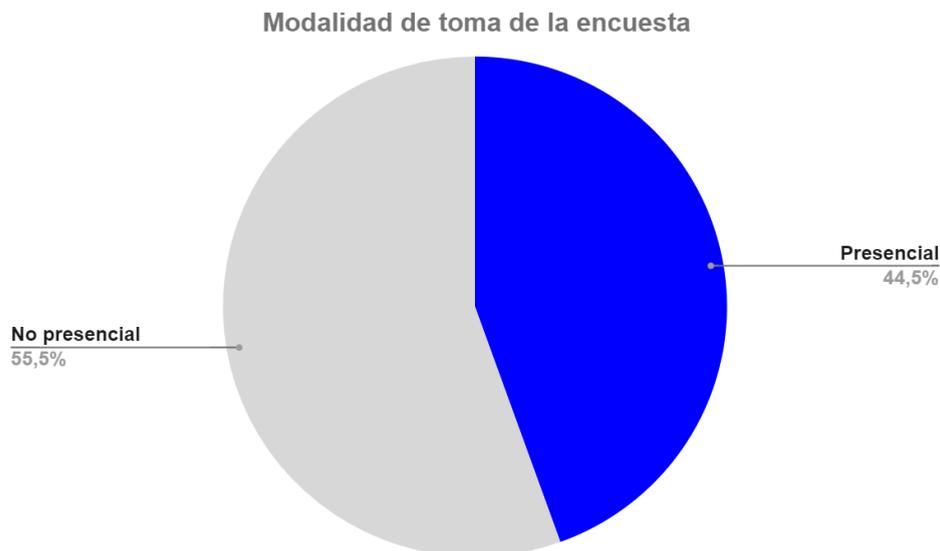
# Resumen estadístico JULIO 2024

### Resumen ejecutivo mes de julio 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 julio 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 641 encuestas**, de las cuales 55,5% fueron no presenciales y 44,5% 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 julio de modo presencial.

Del total de las encuestas efectuadas (285) se desprende que el (76,5%) fueron realizadas en la oficina de informes ubicado en la terminal de ómnibus San Francisco de Asís, mientras que (23,5%) fueron realizadas en el puesto de la Peatonal Drago y Av. Colón.

Asimismo, en relación a la *residencia habitual* se destaca que el (80%) de los visitantes fueron residentes de la Ciudad de Bahía Blanca, seguido de residentes nacionales (19,6%) y por último, un (0,4%) se trató de visitantes internacionales

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

procedentes de EEUU. Se observa también que los turistas nacionales provienen principalmente de la Provincia de Buenos Aires (28,5%), Río Negro (25%), Chubut (8,8%), Neuquén (7,1%), CABA, Entre Ríos y Misiones (5,4%), La Pampa y Santa Cruz (3,6%) y finalmente Catamarca, Córdoba, Salta y Tierra del Fuego (1,8%).

En su mayoría, las consultas recibidas de forma presencial en los puestos de informes turísticos son realizadas por una persona (66,3%) y en menor medida en grupos de dos personas (27,7%), tres personas (3,2%) y finalmente por grupos de cuatro (2,1%) y cinco o más personas (0,7%).

En relación al *motivo principal por el cual los visitantes se desplazan*, se observa que en el caso de los visitantes nacionales refieren a vacaciones (41,1%), trámites (19,6%), escala (17,9%), visita a familiares o amigos (14,3%), salud y trabajo (5,4%) y finalmente por compras (1,8%). En cambio, el motivo principal por el cual los visitantes internacionales se acercan a la ciudad es por vacaciones (100%).

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 (39,3%), seguido de la Región Buenos Aires (21,4%), Sudoeste Bonaerense (17,9%), CABA y Región Litoral (7,1%), Región Norte (5,4%) y finalmente Región Centro (1,8%); 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 (80,4%) optó por alojarse, mientras que el otro (19,6%) de ellos optaron por no pernoctar en Bahía Blanca. De los que sí se alojaron, podemos observar que (62,2%) lo hizo en establecimientos hoteleros, seguido de alojamientos extra-hoteleros (22,2%), en casa de familia o amigos (13,3%) y otros (2,3%). En este sentido, la totalidad de visitantes internacionales optaron por no alojarse en la ciudad.

La *estadía promedio* de la muestra es de 3,24 noches, que se corresponde con los visitantes nacionales.

En referencia al *gasto estimado* de los visitantes nacionales, el análisis de los datos refleja que el (60,7%) realizó un gasto mayor a \$150.000, seguido de aquellos que realizaron un gasto menor a \$70.000 (21,4%) y finalmente el (17,9%) restante realizó un gasto entre \$70.000 y \$150.000. En cambio, los visitantes internacionales refieren un gasto menor a \$70.000 (100%).

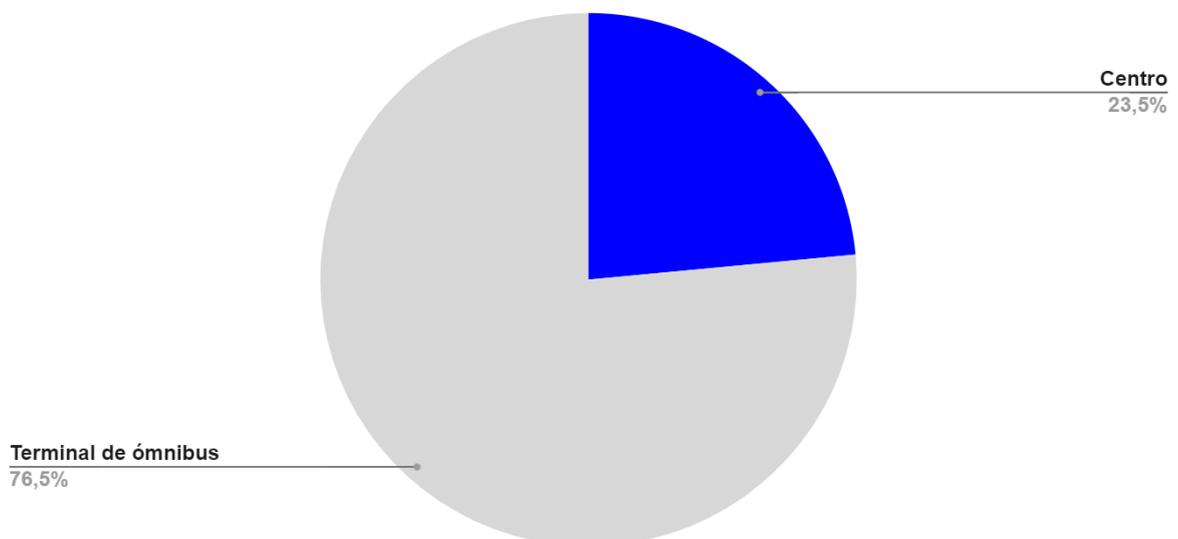
En relación al *medio de transporte* utilizado para arribar al destino en el caso de los visitantes nacionales se destaca que el (58,9%) se desplazó en auto particular, (32,2%) en ómnibus y el (8,9%) restante lo hizo a través de avión. Mientras que los visitantes internacionales, se desplazaron en su totalidad por medio de ómnibus.

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

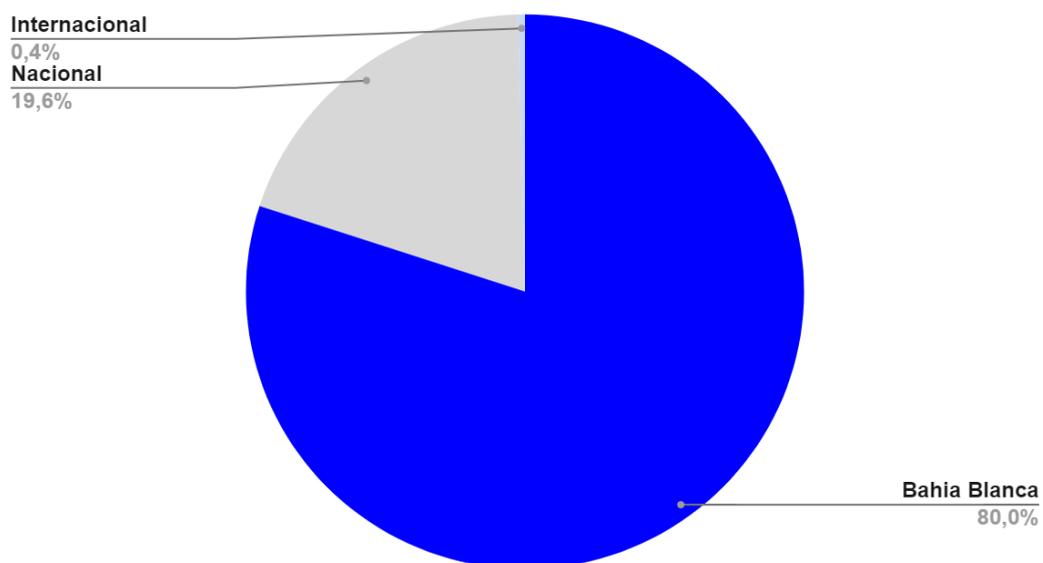
Por último, la *información solicitada* en los centros de información turística de modo presencial fue principalmente por otros motivos (29,1%), la solicitud de información en general (28,4%), información sobre transporte a otras localidades de Argentina (15,8%), la solicitud del plano de Bahía Blanca (15,1%), Información sobre atractivos (14%), transporte a la región (8,4%), transporte urbano y actividades (7,7%), actividades programadas por la Dirección de Turismo (5,3%) y finalmente sobre alojamiento y gastronomía (1,8%) respectivamente.

### Informe gráfico encuestas presenciales

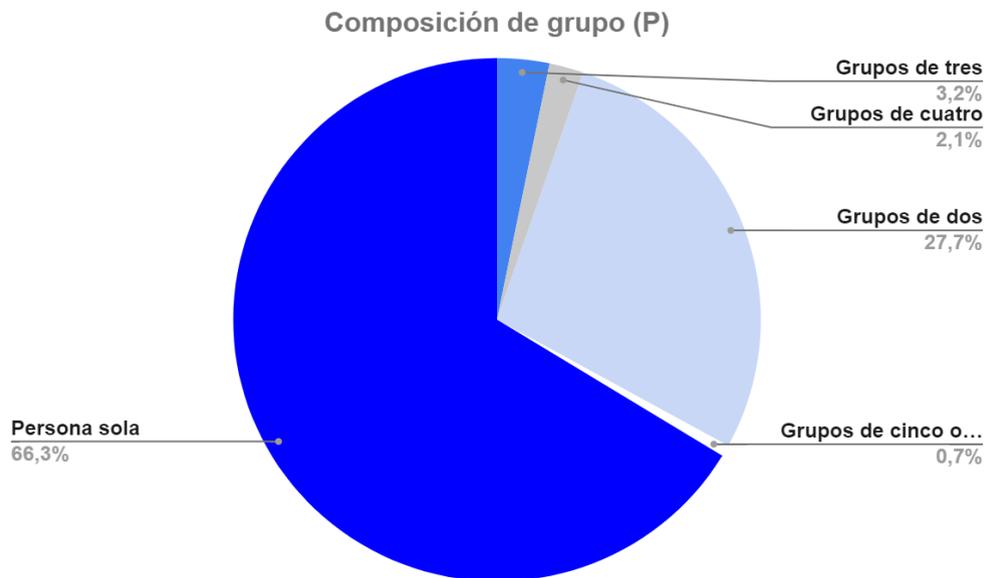
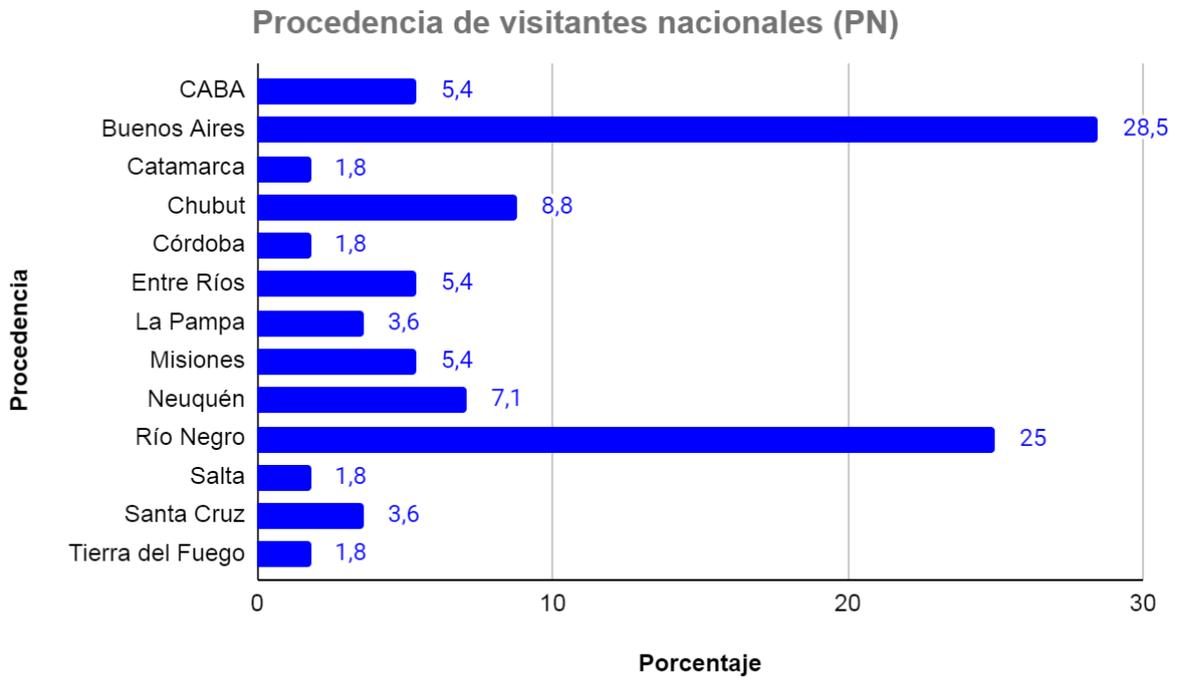
Lugar de toma de la encuesta (P)



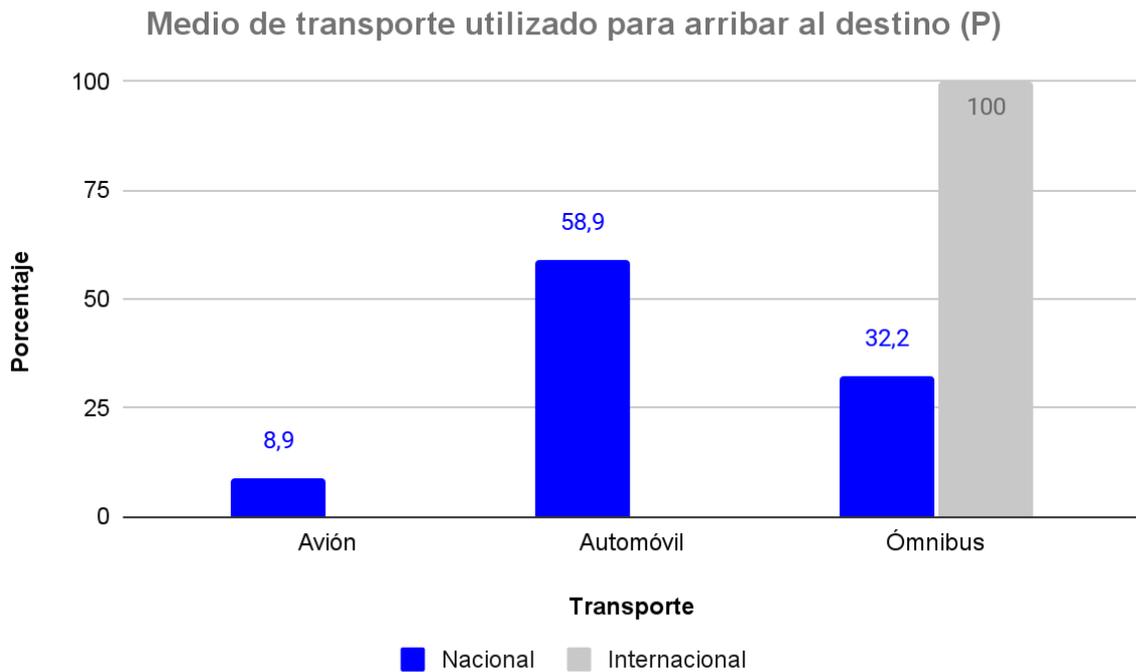
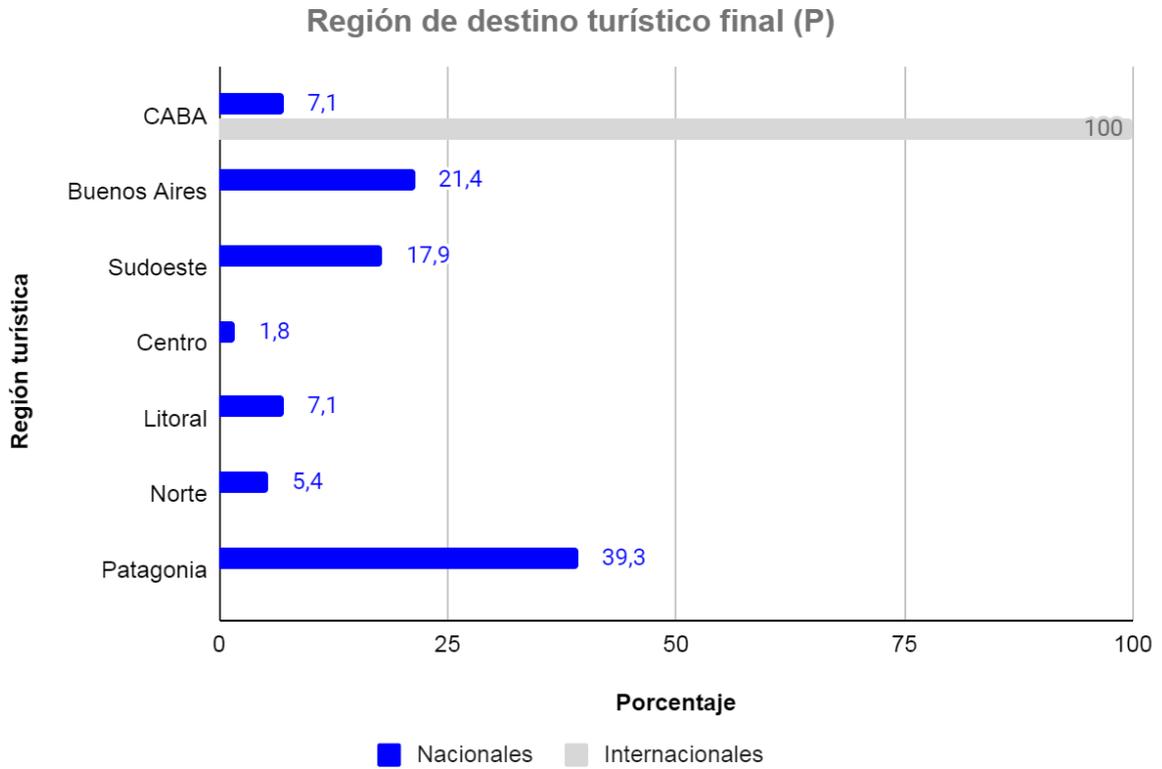
Residencia habitual (P)



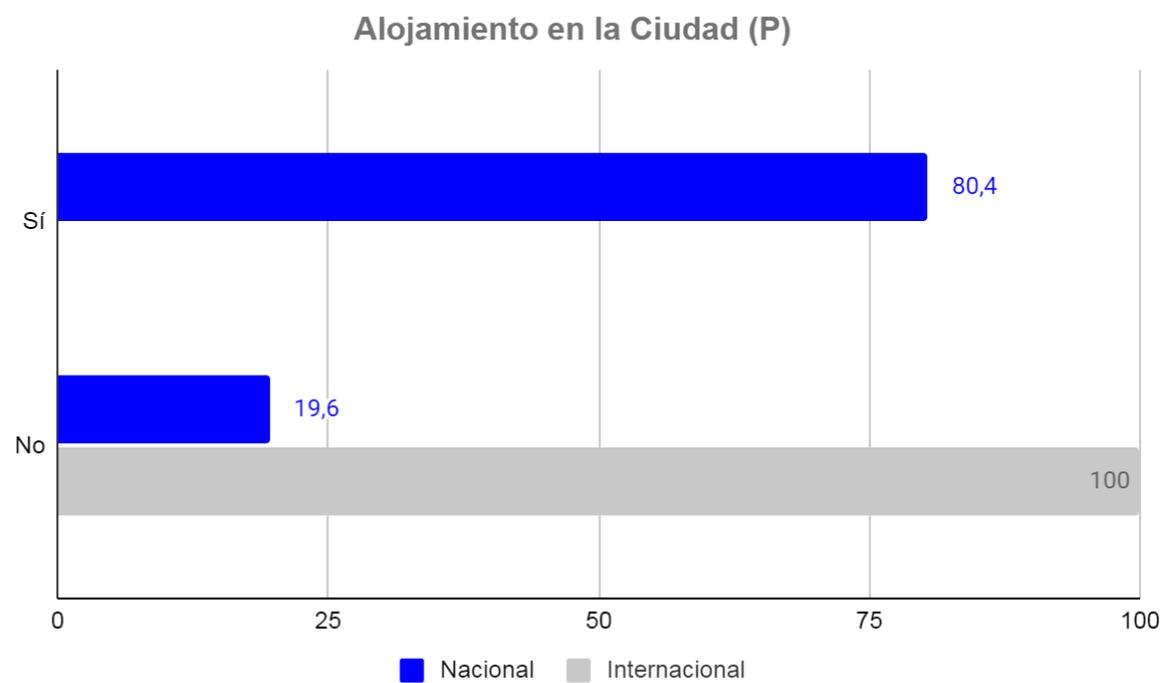
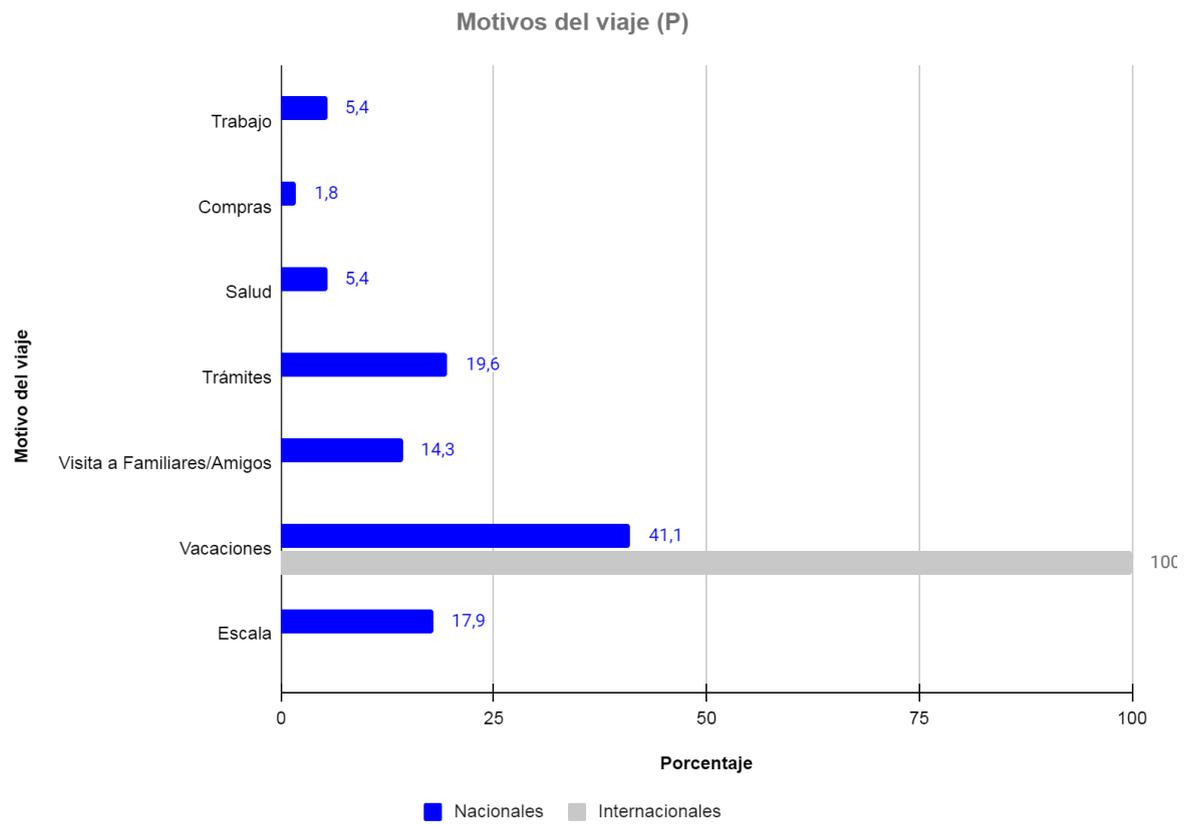
# PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA



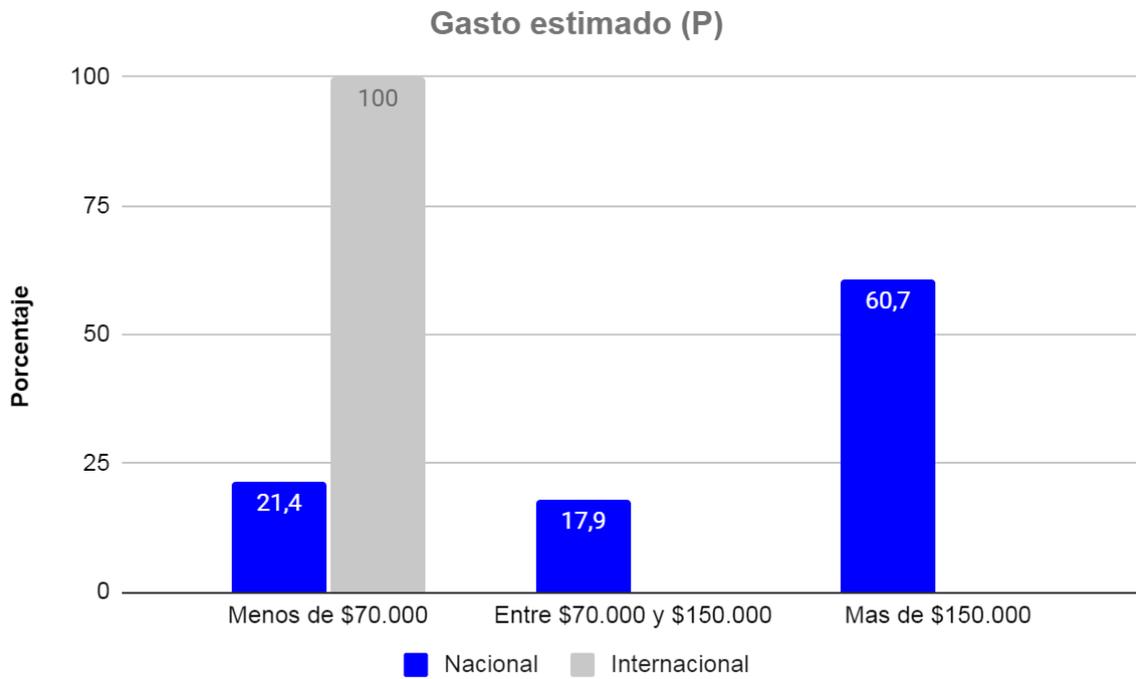
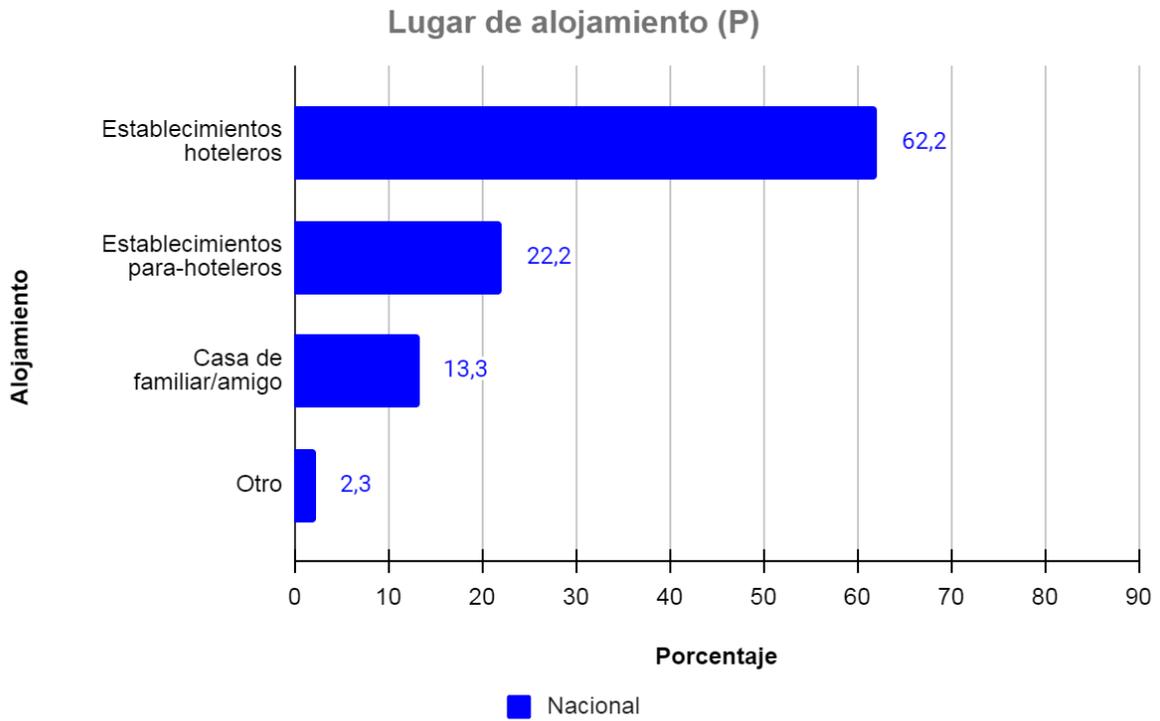
# PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA



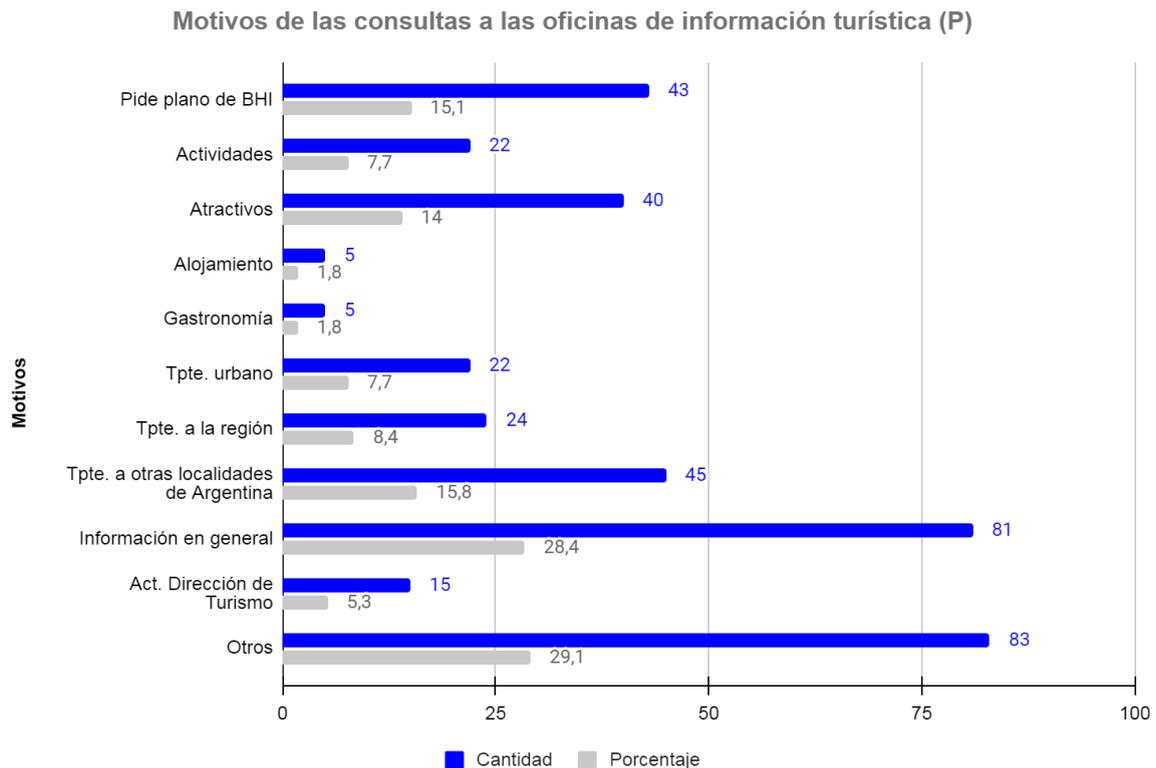
## PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA



# 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 julio.

En total se efectuaron (356) encuestas siendo realizadas en su mayoría en la oficina de información turística ubicada en Peatonal Drago y Av. Colón (83,7%) y en menor medida en el puesto de información turística de la Terminal de Ómnibus (16,3%).

El análisis del *medio utilizado para realizar la consulta* evidencia que (82,3%) de los encuestados realizó las consultas a través de Whatsapp, seguido de medio telefónico (16,6%), correo electrónico (0,8%) y redes sociales (0,3%).

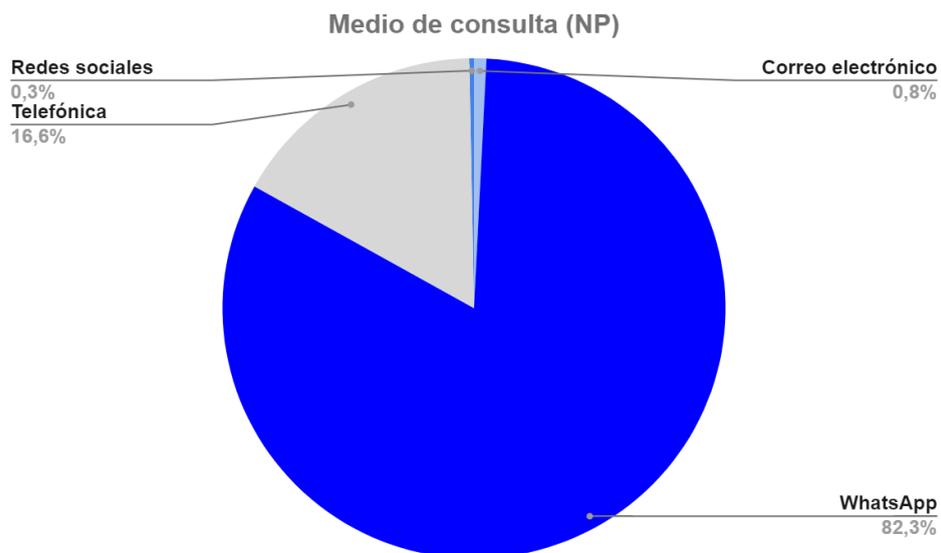
Del total de las encuestas se desprende que (94,4%) de las consultas fueron realizadas por residentes de la ciudad, nacionales (3,9%) y sin datos (1,7%).

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 (43%), Chubut y Neuquén (14,3%) y finalmente de La Pampa, CABA, Córdoba y Entre Ríos (7,1%).

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

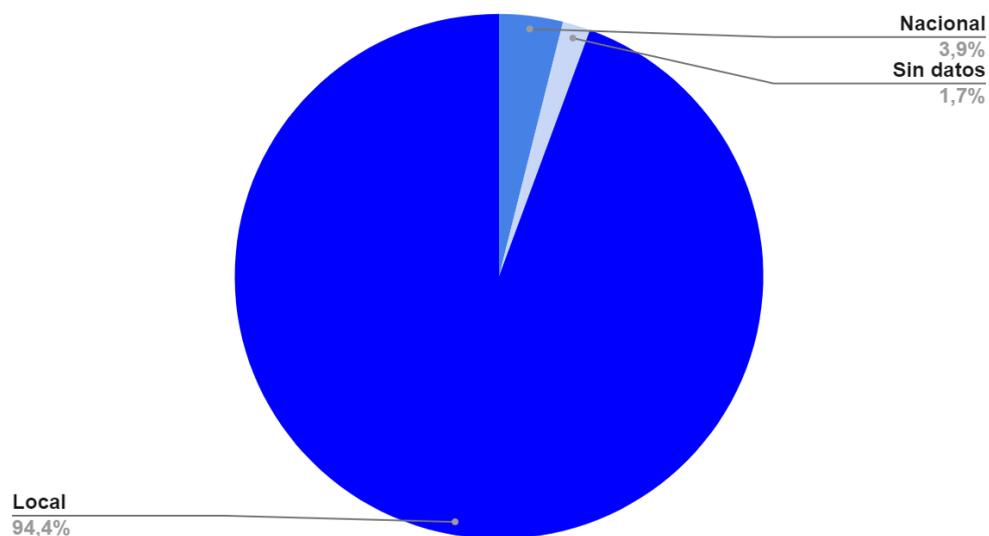
Por último, teniendo en cuenta el *motivo principal de consulta* se destacan aquellos que solicitaron información sobre las actividades programadas por la Dirección de Turismo (81,5%), seguido de aquellos que solicitaron información sobre transporte a otras localidades argentinas e información en general (7%), transporte a la región (3,9%), otros motivos (3,1%), alojamiento (2,2%) y finalmente solicitud de plano y transporte urbano (0,3%).

### Informe gráfico encuestas no presenciales

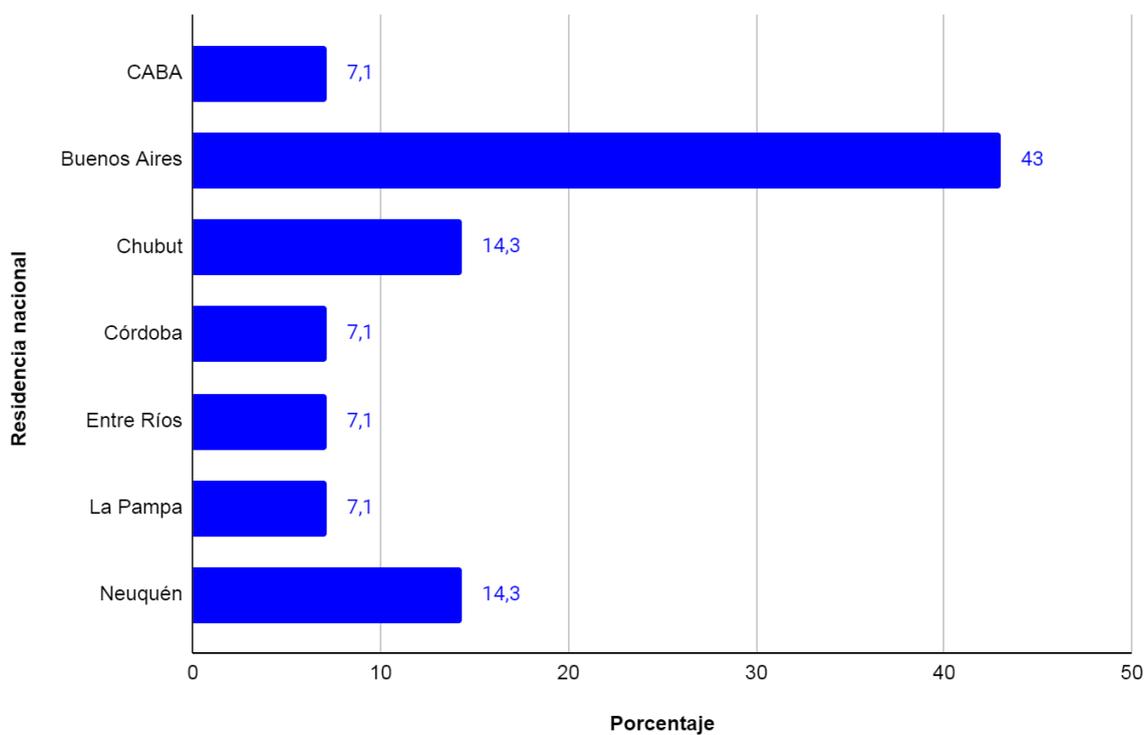


## PERFIL DE LA DEMANDA EN LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

### 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)

